

RESUMEN EJECUTIVO

EVALUACIÓN FINAL ETAPA PILOTO DEL PROYECTO

MUJERES

A.V.E.

MUJERES A.V.E.



**EVALUACIÓN FINAL ETAPA PILOTO DEL PROYECTO
MUJERES A.V.E.****Resumen Ejecutivo**

- Durante el periodo de diciembre 2021 a enero 2022 se realizó una evaluación del programa Mujeres A.V.E. con el objetivo de identificar y analizar los principales impactos y resultados del proyecto bajo una metodología cualitativa, participativa e integral de su etapa piloto.
- La evaluación se basó en la consecución y análisis de datos no estructurados y estructurados, a través de los cuales se buscó dar sentido con un enfoque de género, interculturalidad y territorialidad.
- El trabajo se realizó en dos momentos clave: por un lado, un análisis de gabinete que consistió en la revisión del material existente, resultado de anteriores evaluaciones, estadísticas e información en general. Se revisaron 80 carpetas y 305 documentos entre reportes, bases de datos, proporcionados por SiKanda, INEGI y páginas web. Por otro lado, en el trabajo de campo, se obtuvo la información a partir de personas clave en el proyecto Mujeres A.V.E. Se consideraron como tales, a aquellas que han tenido contacto directo con el proyecto:

Entrevistas

- a) Personal de SiKanda; tres entrevistas a profundidad.
- b) Socios implementadores (la Escuela de Economía Social de Oaxaca ECOOS, y el Centro Comunitario Educativo Vicente Guerrero); dos entrevistas a profundidad.
- c) Mujeres participantes del proyecto; seis entrevistas a profundidad y un grupo focal.
- d) Hombres que formen parte del círculo familiar de las participantes; dos entrevistas a profundidad.



Características generales del municipio de la Villa de Zaachila



El proyecto Mujeres A.V.E., se desarrolla en la Villa de Zaachila. Este municipio está en la región de Valles Centrales del estado de Oaxaca a 15 km al sur de la capital de Oaxaca. Cuenta con una extensión territorial de 54.86 Km², y está conformado por una agencia municipal, tres agencias de policías, un fraccionamiento, diez barrios y treinta colonias.

MUJERES A.V.E. DATOS SOCIODEMOGRÁFICOS



46,464
Población



52.3%
24,301
Mujeres



47.7%
22,163
Hombres



Rangos de edad con mayor concentración

4,534 hab.
5-9 años

4,529 hab.
10-14 años

4,209 hab.
15-19 años



8.96%
4,529

Población de 3 años y más hablante de alguna lengua indígena



19,259

Personas no tienen acceso a un sistema de salud



Pobreza

55.2%
26,797
Personas en situación de pobreza

8,778
Personas en situación de pobreza extrema



4,203

No disponen de agua potable al interior de su vivienda



3,547

Personas mayores de 15 años de edad apenas y saben leer y escribir

La mayor parte de esta población con estas carencias sociales se encuentra concentrada en la agencia municipal Vicente Guerrero. (Instituto Nacional de Estadística y Geografía [INEGI], 2020).

MUJERES A.V.E.



ENFOQUES METODOLÓGICOS PARA LA EVALUACIÓN DEL PROYECTO MUJERES A.V.E.

Enfoque de Territorialidad: Ubicación del proyecto

- Desde el enfoque de territorialidad, el espacio físico no representa sólo un terreno por poseer. Antes bien, se trata de considerar este espacio como un *contenedor*, donde la interacción genera acuerdos y conflictos; donde el ecosistema natural, sociocultural, religioso, etcétera, determina las actividades económicas, pero también los roles que cada uno juega en la sociedad que habita el territorio.
- El municipio, Villa de Zaachila, es un espacio que ha crecido a partir de los centros urbanos. En esta zona se ubica el tiradero municipal, que ha atraído migrantes, la mayoría de los pobladores son procedentes de las regiones Mixteca, Costa e Istmo, principalmente.
- Si bien pareciera que no existe una identidad comunitaria como tradicionalmente se conoce, se puede decir que la Agencia ha construido su propia identidad, con base en los elementos que le han aportado su historia y las historias de sus habitantes, así como las características comunes: exclusión, marginalidad, invisibilización y estereotipos de los que han sido objeto. Así, en situaciones de conflicto donde se identifica a la contraparte, la unidad se hace presente para defender el territorio.

Género: un acercamiento al trabajo y las relaciones de las mujeres A.V.E.

- El concepto Género se relaciona con todos los aspectos de la vida económica y social, política y cultural, cotidiana y privada de los individuos; determina características y funciones dependiendo del sexo o de la percepción que la sociedad tiene de él.
- En la Zona Oriente de Zaachila, están presentes y marcados los roles de género, ya que muchas de las mujeres que participan en el proyecto –además de atender a su familia,

...están
presentes y
marcados los
roles de género

trabajar fuera de casa y/o atender su negocio– también participan en algún tipo de cargo, civil o religioso, en la Agencia (sin remuneración). Las ocupaciones de estas mujeres se multiplican, en tanto que los hombres se encuentran exentos de participar en las labores domésticas y el cuidado de hijos e hijas.

- En la actualidad, puede decirse que, en general, en la Zona Zaachila Oriente, y en particular en la Agencia Vicente Guerrero, ya existen al menos dos generaciones de habitantes. Si bien este cambio generacional ha transitado por la provisión o mejora de servicios, no lo ha hecho en los estereotipos y roles de género, que se visibiliza en diferentes áreas de la vida en la Agencia.

...ya existen al menos dos generaciones de habitantes

Interculturalidad: regiones, pobreza y migración

- La interculturalidad implica pensar en la diversidad y en la complejidad que dicha diversidad trae consigo, particularmente en la complejidad que encierran las relaciones sociales. Dicha interculturalidad no debe entenderse como un intercambio entre personas de culturas y religiones diversas.
- En la Zona Zaachila Oriente, habitan personas que en un primer momento fueron atraídas por la fuente de empleo que para ellas y ellos representa el basurero, el cual, diariamente, recibe más de 700 toneladas de desechos generados en una veintena de municipios de la región Valles Centrales, particularmente, de la ciudad de Oaxaca de Juárez. Los primeros pobladores se han desempeñado como pepenadores en el basurero y son personas que cuentan con un bajo nivel de escolaridad.
- Una gran proporción de personas, en algún momento y por diversas razones, emigraron de sus comunidades buscando mejores condiciones de vida. Esas personas pagaban una renta por un espacio dónde vivir, razón por la cual vieron en la zona la oportunidad de contar con una vivienda propia. Aunque, también, algunas personas adquirieron terrenos para “hacer negocio”, es decir, revenderlos cuando aumentara su precio.

MUJERES A.V.E.



ETAPA FINAL DEL PROYECTO PILOTO DE MUJERES A.V.E.

- El año 2021, fue un año marcado por un contexto político, económico y social complicado, al vivirse un proceso electoral donde se eligieron autoridades municipales, diputados locales y federales, así como una reactivación económica lenta por el COVID, la cual trajo como consecuencia la suspensión o posposición de actividades.
- La Zona Oriente de Zaachila es una zona en la que, con frecuencia, surgen conflictos entre diferentes grupos de poder, por ejemplo, líderes vecinales, asociaciones de mototaxistas y partidos políticos.
- Durante los últimos seis meses, se han producido bloqueos de carreteras, toma de oficinas gubernamentales, marchas, protestas, y cierres de vertederos de basura; lo que ha llevado a posponer algunos talleres de capacitación o suspender algunas actividades.
- En el caso de las mujeres participantes, a su vida cotidiana se agregaron las situaciones internas dentro del hogar como son: la falta de comunicación, violencia psicológica, verbal y económica, posibilidades de ruptura/divorcio, la dificultad para hacer acuerdos sobre trabajo doméstico e hijas e hijos, el estrés por sobrecarga de trabajo y la pérdida de familiares.

El equipo de SiKanda priorizó la atención a la salud mental de las participantes, quienes se capacitaron en el aprendizaje de habilidades para el manejo del estrés. Se brindó acompañamiento psicológico y se les capacitó en habilidades empresariales y se les brindó conocimiento en herramientas técnicas para la realización de videos promocionales y fotografías de productos con aplicaciones para teléfonos celulares sobre administración del tiempo, redes sociales, sistemas fiscales y tributarios mexicanos y economías colaborativas. La “Ventanilla Única”, fue rebautizada como “Espacio A.V.E”, al ser un componente central del programa y un lugar de encuentro para las mujeres.

Perfil de las participantes en el programa A.V.E

A partir del documento denominado “Línea[1] base concentrado (Baseline+Evaluación)”¹ donde se concentran el registro de 114 mujeres participantes, se identificó el perfil de las mujeres participantes registradas en el programa Mujeres A.V.E. en el cual se observa los siguientes datos.

Generalidades: 114 mujeres registradas



Mujeres participantes por Generación del programa Mujeres A.V.E.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
12-11%	9-8%	12-11%	16-14%	12-11%	8-7%	10-9%	10-9%	9-8%	15-13%
No especificó en qué generación o situación está: 1-1%									

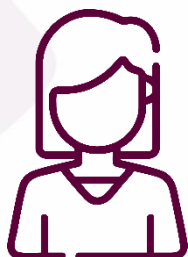
PERFIL

- La **cuarta generación** es el grupo donde se ha registrado el mayor número de participantes.
- De las **114 mujeres registradas** en el programa de capacitaciones del proyecto Mujeres A.V.E., 50 mujeres asistieron a los cursos de manera constante, concluyendo el programa el 68% de éstas.
- La **edad promedio es de 30-45 años** con el 53.5%.
- El **50.4% de las participantes cuentan con pareja**, indistintamente de la situación conyugal.
- Destaca que el **34.8%** de las participantes tienen la **secundaria concluida**.
- **El 76.5%**, hablan español.
- La lengua indígena predominante es el **zapoteco con un 10.4%**.
- El **29.8%** de las participantes tienen **en promedio dos hijos**.
- **4 de cada 10 mujeres** participantes (38.3%), reciben apoyos de gobierno de ellas, el 44.4% de las participantes reciben el **apoyo gubernamental del programa Bienestar**.
- El 13.2% de las participantes cuentan con un **ingreso mensual** promedio que va desde los **1,000 hasta los 3,000 pesos**.

¹ Base de datos consultada en https://docs.google.com/spreadsheets/d/1nSxiRlq-6WA20cJ8DOBH3aYhvrHx2z9ktX1LnUx_Tsk/edit

Respecto al negocio

De los 114 registros:



- El **43.9%** de las participantes decidió emprender su negocio para **aportar al ingreso familiar**.
- El **31.6%** de las mujeres emprendedoras lleva un **registro de sus ventas**.
- Sólo el **16.7%** **separa sus registros** del negocio con los personales.
- El **23.7%** de las mujeres lleva un **registro de inventario** de su negocio.



- El **20.2%** de las participantes cuentan con un promedio mensual de **ingreso** de su negocio que va de los **1,000 hasta los 3,000 pesos**.
- El **24.6%** de las mujeres reporta **ganancias mensuales** de su negocio de **menos de 1,000 pesos**. Mientras que, el **15.8%** tiene una utilidad que va de **1,000 a los 3,000 pesos**.



- Solo el **8.8%** de las mujeres **cuenta con ayudantes no remunerados** para el desempeño de su negocio.
- Sobresale que, en promedio, el **2.6%** de los negocios **ocupa por lo menos un ayudante** en su negocio a la semana.



- El **19.3%** de las mujeres **ahorra parte de sus ganancias**, el promedio de ahorro mensual es de mil pesos.
- El **33.3%** de las mujeres **tiene acceso a algún tipo de crédito** dentro de las distintas instituciones.

Seguridad en la toma de decisiones con respecto al negocio



- El **23.7%** de las mujeres emprendedoras **toma decisiones importantes** con respecto a su negocio, **solo si están acompañadas** por algún familiar, pareja o amistad.
- En este punto destaca que el **15.8%** de las mujeres participantes **elige por sí mismas los precios** para sus productos y/o servicios.
- El **22.8%** de las mujeres **se sienten seguras** cuando entablan **negociaciones** con los clientes y proveedores.



- El **23.7%** de las mujeres **recibe apoyo**², para el desarrollo de su negocio.
- El **80.8%** de las mujeres **percibe un incremento de ganancias** en su negocio.



- El **100%** de las entrevistadas manifestó **sentir que su bienestar ha aumentado** a partir del proyecto en:
 - La manera de ser más segura y tranquila.
 - Sentirse acompañadas
 - El aprendizaje de cómo tratar a las personas.
- El **100%** de las mujeres entrevistadas **señaló usar el WhatsApp** como herramienta de venta, mientras que el **12%, adicionalmente, usa el Facebook**.

² Los apoyos van desde las tareas del hogar, económico, apoyo para gestionar las redes sociales hasta el emocional.

MUJERES A.V.E.



PRINCIPALES IMPACTOS Y RESULTADOS DEL PROYECTO MUJERES A.V.E

Ejemplos de áreas bien desarrolladas

La realización de un diagnóstico previo a la implementación del programa permitió tener un primer acercamiento sobre el contexto del lugar donde éste se desarrollaría.

El proyecto se alinea a dos objetivos de la Agenda 2030: objetivo 5, igualdad de género y al objetivo 8, trabajo decente y crecimiento económico; lo que marcó la definición bajo la cual se desarrollaría el programa de capacitación del proyecto: un enfoque de economía social y solidaria.



- Desde el inicio el proyecto estuvo soportado con una metodología, “GET Ahead: género y emprendimiento” de la *Organización Internacional del Trabajo (OIT)*.
- La capacitación previa sobre las generalidades y metodología del programa dirigida al equipo implementador y aliados (SiKanda y ECOOS) por Value for Women para la Cherie Blair Foundation for Women en coordinación con el programa Desarrollo de la iniciativa empresarial de la mujer (WED) de la OIT.
- Capacitación constante del equipo implementador sobre temas relacionados con las necesidades identificadas en los grupos de mujeres.

Enfoque integral, el cual se ve reflejado con la vinculación con las instituciones y sociedad civil con el fin de fortalecer y brindar herramientas de acuerdo con las necesidades del negocio, así como las situaciones personales de las participantes. Con la finalidad de acceder a nuevos mercados, se crearon alianzas con organizaciones como el Centro Comunitario Educativo “Vicente Guerrero”, la Iglesia de Santa Cecilia (iglesia católica), la Agencia Municipal, la Escuela de Iniciación Musical “Santa Cecilia”, Aids Healthcare Foundation (AHF) Oaxaca, Fundación Salud del Sida Oaxaca (AHF), Red Nacional de Abogadas Indígenas (RAI), Grupo de Estudios de la Mujer Rosario Castellanos (GES Mujer), Oaxaca en una caja®, Clínica-Hospital del Pueblo “Anna Seethaler” AC, Clínica Dental Biodent, Oaxaca Activa, Corazón Rosa AC, Escuela de Economía Social (ECOOS), OXFAM y Fomento

Social Banamex; sin dejar de lado la vinculación con instituciones como la Secretaría de Bienestar del Estado de Oaxaca (SEBIEN), el Instituto Estatal para el Emprendimiento y la Competitividad y la Secretaría de la Mujer de Oaxaca.

- Seguimiento y evaluación por parte del equipo SiKanda referente a los resultados de la evaluación participativa del programa con la metodología GET Ahead; así como la generación de reportes de las actividades desarrolladas durante cada trimestre, los retos encontrados y las estrategias diseñadas para el cumplimiento de las metas establecidas.
- Compromiso y empatía por parte de las implementadoras del programa en priorizar la atención y el aprovechamiento de las mujeres participantes, adaptando la metodología GET Ahead al diseñar herramientas de forma lúdica para cubrir las necesidades de las mujeres emprendedoras.
- Contar con personal y espacio para el cuidado de las niñas y niños con el propósito de que las participantes puedan estar en las capacitaciones, sin la preocupación de la atención de los mismos.
- La flexibilidad, capacidad de respuesta y cambio ante la pandemia y la crisis derivada del COVID. permitió:
 - ✓ **La promoción y el fortalecimiento en el manejo de las TIC'S** (Tecnologías de la información y comunicación) al crear e implementar herramientas para las ventas por internet mediante cursos creación de vídeos cortos, fotografía para productos y manejo del celular; así como el fomento al ahorro con el objetivo de apoyar económicamente, tanto en el hogar como para su negocio para futuras contingencias.
 - ✓ **El monitoreo y acompañamiento hacia las participantes a través de llamadas telefónicas, mensajes de texto y de WhatsApp**, frente a la necesidad de pausar actividades de manera presencial.
 - ✓ **Soporte emocional al priorizar la salud mental de las participantes** brindando cursos y asesoramiento psicológico a las mujeres participantes.

- Fortalecimiento al trabajo de red entre las mujeres, así como el fomento y acompañamiento de la Asamblea de Mujeres A.V.E.
- La atención a las recomendaciones sugeridas por la Fundación para Mujeres Cherie Blair y la Fundación Trafigura, así como de las evaluaciones generadas por los grupos consultores externos. La evidencia documental, destaca, que los puntos son previamente analizados por todas y todos los integrantes del equipo de SiKanda con el fin de revisar la pertinencia, adecuación e implementación de los mismos.
- La experiencia, después de años de implementación, asegura una mayor probabilidad de éxito e impacto en la vida de las mujeres y su entorno y reduce los costos de aprendizaje.
- Destaca que el 100% de las entrevistadas en esta evaluación manifestó sentir que su bienestar tanto emocional como económico en su emprendimiento.
- El 80% de las entrevistadas señalan que han incrementado sus ventas en 39% aproximadamente desde que unió al programa de Mujeres A.V.E.
- El promedio de ingreso mensual generado por las ventas del negocio es de 4,323 pesos. Generando una utilidad promedio de 2,143,08 pesos.
- Con respecto al uso de las tecnologías de la Información y la comunicación (TIC'S), el 100% de las mujeres entrevistadas señaló usar el WhatsApp como herramienta de venta, mientras que el 12%, adicionalmente, usa el Facebook.

Impacto en las mujeres participantes en el proyecto Mujeres A.V.E.

- De acuerdo con los objetivos del programa A.V.E., éste se centra en el fortalecimiento de los micronegocios, sin embargo, la dinámica ha llevado a brindar herramientas que han alcanzado, en primera instancia, la vida personal de las mujeres, su entorno y su negocio.
- Se ha fomentado la confianza y la capacidad de organización de las mujeres, por medio de las ferias y demás espacios con el fin de acceder a nuevos mercados.
- Destaca la actitud de las mujeres ante las situaciones de crisis (como lo es la pandemia), forjando la resiliencia y las adaptaciones comerciales para sus emprendimientos, encontrando formas innovadoras de promover sus negocios, por medio de plataformas

como lo son las redes sociales, en específico, WhatsApp y Facebook y también participando en ferias tanto presenciales como virtuales y aceptando nuevas formas de pago.

- El programa ha permitido la valorización del trabajo de las mujeres dentro y fuera de sus negocios.
- El programa les ha dado herramientas financieras para el control de sus emprendimientos: la mayoría de las mujeres reconocen que antes de la capacitación tenían un nulo o escaso conocimiento sobre el tema y la aplicación directa en su emprendimiento.
- El fortalecimiento organizativo de las mujeres A.V.E, reflejado con la creación de la Asamblea de Mujeres A.V.E, misma en la que las participantes formaron los comités y la elección de presidentas de comités.
- Destaca que las mujeres participantes muestran un profundo agradecimiento hacia el programa debido a la atención y seguimiento a través de las recargas de crédito telefónico, el suministro de alimentos y el apoyo emocional otorgado por el equipo de SiKanda, por lo que muestran mayor disposición para seguir trabajando con el programa y el negocio, potencializando el incremento de sus ingresos.
- Las mujeres han encontrado en Espacio A.V.E. un lugar de convergencia con otras mujeres, compartiendo, no sólo lo aprendido en temas relacionados al negocio, sino también sus experiencias y cambios en su dinámica de vida a partir del proyecto Mujeres A.V.E.

Áreas con potencial para un desarrollo adicional

- El desarrollo de una meta de mediano plazo del proyecto tomando en cuenta el contexto donde se implementa el programa.
- La continuidad en los avances que las mujeres han tenido, como agruparlas en cooperativas, asociarse, etc. y un sistema de seguimiento.
- La focalización en la variable de género únicamente priorizando a las mujeres e hijos, no involucra a las parejas, lo cual podría generar violencia hacia las mujeres, en virtud

de la autonomía económica que estas consigan por lo que se necesita considerar la interculturalidad y la territorialidad.

- El fortalecimiento de las ferias, primeramente, segmentando el mercado con el fin de promover los productos y servicios de acuerdo a la audiencia, segundo identificar ferias que no únicamente sirvan de escaparate para visibilizar sus productos o servicios, si no para generar rentabilidad.
- La falta de sistematización y actualización en sus documentos, bases de datos y reportes, así como el exceso de éstos ha generado que el acceso y la revisión sea menos eficiente.
- Personal limitado para las tareas de organización y sistematización, por la cantidad de documentos y reportes generados y solicitados por las distintas fundaciones. Se observa que el equipo ha tenido que echar mano de los recursos humanos con que cuentan y, en ese sentido, se han visto rebasados.
- Se requiere un esquema metodológico para el desarrollo del programa; es decir, donde las mujeres despeguen sus negocios y puedan generar ganancias (rentabilidad). **Si la tendencia del programa continúa, se corre el riesgo de permanecer tan solo como un programa asistencialista.**
- Los bajos índices académicos y/o de alfabetización que presentan las mujeres participantes, lo que limita para el conocimiento y reconocimiento de sus productos para fijar un precio.
- La necesidad de compartir problemas que no están directamente relacionados con el negocio pero que sí lo afectan.
- La falta de visión del negocio, pese a que la mayoría de las entrevistadas mencionaron considerar el proyecto a largo plazo, aún se debe trabajar en que el producto o servicio tenga demanda, o bien tenga una ventaja competitiva.
- El COVID visibilizó con mayor fuerza:
 - **Las necesidades de las mujeres participantes, centrándose en el dar prioridad a la situación económica y administración de las tareas de la casa como fue el cuidado de los niños.**
 - **El limitado acceso al internet.**
 - **El poco conocimiento sobre redes sociales.**
 - **La falta de crédito telefónico.**



- La priorización del uso del teléfono e internet para atender las clases de los hijos e hijas.
- Violencias de tipo físico, verbal y económico en el hogar.
- Pérdida de familiares.
- Separaciones o ruptura de pareja.

Por último, es importante considerar los siguientes factores que puedan limitar el desarrollo del programa en la Zona Oriente de Zaachila:

- La situación económica de la zona, que se agudiza con la pandemia.
- El latente conflicto por el basurero, que se encuentra en planes de ampliación y el uso instrumental de la pobreza, las mujeres y las carencias con fines políticos
- La pandemia derivada por COVID y el incremento de sus variantes en la niñez y juventud que carece de vacunas.



PRINCIPALES RECOMENDACIONES

1. Terminar de consolidar y validar una metodología propia, para el uso en el programa de capacitaciones, de tal manera que pueda deslindarse de la metodología GET-Ahead y dar paso, para la certificación de la misma, a las necesidades de las usuarias de espacios diversos.
2. Diseñar o rediseñar un esquema metodológico para el desarrollo del programa, que permita el avance y/o autonomía de las generaciones anteriores de mujeres que han participado. Se propone que ésta se divida en dos etapas.

La primera, que comprende las 36 horas de capacitación (que es como actualmente se está implementado) considerando:



- a. **Implementar estrategias de trabajo** donde se involucren los hombres de las familias beneficiarias e iniciar un trabajo sobre los tipos de masculinidades.
- b. **Crear redes por sector, para el apoyo y acompañamiento entre mujeres** de generaciones anteriores, y las de reciente ingreso, para el cuidado de sus hijos, para sus negocios y la promoción de los bienes o servicios que ofrecen.
- c. **Capitalizar a favor de más mujeres los conocimientos** de las generaciones anteriores de Mujeres A.V.E.: cocina, repostería, tejido, bordado, etc. al mismo tiempo trabajar la autoestima y el miedo de dar clases frente a otras personas, es decir, poner en práctica los conocimientos teóricos que han adquirido y las habilidades que poseen.

- d. **Continuar promoviendo ferias e invitar a las mujeres a participar** para posicionar sus productos en diferentes mercados, aumentar sus ventas y ganancias, al tiempo de empoderarlas.

En la segunda etapa se propone identificar los emprendimientos con mayor avance en la etapa anterior y centrarse en su consolidación, empleando estrategias y técnicas con la finalidad de que los negocios puedan tener rentabilidad. **Para ello, es importante priorizar la calidad sobre la cantidad.**

Es importante:

- a. **Fortalecer la capacitación en finanzas** y establecer una proyección financiera del emprendimiento.
 - b. **Continuar promoviendo ferias e invitar a las mujeres a participar** en ferias y eventos fuera del estado y del país, para posicionar sus productos en diferentes mercados, aumentar sus ventas y ganancias, al tiempo de empoderarlas.
 - c. **Acceder a otros mercados** a través de algunas plataformas virtuales como lo son Mercado Libre, Amazon, etc,
3. Agregar una etiqueta y un código QR con una leyenda donde el consumidor sepa que “al adquirir un producto de Mujeres A.V.E. está apoyando a mujeres de comunidades oaxaqueñas y municipios con alerta de violencia de género y en situación de pobreza” como un elemento de decisión para un consumo con responsabilidad social, informado, sostenible y sustentable.
 4. Expandir esta iniciativa de Mujeres A.V.E. a otras áreas dentro del mismo municipio que se encuentran con alerta de violencia de género, condiciones de pobreza y pobreza extrema, con el propósito de contener la caída del ingreso de estas comunidades derivadas del impacto de la pandemia, la inflación generalizada y la reactivación económica desde las jefas únicas de familia con el objetivo de comparar el impacto de un programa antes y después del COVID.
 5. Fortalecer al equipo de SiKanda con la contratación de personal que permita concentrar el acervo de información, sistematizar y dar un seguimiento de la misma a fin de mejorar el tiempo de consulta y la precisión con la que se identifique.

6. Contratar de manera permanente al equipo que implementa y opera la iniciativa Mujeres A.V.E., no sólo para dar un seguimiento efectivo del programa sino para minimizar los costos de aprendizaje y de transacción que implica la movilidad de personal.
7. Potencializar el apoyo de los diferentes actores internos y externos que se encuentran en la zona de aplicación del proyecto que pueden fortalecer el programa en temas de capacitación y la apertura de nuevos mercados.

