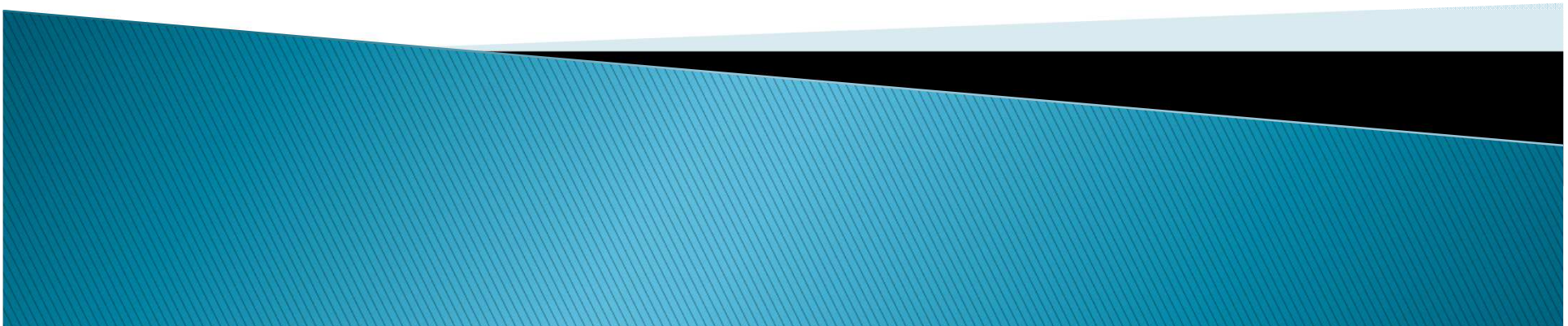


LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN COMO '*GAME CHANGER*' EN LAS SOCIEDADES DEL NORTE DE ÁFRICA Y ORIENTE MEDIO

Javier Albarracin (IEMed, www.iemed.org)

Webinar Fundación Tres Culturas

29 marzo 2016



INDICE sesión

- ▶ 1. *'Arab Digital Generation' (ADG)*
- ▶ 2. Las nuevas tecnologías como factor de inclusión socioeconómica: emprendimiento, acceso a financiación innovadora; e-learning; e-health; e-government....
- ▶ 3. *Nuevas formas de articulación política: el activismo digital.*
- ▶ 4. Las TIC y las diásporas MENA.
- ▶ 5. Las nuevas tecnologías aplicadas a la crisis de los refugiados: un punto de inflexión en la gestión de crisis.
- ▶ 6. Las mujeres y las nuevas tecnologías.




Algunas ideas

- ▶ **Condicionantes de la región:**
 - intenso urbanismo;
 - gran población joven;
 - creciente movilización y demandas femeninas;
 - conectividad global intensa.
- ▶ **Gran conectividad:** es un hecho objetivo. El uso que se le dé es lo que hace que ésta pueda ser de valor añadido.
- ▶ Importantes segmentos son **nativos digitales** (jóvenes, urbanos de clase media)
- ▶ A menudo, los cambios revolucionarios son subterráneos y no se perciben como tales a corto plazo: **es una realidad muy dinámica y de bajo perfil.**



Consideraciones

- ▶ El impacto de las TIC es transversal; previo a las revueltas 2011; se acelerará conforme avanzan los cambios (*tecnológicos*) y en difunde la capacidad de empoderamiento e influencia.
 - ▶ **No** se trata del '20% + 20%' aprox. que están excluidos del acceso a los recursos del sistema (*aunque una creciente parte de los 'segundos 20%' son emergentes consumidor de TICs*)
 - ▶ **Sí** se trata de la clase media y alta que lidera y *moldea* la realidad de estos países.
 - ▶ Ciertos gobiernos están haciendo esfuerzos para aumentar la base de *incluidos* en el acceso a TIC y su desarrollo: infraestructuras y entorno legal.
- 

Algunas ideas

- ▶ Las nuevas **Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC)** son un factor transversal de cambio con impacto en la mayoría de los factores que determinarán las sociedades y las economías de la zona a medio y largo plazo: **GAME CHANGER**
- ▶ Las TIC fueron un factor facilitador de la organización del descontento social y político y de su movilización, pero no *'hicieron'* la revolución.
- ▶ **INTERNET** representa valores de las demandas de revuelta: transparencia, democratización, acceso a información, responsabilización....



Algunas ideas

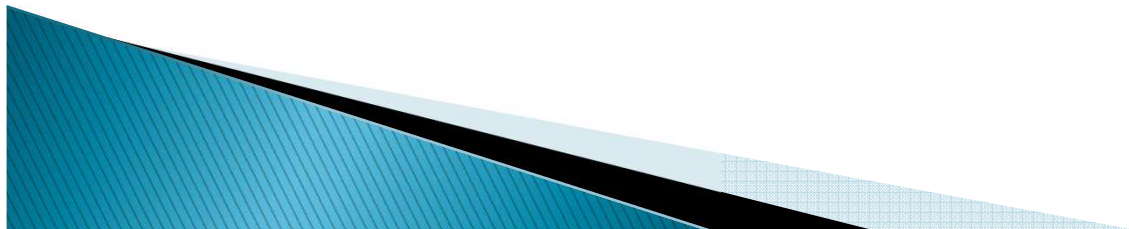
- ▶ Los gobiernos, antiguo motor necesario para el desarrollo socioeconómico, se han convertido en el principal freno para este desarrollo.
- ▶ ***CRONY CAPITALISM***
- ▶ TIC percibidas de forma ambivalente por los gobiernos:
 - necesarias para generar valor añadido e ingresos que benefician al propio poder;
 - factor que posibilita la re-distribución masiva de influencia y organización (*Erdogan, Al-Sisi, Irán...*)



Corrupción (e-government?!)

(estimates of corruption in the Arab world: valued \$300-400bn annually)

- ▶ Corruption Perceptions Index **2014** vs 2013 (*Transparency International*)
 - Out of 175 countries, Iraq ranked 170 globally and Libya 166 (*ten most corrupt countries of the world*)
 - Lebanon dropped from 127 to 136; Tunisia from 77 to 79; Algeria 94 to 100.
 - With some measures: Morocco from 91 to 80; Jordan from 66 up to 55.
- ▶ **Informe del Banco Mundial 2014:**
 - TN: 214 importantes empresas vinculadas Ben Ali, (21% de los beneficios sector privado nacional en 2010 & < 1% puestos de trabajo)
 - EG: mínimo de 469 empresas vinculadas Mubarak (60% beneficios del sector privado & +/- 10% puestos de trabajo)



Creciente interés por las TIC

- Economic and Social Commission for Western Asia (**ESCWA**):
 - permanente interés por ICT tanto a nivel de su difusión y acceso como formación a las autoridades de la región.
 - *'Arab Regional Roadmap for Internet Governance' (2010)*
- Banco Europeo de Inversiones (**BEI**): Knowledge Economy & ICT es una de sus prioridades.
- Banco Africano de Desarrollo (**BAfD**) (2012) : *'Open, smart and inclusive development: ICT for transforming North Africa'*
- International Telecommunication Union (**ITU**) (2012): *'ICT adoptions and prospects in the Arab region: connecting the unconnected by 2015'*



Interés general en la zona por las TIC

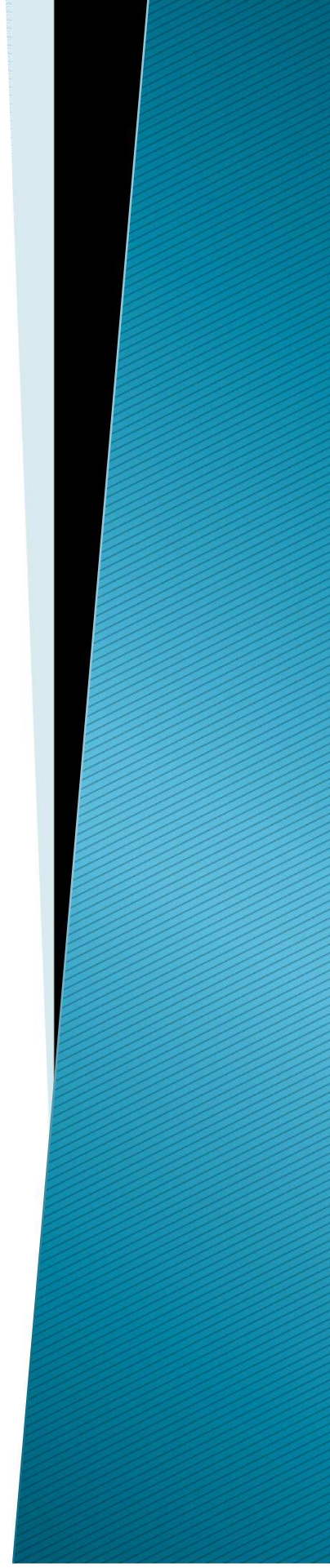
30 septiembre 2014, Bruselas:

***‘Ministerial de la Unión por el Mediterráneo
sobre Economía Digital’***

[http://ufmsecretariat.org/wp-
content/uploads/2014/09/UfMMinistersDeclarati
onEN.pdf](http://ufmsecretariat.org/wp-content/uploads/2014/09/UfMMinistersDeclarationEN.pdf)



The opportunity in the area of cooperation in the development of digital services, in particular open data, big data, and e-infrastructures. In this respect it is necessary to have further public and private investment in increasing the interconnection between Mediterranean and European connectivity systems and research networks in order to facilitate and achieve the mutually beneficial exchange and sustained interconnection between Mediterranean education and research networks within and between regions, and the access to and use of educational, health, scientific and research resources (e-infrastructures), while respecting national sovereignty interests.



An open, participative, consensus-driven governance for the Internet which is accountable, equitable, distributed and collaborative, and that places the Internet's core values at the centre, namely as a single, open, free, secure, reliable and un-fragmented network and providing non-discriminatory access to knowledge;

The development, by all organizations with responsibilities in the Internet governance ecosystem, of principles for transparency, accountability and inclusiveness;



Demografía

	<u>2013</u>	<u>2030</u>		<u>% urban.</u>
▶ MARRUECOS	32	40	+/-400.000/año	58
▶ ARGELIA	35	48	+/-400.000/año	73
▶ EGIPTO	82	100	>1, 4 Mill/año	44
▶ TURQUÍA	75	85	>1, 3 Mill/año	72
▶ SIRIA	22, 5	30	400.000/año	44

- ▶ **+/- 25% < 15 años**
- ▶ **+/-70 % < 30 años; doblará población en unos 30 años.**



‘ARAB DIGITAL GENERATION’

- ▶ Concepto acuñado por Strategy& y Google en un informe 2012.
- ▶ Hace referencia a un segmento de población no mayoritario (clase media educada con habitual acceso a TICs) pero significativo en cuanto a tendencias y capacidad de movilización / liderazgo;
- ▶ Generación en torno a 15-35 años (representa el 40% población MENA aprox) y digitalmente muy activos en Internet



'ARAB DIGITAL GENERATION'

- ▶ Usuarios asiduos de Internet:
 - Desde 2001 es la región del mundo con mayor crecimiento de usuarios de Internet: 2001 – 2014 ha aumentado un 600%
 - Penetración de Internet pasará del 32% de la población en 2012 (>111 millones) al 51% en 2017 (197 millones): 3% superior a la media mundial en este año (*Arab Knowledge Economy Report, 2014*)
 - Irán: 53% 2014 (*Ministerio Asuntos para la Juventud y Deportes*)



‘ARAB DIGITAL GENERATION’

- Digitalmente muy activos:
 - 2012: 10 millones árabes digitalmente activos (redes sociales...) (4% usuarios mundiales)
 - 2014: 13 millones árabes digitalmente activos (redes sociales...) (11% usuarios mundiales)

(Arab Knowledge Economy Report, 2014)



'ARAB DIGITAL GENERATION'

- ▶ **Every day** in the Arab world *(Discover Digital Arabia 2013)*:
 - 100 million Google searches. That is 70.000 days' if each Google search takes just under a minute.
 - 36,000 new Facebook users register online. That's more than the number of people born in the region per day.
 - Equivalent to 60 days' worth of Youtube videos uploaded: aprox the same amount of content aired by the region's leading TV stations.
 - 10.832.000 tweets per day: more than triple the content of all Arabic newspapers printed every day
 - 37.095.955 Facebook users below the age of 30: more than 4 times the total number of students enrolled in universities in the Arab world.



‘ARAB DIGITAL GENERATION’: *cambio de valores*

The survey results show the impact of technology on society. The ADG is developing its own, less traditional ideas about family, religion, and marriage. The results also point to implications for sectors critical for socioeconomic development: 1) government, where the ADG has high expectations for transparency and e-government services; 2) the private sector, where the ADG’s significant buying potential is untapped; 3) education, where the ADG wants digital upgrades and new teaching tools as preparation for the job market; and 4) healthcare, where the ADG feels that providers can leverage new technology to improve access to care, along with quality and cost.



Internet Users, Distribution and Growth in Middle East and North Africa 2012-2017

Country	2012 Population	2012 Internet Users	Penetration (end 2012)	% of Sub-Total	2011 Internet Users	2011-12 Growth	CAGR, 2012-17	2017 Internet Users
Gulf Co-operation Council Countries								
Bahrain	1,217,701	799,521	65.66%	3.03%	715,928	11.68%	8%	1,174,759
Qatar	1,836,676	1,008,850	54.93%	3.82%	854,958	18.00%	12%	1,777,938
UAE	9,036,488	5,169,280	57.20%	19.58%	4,574,578	13.00%	10%	8,325,177
KSA	29,595,084	15,800,000	53.39%	59.85%	13,600,000	16.18%	8%	23,215,384
Kuwait	3,823,728	2,268,470	59.33%	8.59%	1,853,394	22.40%	8%	3,333,127
Oman	3,770,473	1,353,318	35.89%	5.13%	1,146,880	18.00%	12%	2,385,009
Sub Total	49,280,150	26,399,439	53.57%	100.00%	22,745,738	16.06%	8.53%	40,211,394
Levant								
Jordan	6,388,000	2,603,148	40.75%	5.98%	2,187,519	19.00%	10%	4,192,396
Lebanon	4,447,877	2,007,860	45.14%	4.61%	1,730,914	16.00%	10%	3,233,679
Egypt	83,661,000	26,256,732	31.38%	60.29%	21,671,400	21.16%	12%	46,273,333
Palestine	4,356,931	1,332,540	30.58%	3.06%	1,140,172	16.87%	15%	2,680,214
Syria	19,200,000	5,011,474	26.10%	11.51%	5,113,749	-2.00%	14%	9,649,165
Iraq	34,576,200	6,337,139	18.33%	14.55%	5,510,556	15.00%	16%	13,310,157
Sub Total	152,630,008	43,548,893	28.53%	100.00%	37,354,310	16.58%	12.10%	79,338,944
North Africa								
Libya	6,100,000	1,355,000	22.21%	4.55%	1,180,000	14.83%	16%	2,845,963
Morocco	32,773,500	15,543,226	47.43%	52.17%	12,728,464	22.11%	10%	25,032,521
Tunisia	10,869,143	4,515,544	41.54%	15.16%	3,432,988	31.53%	12%	7,957,931
Algeria	37,900,000	8,378,522	22.11%	28.12%	6,867,641	22.00%	18%	19,168,029
Sub Total	87,642,643	29,792,292	33.99%	100.00%	24,209,093	23.06%	11.62%	55,004,444
Other Arab								
Sudan	35,609,658	7,824,396	21.97%	65.31%	6,259,517	25.00%	13%	14,415,942
Yemen	24,881,000	4,156,000	16.70%	34.69%	3,327,558	24.90%	15%	8,359,200
Sub Total	60,490,658	11,980,396	19.81%	100.00%	9,587,075	24.96%	12.66%	22,775,142
Total	350,043,459	111,721,020	31.92%	100.00%	93,896,216	18.98%	11.23%	197,329,924

Source: Arab Ministries of Planning, Telecommunications companies/ISPs and MRD/Orient Planet

Internet Users By End 2017

Country	Population End 2017	Internet Users End 2017	Penetration
Bahrain	1,344,438	1,174,759	87.38%
UAE	11,533,103	8,325,177	72.19%
KSA	33,993,934	23,215,384	68.29%
Qatar	2,642,812	1,777,938	67.27%
Kuwait	4,523,798	3,333,127	73.68%
Oman	4,587,357	2,385,009	51.99%
Total GCC	60,175,161	40,211,394	66.82%
Egypt	95,973,133	46,273,333	48.21%
Iraq	39,310,998	13,310,157	33.86%
Syria	20,179,393	9,649,165	47.82%
Jordan	7,130,776	4,192,396	58.79%
Lebanon	4,674,761	3,233,679	69.17%
Palestine	5,044,572	2,680,214	53.13%
Total Levant	159,163,109	79,338,944	49.85%
Morocco	34,594,329	25,032,521	72.36%
Algeria	42,166,321	19,168,029	45.46%
Tunisia	11,565,661	7,957,931	68.81%
Libya	6,625,563	2,845,963	42.95%
Total North Africa	94,917,727	55,004,444	57.95%
Sudan	41,622,850	14,415,942	34.63%
Yemen	28,702,882	8,359,200	29.12%
Total Sudan & Yemen	70,323,970	22,775,142	32.39%
Total (18 Arab Countries)	383,796,441	197,329,924	51.42%

Source: MRD and Orient Planet.

'ARAB DIGITAL GENERATION'

▶ Contenidos en árabe:

- Población árabe es el **4,5% mundial** PERO **1%** contenidos son en árabe & **0,2%** de los contenidos globales están generados en MENA.
- 60% de los árabe parlantes preferirían utilizar en Internet contenidos en árabe (el 50% no hablan inglés)
- Para el 40% población árabe más pobre (la que pretende ayudar el B.M.) acceder a contenido en su lengua es esencial

(Arab Media Outlook 2009-2013)



Islamic Digital Economy

- ▶ Global digital economy consumption (*e-commerce & anuncios dirigidos a musulmanes*):
 - **2014**: TOTAL \$1,9 trillones / Islamic \$ 107 billones (**5,8%**)

Sería el cuarto '*mercado*' digital del mundo, tras EUA, China & UK
Modest fashion, halal food, Islamic economy education....
 - **2020**: TOTAL \$ 4,3 trillones / Islamic \$ 277 billones (**17%**)
 - Primeros mercados *Islamic digital consumption*: Turquía (\$ 8,6 billones), Egipto (\$ 6,5 billones), Malaisia, Nigeria, Indonesia...

'Digital Islamic Economy', Thomson Reuters & Dinar Standard (2015)



TIC como factor de inclusión socioeconómica

- ▶ Todo el mundo árabe es consumidor de TIC, pero son las ciudades del GCC y Levante los grandes actores / productores (Dubái, Beirut, Cairo, Aman...)
- ▶ Determinantes del desarrollo de las TIC:
 - Infraestructura tecnológica
 - Educación (digital)
 - Calidad de las instituciones
 - Ecosistema de la Innovación e inversión



Impacto transversal inclusivo.

- ▶ Las TIC están impactando de forma creciente y transversal: sector privado, sociedad civil y gobiernos crecientemente involucrados.
- ▶ E-commerce, financiación innovadora (*mobile banking, crowdfunding*), emprendeduría, acceso a e-learning, e-health, e-gouvernement...
- ▶ Impacto de la '*economía móvil*'



The Arab World Online 2014: Trends in Internet and Mobile Usage in the Arab Region

The economic impact of Internet growth in the Arab region will only increase going forward. For example, in 2020, it is estimated that around 20 percent of the labor market in the Middle East and North Africa region will be related to internet and technology industries⁴. Unlike other mature sectors in Arab economies, these fast-growing industries will provide the majority of the badly needed new jobs.



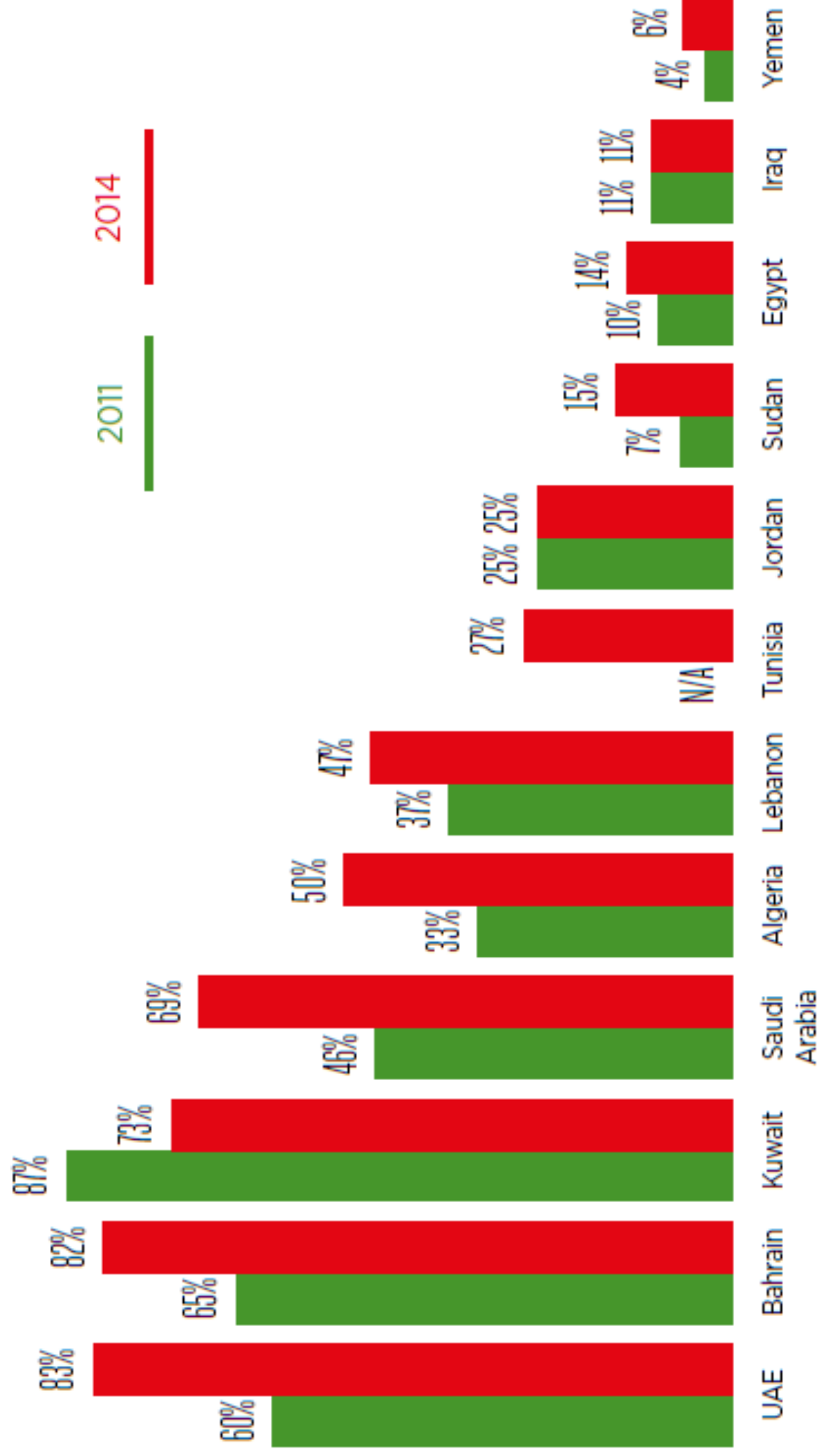
E-commerce

- ▶ PayPal informe 2013:
 - MENA es la zona del mundo donde más crece el pago on-line (45% anual)
 - En cuatro años se ha doblado el volumen: 2011 \$7 billones – 2015 \$15 billones
- ▶ Pero hay una idiosincrasia local que condicionan su crecimiento:
 - la gente no se fía del pago por Internet (80% es cash on delivery; *COD*); prefieren el contacto personal / físico;
 - Requiere facilidades burocráticas transfronterizas; agilidad y normalidad para su eventual expansión.



Account at a financial institution

(Percentage age 15+)



Financiación innovadora: *mobile banking*

- ▶ La exclusión financiera es más severa entre las mujeres, trabajadores inmigrantes y refugiados.
- ▶ El móvil, dada su gran penetración en estas sociedades, provee acceso a financiación a los *unbanked* (Kenia, Bangladesh...)
- ▶ Todavía % bajo de los flujos financieros, pero de creciente impacto entre los más desfavorecidos (con móvil).
- ▶ Requiere adaptaciones legislativas y aprobaciones de los bancos centrales (Jordania 2014, Marruecos 2015...)
- ▶ Genera ciertas reticencias entre ciertos intereses financieros de la zona.



Financiación innovadora: *crowdfunding*

- ▶ Gran problema en la zona: **acceso a la financiación para pequeños proyectos y empresas.**
- ▶ Comenzó en 2011 y se extendió por EAU, Líbano, Jordania y posteriormente Egipto.
- ▶ 2011 se crearon 4 plataformas en la región; en 2012, 7 más.
- ▶ Principales actores:
 - www.Zoomaal.com (Lebanese focus and expanding; social and cultural projects)
 - www.eeureeca.com
 - <http://yomken.com/>
 - www.shekra.com (Egyptian focus, Sharia compliant)
 - <http://tennra.com/> (world's first gamified crowd funding platform)



Financiación innovadora: *crowdfunding*

- ▶ Está facilitando:
 - una creciente financiación de pequeños empresarios y proyectos sociales y culturales
 - La implicación de la diáspora en la financiación de proyectos en sus países de origen.



Emprendeduría

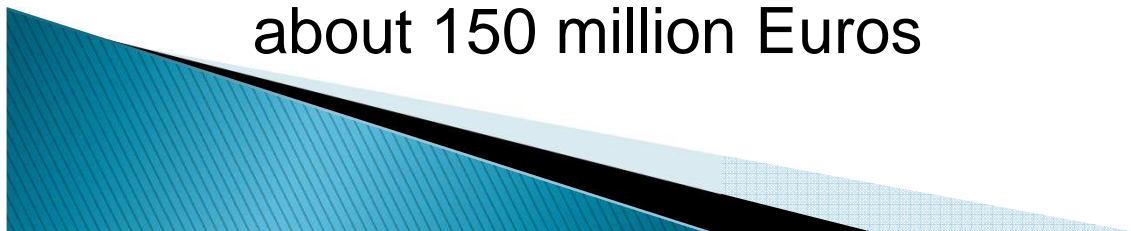
- ▶ *'Start-up rising: the entrepreneurial revolution remaking the Middle East', 2013*
(<http://startuprisingbook.com>)
- ▶ www.wamda.com El punto de encuentro del mundo digital en MENA.
- ▶ Desde 2011 se crean incubadoras empresariales con una metodología exitosa: Flat6Lab (Cairo, Abu-Dhabi,....), Oasis500, Berytech, i360 accelerator, The Greek Campus.....

<http://www.menapea.com/vcdirectory.php?catid=5>



Casos emblemáticos

- ▶ Creciente papel de *start-ups* tecnológicas en ciudades *hub* de MENA: Cairo, Beirut, Dubái, Aman, Riad...
- ▶ Significativos de tendencias hacia las que evolucionan ciertos segmentos de población líderes: jóvenes urbanos formados.
- ▶ Algunos casos de éxito digital internacional:
 - 2009, Maktoob was sold to Yahoo! for \$164 million
 - 2015, German e-commerce group Rocket Internet buys Kuwait-based food delivery service Talabat for about 150 million Euros



Emprendeduría y talento

- ▶ Sofisticación de los medios de generación de empleo y conexión de talento en MENA:
 - <https://blog.nabbesh.com/fursati/fursati> Empowering Palestinian youth by bringing talent to a Middle Eastern jobs market through virtual means.
 - www.nabbesh.com/en/ Middle East's only virtual skills marketplace.
 - www.bayt.com Leading recruitment web in MENA



Formación on-line


- ▶ La educación es la base de todo desarrollo social y económico. Las TIC son la herramienta que permite su democratización (acceso y difusión)
- ▶ Existe una falta de infraestructuras (escuelas dignificadas), calidad y conocimiento en la formación.
- ▶ Egipcios dedican unos \$3 billones en educación extraescolar (aprox 1% PIB)
- ▶ Iniciativas:
 - Nafham (100.000 descargas diarias de lecciones)
 - Edraak (*first not-for-profit Arab platform for MOOCs aimed at bringing world-class education to millions of Arabs*)
 - Caso de Tahrir Academy: cierre por leyes egipcias



Encuesta 3.000 personas mundo árabe

marzo –abril 2014

Time Spent on Online Educational Activities

- 63% of respondents research their interests at least once a day and only 2% have never done so
 - 28% of respondents use language learning platforms at least once a day
 - 45% of respondents read educational blogs at least once a day
 - 27% of respondents watch instructional videos at least once a day
 - 15% of respondents have never taken formal online courses offered by their institution
 - 48% of respondents have never taken free online courses and 32% do so at least several times a week (with 13 % of those doing so at least once a day)
- 

Mobile economy

- ▶ Gran penetración de telefonía móvil en MENA: 2011 alcanzó el 97% (>9% que la media mundial)
- ▶ Penetración Smartphone entre las más elevadas del mundo:
 - 2013: 21,5% 2017: 36% (EAU & Saudi entre el TOP3 mundial)
 - Irán: Marzo 2015: 20 millones. Marzo 2016: 40 millones
- ▶ Pero grandes disparidades regionales: CCG vs. Norte de África o Yemen.

▶ ***'The Mobile Economy. Arab States 2015', GSMA***

Mobile economy

In 2014, mobile technologies and services generated 4% of GDP in the Arab States, a contribution that amounted to around \$115 billion of economic value across the 18 countries. In the period to 2020 we expect the mobile economy to grow at a slightly faster rate than the region's economies overall, accounting for 4.5% of GDP in five years' time. This analysis does not include a number of socio-economic impacts, such as improved access to education and health services brought about by mobile applications.

The mobile ecosystem supported 1.3 million jobs in the region in 2014. This includes workers directly employed in the ecosystem and jobs that are indirectly supported by the economic activity generated by the sector. In addition to the mobile sector's impact on the economy and labour market, it makes a substantial contribution to the funding of the public sector, with approximately \$13 billion raised in 2014 in the form of general taxation.

Mobile economy



By 2020, there will be **327m** smartphones, growth of **210m** from the end of 2014

Mobile economy

Mobile industry contribution to GDP

2014 \$115bn



2020

\$164bn




Mobile economy

Employment

Jobs directly supported by mobile ecosystem

0.85m JOBS 2014

1.04m JOBS 2020



Plus an additional **0.6m** indirect jobs supported by 2020

Mobile economy

The Arab States has seen several developments in the innovation space. The number of companies founded after 2010 has increased by over 200% compared to pre-2010, with a significant proportion located in the UAE. There has also been increased start-up activity in Egypt, Jordan and Lebanon. The main focus area for these new companies is e-commerce, followed by software, advertising, education, social media and games. The total amount of funding in Arab States companies has increased rapidly, growing by 130% between 2013 and 2014.

TIC y la implicación de la diáspora

- ▶ Cifras del Banco Mundial:
 - Remesas emigrantes 1/10 PIB economías del Levante 2013 (Líbano 18%; Palestina 14%; Jordania 11%)
 - En torno a 20 millones de personas diáspora MENA: CCG, EU y EUA
 -
- ▶ Tras revueltas 2011 ven un incentivo para implicarse en sus países de origen, y las TIC les ofrecen crecientes vías.



TIC y la implicación de la diáspora

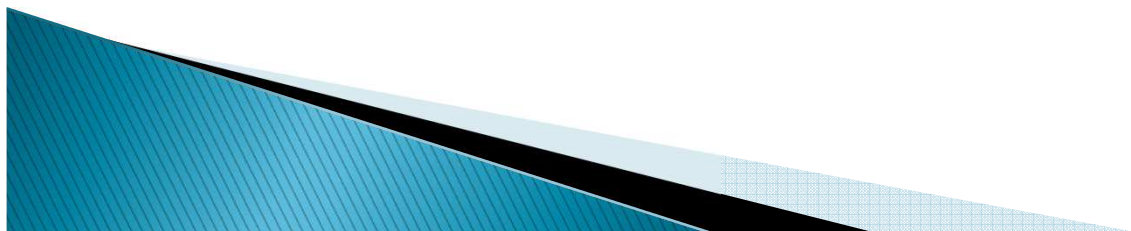
- ▶ Financiación (business angels, crowdfunding)
- ▶ Mentoring & coaching
- ▶ Implicación en desarrollo de start-ups
- ▶ Crecientes programas para aumentar la implicación de la diáspora en sus países de origen de forma más eficiente:
 - ANIMA: *MED Generation (Líbano, Palestina y Jordania)*



TIC y la implicación de la diáspora

▶ Ejemplos relevantes:

- <https://techwadi.org/> Bringing Silicon Valley to MENA
- <http://www.riseegypt.org/> Social ventures in Egypt
- <http://www.pitme.com/> Accelerator program for Middle East start-ups
- <http://paceim.ird.fr/> Incubadora tecnológica francesa para empresas en el Magreb y Líbano (financiado por el BEI)
- <http://lebnet.us/> Network of Lebanese-American Professionals
- <http://connect.jo/> Professional Jordanians abroad
- <http://ibridges.org/> Diáspora iraní colaborando con start-ups tecnológicas de Irán



Gestión de refugiados

- ▶ Las TIC están siendo utilizadas de forma masiva en la gestión de la crisis de los refugiados sirios: tanto por las agencias de ayuda humanitaria y ONGs como por los propios refugiados.
- ▶ Es la primera gran crisis de movimientos masivos de población nativa digital (clase media, urbana, joven)
- ▶ Cargadores y wifi se han convertido en una demanda de '*primera necesidad*' para los refugiados.



Gestión de refugiados

- ▶ Geo-localización en caso de naufragio, transferencia de cash de los refugiados, censos de campos de refugiados, información en tiempo real sobre fronteras y rutas, comunicación a los familiares de cómo y dónde se encuentran, transmisión de expedientes entre agencias, traducción simultánea de información en otras lenguas, formación para los niños refugiados, ayuda online para cirugías en las ciudades sitiadas, apoyo psicológico, '*recetas*' básicas de supervivencia en ciudades sitiadas, escaneado de iris para gestión de refugiados, grupos en facebook con información sobre trámites exactos para obtener status de refugiado / asilo, webs de acogida de refugiados por parte de vecinos donde dormir, compilación de horarios de autobuses, rutas y otras informaciones básicas de islas griegas como Lesbos (como ubicación de hospitales o de, centros de acogida de refugiados)...



Gestión de refugiados

Mobile phones are increasingly used during emergency situations, to monitor population movements and to use this humanitarian data post-disaster. For example, in the Syrian refugee camp in Jordan, Souktel worked on a mobile supply management system as it was becoming increasingly difficult to get food, water and medical supplies to the right people. The system included a mobile inventory management tool that records incoming and outgoing shipments, and smartphone applications to track packages via satellite and report back on their status and GPS coordinates in real time. The end result is a faster, more efficient aid supply chain²⁵.

Another growing trend has been to provide displaced populations with mobile money services, as money is increasingly being used as a form of humanitarian assistance. The expansion of mobile money services for displaced populations has grown because of the demand from the displaced populations, the mobile operators' recognition of the opportunities that this can bring, and the recognition from humanitarian organisations of the benefits for displaced populations.



Las mujeres: un contexto difícil

- ▶ Son uno de los principales motores del cambio en la zona.
- ▶ Están sufriendo una creciente (re)presión en las sociedades de la zona:
 - Socio-cultural (sociedades patriarcales conservadoras)
 - Por parte de las autoridades de sus países: defensoras de demandas sociales de mayor libertad e igualdad en un momento de creciente represión.
- ▶ Tienen especial dificultad para:
 - seguir con los estudios;
 - conseguir trabajo (22% de integración laboral, el más bajo del mundo)
 - conseguir financiación para sus proyectos.



Las TIC: un factor de empoderamiento de las mujeres?

- ▶ Las nuevas tecnologías digitales están dando herramientas a las mujeres para poder empoderarse: formación, activismo político-social, emprendedora-trabajo y acceso a financiación (*mobile banking, crowdfunding, fondos ad hoc...*).
- ▶ Encuesta entre usuarias de Internet, norte de África:
 - 90% opina que Internet les animaba a ser más emprendedoras;
 - 91% decían que Internet está ayudando a crear una nueva generación capaz de decidir sobre sus vidas y mejorarlas.



Las TIC: un factor de empoderamiento de las mujeres?

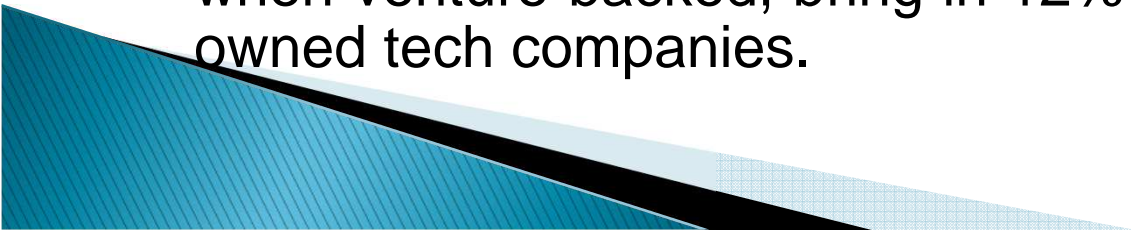
- ▶ Proliferación de fondos *business angels* y capital riesgo especializados en proyectos empresariales de mujeres ligados a proyectos tech.
- ▶ Aumento de plataformas, premios, encuentros... para mujeres que quieren ser empresarias (p.e. *Microsoft Marruecos con Cloud Startup Academy*; www.wamda.com/2013/10/initiatives-working-empower-women-middle-east....)



Las TIC: un factor de empoderamiento de las mujeres

- ▶ Informes de Wamda, Kauffman Foundation & Google (2014)
- ▶ Although the **average number of female founders may hover around 30% in the Arab world- which is much higher than the global average of 3% in tech communities**, according to the Kauffman Foundation- that percentage is not always reflected in the visibility of women as mentors and leaders in the tech entrepreneurship community.

Yet the presence of female leaders is crucial. As Google for Entrepreneurs points out, **women-led tech companies, on average, achieve 35% higher return on investment**, and, when venture-backed, bring in 12% more revenue than male-owned tech companies.



Las TIC y las mujeres

▶ Problemáticas:

- 78% de las mujeres que utilizan Internet lo hacen solo en su casa, con la posible supervisión que eso puede significar.
 - Las TIC pueden empoderar a las mujeres, pero las mantienen en sus hogares, lo que coincide con uno de los objetivos de los entornos islamistas y conservadores.
 - Las TIC permiten hacer un seguimiento digital de la actividad de las personas, pudiendo esto generar *problemas* a las mujeres (en este caso)
- 