



TRABAJO FIN DE MÁSTER

# IGUALDAD DE GÉNERO EN EL ÁMBITO ECONÓMICO

PROYECTO DE INTERVENCIÓN PARA TRABAJAR LA  
IGUALDAD DE GENERO EN ECONOMÍA A TRAVES DE LAS  
NUEVAS TECNOLOGÍAS

Estudiante: Mónica García Chillón

Especialidad: Economía y Administración de Empresas

Tutora: Rosario Tur Ausina

Curso académico: 2023-24

<b>1. Resumen y palabras clave.....</b>	<b>4</b>
<b>2. Introducción .....</b>	<b>4</b>
<b>2.1. Tema .....</b>	<b>4</b>
<b>2.2. Justificación.....</b>	<b>5</b>
<b>2.3. Objetivos .....</b>	<b>6</b>
<b>3. Revisión bibliográfica.....</b>	<b>6</b>
<b>3.1. Sistema educativo y Economía.....</b>	<b>6</b>
<b>3.1.1. Implantación de la economía en el Sistema educativo .....</b>	<b>6</b>
<b>3.1.2. La economía como instrumento de formación.....</b>	<b>6</b>
<b>3.2. Economía e igualdad .....</b>	<b>7</b>
<b>3.2.1. Brecha de género en el campo económico .....</b>	<b>7</b>
<b>3.2.2. La representación de las mujeres en economía y puestos de liderazgo .....</b>	<b>8</b>
<b>3.2.3. Los desafíos que enfrentan las mujeres emprendedoras .....</b>	<b>10</b>
<b>3.2.4. Economía e igualdad de oportunidades .....</b>	<b>11</b>
<b>3.3. TIC's, economía e igualdad de género .....</b>	<b>12</b>
<b>3.3.1. Las TIC's en el sistema educativo .....</b>	<b>12</b>
<b>3.3.2. Las TICs en economía.....</b>	<b>13</b>
<b>3.3.3. Las TICs como instrumento coeducativo .....</b>	<b>14</b>
<b>4. Propuesta .....</b>	<b>15</b>
<b>4.1. Introducción .....</b>	<b>15</b>
<b>4.2. Objetivos .....</b>	<b>16</b>
<b>4.3. Sujetos destinatarios .....</b>	<b>16</b>
<b>4.4. Metodología.....</b>	<b>17</b>
<b>4.5. Recursos y materiales .....</b>	<b>17</b>
<b>4.6. Cronograma y planificación de las sesiones.....</b>	<b>18</b>
<b>4.7. Desarrollo del Proyecto de intervención.....</b>	<b>19</b>
<b>4.8. Evaluación .....</b>	<b>21</b>
<b>5. Conclusiones.....</b>	<b>22</b>
<b>6. Referencias.....</b>	<b>24</b>
<b>7. Anexos.....</b>	<b>27</b>
<b>Anexo I. Diagnóstico inicial (Aplicación Kahoot) .....</b>	<b>27</b>
<b>Anexo II. Formulario Taller I .....</b>	<b>28</b>
<b>Anexo III. Formulario Taller 2.....</b>	<b>30</b>
<b>Anexo IV. Formulario Taller 3 .....</b>	<b>32</b>



**Anexo V. Plantilla Guion entrevista..... 34**  
**Anexo VI. Plantilla para la Creación de campaña..... 35**



## **I. Resumen y palabras clave**

El presente trabajo fin de máster (TFM) aborda la necesidad de trabajar la coeducación y la sociedad digital en el sector económico, en particular orientado al alumnado de 3º de la ESO.

Para ello, el alumnado debe reconocer la importancia de erradicar los estereotipos de género mientras el profesorado ha de fomentar una educación con perspectiva de género para preparar a las nuevas generaciones a convivir en una sociedad más justa e igualitaria. Ello al tiempo que se destaca la relevancia de la revolución digital y tecnológica en todo este proceso. A tal efecto, en el núcleo central del TFM se propone un proyecto de intervención, donde se busca concienciar al alumnado sobre la desigualdad de oportunidades en la economía, fomentar una participación activa para conseguir lograr la equidad, y tomar conciencia de cómo la tecnología puede ser un factor propicio (o perjudicial) para dichos objetivos.

**Palabras clave:** mujer, desigualdad, economía, TIC y evolución.

### **Abstract**

This Master's thesis (TFM) addresses the need to work on coeducation and the digital society in the economic sector, particularly for students in the 3rd year of ESO.

To this end, students must recognise the importance of eradicating gender stereotypes while teachers must promote education with a gender perspective in order to prepare new generations to live together in a fairer and more egalitarian society. At the same time, the relevance of the digital and technological revolution in this process is highlighted. To this end, the central core of the TFM proposes an intervention project, which seeks to make students aware of the inequality of opportunities in the economy, encourage active participation to achieve equity, and become aware of how technology can be a factor that can be conducive (or detrimental) to these objectives.

**Key words:** women, inequality, economics, ICTs and evolution

## **2. Introducción**

### **2.1. Tema**

El presente Trabajo fin de Máster (TFM) se ha realizado con el objetivo de elaborar un proyecto de intervención para trabajar la igualdad de género en economía a través de las nuevas tecnologías, en la asignatura de economía y para el alumnado de 3º de la ESO. La finalidad específica de este proyecto es la de concienciar al alumnado sobre la desigualdad de oportunidades existente y fomentar la lucha para conseguir ese equilibrio de mujeres y hombres. Deberán ser capaces, mediante el uso de la tecnología, de detectar posibles avances, sesgos y estereotipos y dilucidar asimismo en qué medida las TICs son unas aliadas o unas enemigas para la enseñanza y aprendizaje de una

economía coeducativa. A través del presente trabajo se busca promover la equidad de género en este ámbito, destacar el papel de las mujeres referentes en la economía, analizar el apoyo de la tecnología para impulsar su participación y fomentar el trabajo autónomo del alumnado para enfrentarse a una sociedad y una economía rodeada de estereotipos con apenas perspectiva de género.

## 2.2. Justificación

Si analizamos el marco teórico de este TFM, podemos observar la importancia de la lucha constante por la igualdad de género. Debemos de ser conscientes de que hombres y mujeres deben tener los mismos derechos, oportunidades y responsabilidades en todos los ámbitos de la sociedad y, por tanto, tenemos la obligación de fomentar y desarrollar los principios de equidad, justicia y respeto por la diversidad.

Al hablar de género, hacemos referencia a las características socialmente construidas y asignadas a hombres y mujeres, que determinan nuestros roles, normas y expectativas en relación con el comportamiento, actitudes y oportunidades de hombres y mujeres. Junto a esta determinación del género, aparecen los conocidos estereotipos. Cuando a un hombre o una mujer se le asigna un rol determinado por su sexo automáticamente se le atribuyen estereotipos considerados apropiados para el sexo en cuestión, que no han sido elegidos libremente por las personas. Estos estereotipos pueden limitar las opciones y oportunidades de las personas, perpetuando desigualdades de género.

Ahora bien, es importante trasladar el fenómeno de la igualdad de género al ámbito educativo y promover la igualdad de oportunidades y derechos de hombres y mujeres en la educación. Al fomentar una educación con perspectiva de género se eliminan estereotipos de género, se promueve el respeto y la valoración mutua, se desarrollan habilidades sociales y emocionales equitativas, y se prepara a las nuevas generaciones para vivir en una sociedad más justa e igualitaria. Además, la coeducación contribuye a romper barreras y roles tradicionales de género, permitiendo que todos los individuos puedan desarrollar su máximo potencial sin limitaciones basadas en su sexo (Cabeza Leiva, A. (2010).

Otro aspecto fundamental de la sociedad actual, la cual influye al sistema educativo, es la revolución digital y tecnológica. La sociedad digital hace referencia a la influencia de las tecnologías de la información y comunicación en nuestra vida cotidiana. En dicho contexto, la coeducación se convierte en un aspecto clave para garantizar una educación inclusiva y equitativa en la sociedad digital. Esto implica desafiar los estereotipos de género, promover habilidades digitales equitativas, fomentar la participación de las mujeres en todos los campos, garantizar que todas las personas tengan acceso a una educación digital de calidad, y utilizar herramientas digitales para educar en valores de igualdad y respeto.

Respecto a la programación de este TFM, en primer lugar, abordaremos los objetivos, los cuales van a determinar el desarrollo de este trabajo. En segundo lugar, exponemos el marco teórico que nos ayudara a entender la situación actual para poder abordar nuestro tema de estudio, la igualdad de género en economía. Posteriormente, desarrollaremos el

proyecto de intervención “Empoderamiento Económico a través de la Igualdad de Género: Mujeres Líderes en la Era Digital” dirigido al alumnado de 3º de la ESO.

### 2.3. Objetivos

En vista del marco teórico de nuestro tema, determinamos como objetivo de este análisis promover la igualdad de género en el campo económico con las nuevas tecnologías y destacar el papel de las mujeres referentes en este ámbito.

Partiendo de este objetivo general, podemos desglosarlo en diferentes apartados, los cuales hacen referencia a los siguientes **objetivos específicos**:

1. Promover la conciencia y comprensión de la igualdad de género y el liderazgo femenino
2. Capacitar al alumnado en el uso efectivo de las tecnologías para el empoderamiento económico femenino
3. Explorar y analizar ejemplos de liderazgo femenino en la comunidad
4. Fomentar la reflexión y el compromiso de los participantes con la promoción de la igualdad género en su entorno

### 3. Revisión bibliográfica

#### 3.1. Sistema educativo y Economía.

El estudio de la economía dentro del Sistema educativo es crucial para el desarrollo del alumnado, ya que les proporciona las herramientas necesarias para comprender los desafíos económicos de la vida cotidiana. Y les da, asimismo, los conocimientos necesarios para obtener una comprensión profunda del funcionamiento de la sociedad que nos rodea, así como de los sistemas financieros que la componen. Además, así podrán conocer y comprender de una manera adecuada nuestra situación económica, así como gestionar la economía de una forma más saludable.

##### 3.1.1. Implantación de la economía en el Sistema educativo

La economía en la educación española ha evolucionado desde el siglo XIX, cuando se integró en otras asignaturas, hasta llegar a ser una materia destacada en distintos niveles educativos. En un principio, se limitaba a ciclos superiores, pero debido al contexto económico y social, se ha expandido a niveles inferiores. Se han sucedido diversas leyes y reformas educativas que han incentivado la enseñanza económica, desde la Ley Moyano en 1857 hasta la LOMLOE de 2020. Estas leyes han establecido asignaturas como Economía, Economía de la Empresa y otras relacionadas con la gestión empresarial en Bachillerato y Formación Profesional. En la actualidad, se destaca la importancia de fomentar el espíritu emprendedor desde etapas tempranas del sistema educativo.

##### 3.1.2. La economía como instrumento de formación

La economía es más que ciencia. Es el medio fundamental a través del cual la ciudadanía debe moverse a lo largo de su vida, determinando su situación material actual

y futura, así como su capacidad para alcanzar metas importantes y vivir una vida satisfactoria en sociedad.

Vivimos en una sociedad globalizada que requiere la adquisición por parte de los individuos de unas destrezas y actitudes que deben adaptarse a ella. Dentro de estas destrezas debemos de destacar la importancia que tienen las nociones económicas, ya que la ciudadanía está incitada constantemente hacia el consumo, para lo cual debemos de tener unas herramientas que nos permitan analizar de manera crítica la información que recibimos.

### **3.2. Economía e igualdad**

Son muy interesantes los avances recientes del estudio de las relaciones entre igualdad de género, factores productivos y crecimiento económico. En “La mujer y la economía” (2019), en “Racionalidad económica y diversidad de género, la ministra de Economía Nadia Calviño explica que los estudios tradicionales se han centrado en analizar el aumento de la dotación del factor trabajo – y por tanto del PIB- generado por una mayor participación de la mujer.

De este modo, las ganancias en términos de crecimiento económico por incorporar a las mujeres de manera efectiva superarían lo que se considera tradicionalmente. Es más, si una mayor diversidad aumenta la productividad de los factores ya empleados, los salarios de los hombres pueden también mejorar con la inclusión de las mujeres en el ámbito económico. Según un análisis realizado por la Organización Internacional del Trabajo <sup>1</sup>, tres de cada cuatro empresas que han promovido la presencia de mujeres en cargos directivos han registrado un aumento de sus beneficios del 5% al 20%.

#### **3.2.1. Brecha de género en el campo económico**

Actualmente, promover la justicia y los derechos de las mujeres en la economía, así como cerrar las brechas de género en el mundo laboral es esencial para materializar la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible.

En el informe “El acoso sexual a las mujeres en el ámbito laboral”<sup>2</sup>, elaborado por el Ministerio de trabajo y Asuntos sociales, se indican las principales desigualdades que sufren las mujeres en el mercado laboral: menores salarios, dificultad de acceso a puestos de mayor nivel, asignación de tareas menos cualificadas, contratos menos estables y duraderos o la inexistencia de ayudas para poder atender a la familia. A pesar de la dificultad, es crucial controlar tantas diferencias relevantes entre mujeres y hombres como sea posible (edad, nivel educativo, experiencia, tamaño de la empresa, tipo de contrato, jornada, sector, etc.) para cumplir con el principio de igualdad de valor. Por tanto, podemos apoyar la idea de que la brecha salarial ajustada es la medida más precisa para determinar si los hombres y mujeres reciben una remuneración equivalente por trabajos iguales (Anghel, B., Conde-Ruiz, J. I., & Marra de Artiñano, I., 2018).

---

<sup>1</sup> OIT (Organización Internacional del Trabajo). (2019). Las mujeres en la gestión empresarial: argumentos para un cambio. Ginebra. Disponible en <https://www.ilo.org/es/publications/las-mujeres-en-la-gestion-empresarial-argumentos-para-un-cambio>

<sup>2</sup> Ministerio de Trabajo y Asuntos sociales. (2006). El acoso sexual a las mujeres en el ámbito laboral. 724/04. Recuperado de <https://observatorioviolencia.org/wp-content/uploads/MTASEstudioAcosoSexual.pdf>

La brecha salarial, quizás una de las principales causas de la desigualdad de género. Las causas principales de la **brecha salarial** son:

- **Segregación ocupacional por sexo:** tendencia a que hombres y mujeres se empleen en diferentes ocupaciones, separados unos de otras en la estructura ocupacional. Las mujeres suelen ocupar aquellos puestos de trabajo que se consideran femeninos (trabajos de apoyo administrativo o relativo a cuidados, por ejemplo) y los hombres aquellos considerados “masculinos” (trabajos de dirección, gestión y técnicos, por ejemplo). (Guzmán, 2002).
- **Segregación vertical o techo de cristal:** es también una de las consecuencias de la brecha de género en el mundo laboral, la cual hace referencia a la desigualdad de oportunidades existente entre hombres y mujeres para llegar a ocupar puestos de decisión. Según Nuria Valera, techo de cristal es aquella expresión que se utiliza desde hace décadas para explicar las dificultades que tienen las mujeres para acceder a los puestos de poder y responsabilidad (Valera, 2018, p.220).
- **Reparto desigual de tareas domésticas:** las mujeres suelen estar más implicadas en las tareas del hogar, por lo que no pueden realizar un trabajo remunerado a su máximo rendimiento por falta de tiempo. Esto provoca no tener un margen de mejora en el trabajo y, por tanto, no conseguir promociones de ascenso, influyendo directamente en su nivel salarial (Conde-Ruiz & Artiñano, 2016).
- **Trabajo a tiempo parcial:** de media, las mujeres realizan más horas de trabajo no remunerado, principalmente de cuidado de niños y tareas del hogar. Las horas empleadas en tareas no remuneradas implican que las mujeres tengan menor tiempo para desempeñar su jornada laboral remunerada. Según los datos de Eurostat de 2022<sup>3</sup>, casi un tercio de las mujeres de la UE (28%) trabajan a tiempo parcial, mientras que solo el 8% corresponde a los hombres.

Como bien podemos observar, la mujer presenta continuas dificultades en el mundo laboral, observándose una lucha constante por encontrar una igualdad de condiciones con respecto al sexo masculino.

### 3.2.2. La representación de las mujeres en economía y puestos de liderazgo

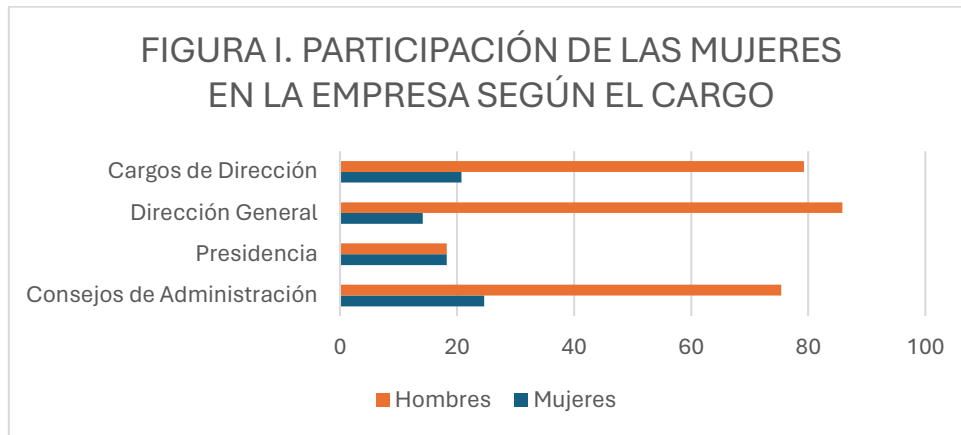
La representación de las mujeres en la economía, así como en puestos de dirección y liderazgo, ha sido y sigue siendo un tema de debate en los últimos años.

Según el informe desarrollado por Informa D&B, “Presencia de las mujeres en la empresa española”, la proporción de mujeres en Consejos de Administración de las empresas sujetas a la Ley de Igualdad fue de un 14% en 2022. Sin embargo, cerca del 25% de las empresas sin obligación legal de cumplir con la Ley de igualdad, tuvieron en 2022 un 40% de mujeres en sus consejos y a su vez contaban con una mujer en puestos directivos en un 67,19%. (Informa D&B, 2022).

<sup>3</sup> Brecha salarial de género en Europa: hechos y cifras. Publicado el 03/03/2020. Última actualización 12/04/2023. Recuperado de <https://www.europarl.europa.eu/topics/es/article/20200227STO73519/brecha-salarial-de-genero-en-europa-hechos-y-cifras-infografia>



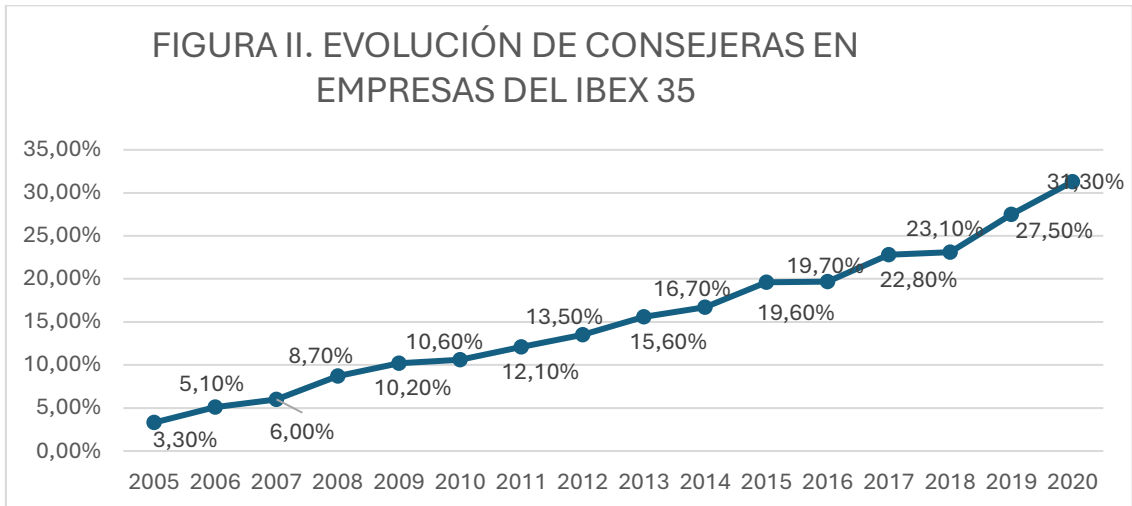
A continuación, en la **FIGURA I**, podemos observar la participación de las mujeres y hombres en la empresa según el cargo.



Elaboración Propia. Fuente: Informa D&B (2022). Presencia de las mujeres en la empresa española. Recuperado de:  
[https://cdn.informa.es/sites/5c1a2fd74c7cb3612da076ea/content\\_entry5c5021510fa1c000c25b51f0/6227067e01ad9e00b9a47e39/files/mujeres2022.pdf?1646724734](https://cdn.informa.es/sites/5c1a2fd74c7cb3612da076ea/content_entry5c5021510fa1c000c25b51f0/6227067e01ad9e00b9a47e39/files/mujeres2022.pdf?1646724734)

Es en los Consejos de Administración donde las mujeres ocupan su mayor cifra de participación, siendo de un 24,63% mientras que en la presidencia solamente ocupan el 18.25% de los puestos. En relación con la dirección general, está ocupada aproximadamente en un 14,15% por mujeres, superándose la cifra en cargos de dirección que está en el 20% de la participación (Informa D&B, 2022).

Son las empresas del IBEX las que registran los porcentajes de participación de mujeres en los Consejos de Administración más altos, superando un 30%. Las empresas que componen el IBEX 35 no sólo están sometidas a la Ley de Igualdad, sino que además deben seguir las recomendaciones del Código de Buen Gobierno. Para 2020, preveía alcanzar el 30% de mujeres en los Consejos de Administración de las empresas cotizadas y para 2022, el porcentaje esperado era de 40%, insistiendo además en continuas subidas, y fomentando, de esta manera, la participación activa de la mujer en puestos de Consejos. Según el informe de Gobierno Corporativo de las entidades emisoras de valores admitidos a negociación en mercados secundarios oficiales CNMV (2019), desde 2005 hasta 2020 la proporción de mujeres en Consejos de Administración de las empresas cotizadas ha pasado del 3.30% al 31,30%, es decir, ha aumentado en 28 pp, una evolución bastante positiva, tal y como se puede observar en la FIGURA II.



Elaboración Propia. Fuente: CNMV. (2019) Informe de Gobierno Corporativo de las entidades emisoras de valores admitidos a negociación en mercados secundarios oficiales CNMV. Recuperado de [https://www.cnmv.es/DocPortal/Publicaciones/Informes/IAGC\\_2019.pdf](https://www.cnmv.es/DocPortal/Publicaciones/Informes/IAGC_2019.pdf)

A pesar de los avances logrados por las mujeres en la consecución de puestos directos y de liderazgo, es evidente que todavía persisten desafíos significativos en la lucha por la igualdad de género en los ámbitos de liderazgo económico y empresarial, tal y como podemos observar en las anteriores figuras.

### 3.2.3. Los desafíos que enfrentan las mujeres emprendedoras

Como bien hemos podido observar en el apartado anterior, el papel de la mujer en la economía y su ocupación en los puestos de liderazgo ha ido evolucionando significativamente, a pesar de que todavía queda mucho por hacer para conseguir la igualdad real y efectiva de mujeres y hombres.

Las mujeres emprendedoras se enfrentan a una serie de desafíos que pueden dificultar su éxito en el mundo empresarial. Algunos de éstos son:

- **Acceso al financiamiento:** los inversores pueden tener prejuicios de género y estar más inclinados a invertir en negocios dirigidos por hombres, a pesar de que las emprendedoras tengan ideas viables y sólidas (Reyes, 2023).

- **Estereotipos de género y discriminación:** siguen existiendo personas que tienen tal prejuicio y ven negativamente el hecho de que una mujer salga de su hogar para luchar por sus metas; o simplemente sus negocios no cuentan con la credibilidad de aquellos que son dirigidos por hombres, ni tampoco con las mismas posibilidades de supervivencia y desarrollo en el mercado (Ilie, 2018).

- **Conciliación entre vida laboral y personal:** socialmente se asume que siempre es la mujer la que debe dejar de lado sus proyectos para no descuidar su familia, por lo que se hace poco llevadero el manejar un hogar y hacer crecer una gran empresa (Fajardo, Gómez, & Sarmiento, 2023).

- **Falta de redes de apoyo y mentoría:** la carencia de apoyo y orientación adecuada puede tener un impacto negativo en la capacidad de las emprendedoras para tener éxito en el mundo empresarial (Dussan, Mosquera, & Quintero, 2019). Además, según un estudio de Orellana (Orellana & Buendía, 2021), las redes de contactos son esenciales para el éxito empresarial, ya que permiten acceder a recursos, financiamiento, oportunidades y consejos. Fajardo, Gómez, & Sarmiento (2023) manifiestan que la falta de mentoras femeninas y la competencia por la atención de los mentores pueden dificultar aún más este proceso. Así también Hidalgo, Romero, Navas, & Carvajal (2023) indican que los estereotipos de género y las expectativas culturales pueden influir en la disposición de las mujeres para buscar mentoría, ya que pueden sentirse reacias a pedir ayuda o pueden enfrentar obstáculos para ser tomadas en serio por sus mentores.

- **Barreras culturales y sociales:** las mujeres emprendedoras están sujetas a normas y expectativas sociales que a menudo perpetúan desigualdades de género (Hidalgo, Romero, Navas, & Carvajal, 2023). En el ámbito familiar, es esencial eliminar la cultura de hacer de la mujer la única responsable del cuidado familiar (Liñeiro, 2023). Además, los estereotipos pueden llevar a la percepción de que las mujeres son menos capaces en el ámbito empresarial y que sus roles principales deben estar relacionados con el cuidado de la familia y el hogar (Ordóñez, Useche, Rodríguez, & Ruiz, 2022).

El emprendimiento femenino tiene el potencial de generar un impacto positivo en la economía y la sociedad al fomentar el crecimiento económico, promover la igualdad de género y estimular la innovación. Para aprovechar estas oportunidades de crecimiento, es esencial superar las barreras culturales, sociales y económicas que a menudo obstaculizan a las mujeres emprendedoras.

### 3.2.4. Economía e igualdad de oportunidades

La diversidad e inclusión en el emprendimiento femenino es fundamental para construir una sociedad empresarial más equitativa y dinámica. Promover la diversidad no solo trata de cumplir con los principios de igualdad, sino de aprovechar el potencial de diferentes perspectivas y experiencias para estimular la innovación y el crecimiento (Krauss, Bonomo, & Volfovicz, 2020). El fomento de la inclusión garantiza que las emprendedoras tengan igualdad de oportunidades en el acceso a recursos, financiamiento y redes de apoyo, lo que es esencial para superar las barreras que históricamente han limitado su participación en el mundo empresarial.

La economía y la igualdad de oportunidades están estrechamente relacionadas en la búsqueda de un desarrollo económico sostenible e inclusivo. El concepto de igualdad de oportunidades busca nivelar las oportunidades para que el sexo, raza o etnia, lugar de nacimiento, entorno familiar y otras características que están fuera del control del individuo, no influyan en los resultados de una persona. Autores como Aranibar, Huachani, & Zúñiga (2021), indican que para que exista inclusión, además de que haya diversidad, ya sea de raza, género, nacionalidad, orientación sexual, creencias religiosas o políticas, se necesita que todas las personas de cualquier grupo u organización sean valoradas por igual al momento de presentar ideas o estar en puestos de autoridad.

### 3.3. TIC's, economía e igualdad de género

El desarrollo de internet ha revolucionado la comunicación y las nuevas formas de expresarnos. Las redes sociales en concreto han permitido aumentar las relaciones entre iguales con el aumento de estos canales de comunicación bidireccionales (Carbonell y Oberst, 2015; citado en Oberst et al., 2016, p. 82).

Otro aspecto que forma parte de la identidad digital y que se ha transformado en los últimos años es la intimidación y la privacidad personal. Actualmente, la privacidad no consiste en revelar información sino en el control de las impresiones que ejercemos sobre los demás para evitar un mensaje deseado (Livingstone, 2009; citado en Tortajada, et al., 2013).

En general, los y las adolescentes consideran que tienen una visión menos sesgada y estereotipada acerca del sexo en comparación con personas de mayor edad. Aunque a medida que los niños y niñas van creciendo, van interiorizando diferentes conocimientos y conductas relacionadas con su sexo y los estereotipos de género que segregan a mujeres y hombres. Recordemos el papel de la mujer actual. En 2022, por primera vez, los proyectos emprendedores liderados por mujeres han superado en cifras a los liderados por hombres, debido a las iniciativas propuestas con objetivo de apoyar e impulsar, a través de la financiación, proyectos de emprendimiento digital femenino y poder así reducir la brecha de género existente. Ya lo afirmó Carme Artigas, en la jornada “Mujeres protagonistas en la era digital” del pasado 6 de marzo de 2023: “El binomio entre digitalización y mujer sin duda van de la mano”. Seguía su intervención apuntando que “la innovación y la educación digital son la palanca para la igualdad de género y el empoderamiento, sobre todo, de mujeres y de niñas. La digitalización es una herramienta muy valiosa para avanzar en la igualdad de género”.

Las nuevas teorías feministas en relación a las TIC como el ciberfeminismo, tecnofeminismo y las teorías queer, asumen que las relaciones entre género y tecnología son fluidas y constitutivas. Es decir, ambas se complementan y se definen como conceptos en constante movimiento y transición (Landstrom, 2007; Sveningsson y Sunden, 2007; Wajzman, 2010; citados en Verges, 2012, p. 130).

Por tanto, un sistema tecnológico nunca es sólo tecnología: contempla aspectos técnicos, económicos, políticos y culturales (Wajzman, 2006; citado en Biglia y Jiménez, 2011.). Estas nuevas tecnologías permiten transmitir ideales y valores para progresar y transformar el pensamiento y la acción humana (Rebollo, García et al., 2009, citado en Barragán y Ruiz, 2013).

#### 3.3.1. Las TIC's en el sistema educativo

El proceso de enseñanza y aprendizaje se propone realizar una contribución real en la formación de los miembros de la sociedad, para lo cual recurre a diversos proce-

---

<sup>4</sup>“Mujeres protagonistas en la era digital”, organizada el 6 de marzo de 2023, por el Ministerio en el marco del Día Internacional de la Mujer. La jornada se centró en el debate sobre el cierre de la brecha de género en la sociedad digital y la participación activa de las mujeres como líderes que transforman el mundo en esta era. Recuperado de [https://portal.mineco.gob.es/es-es/comunicacion/Paginas/230306\\_Jornada\\_Mujeres\\_Digitalizacion\\_8marzo.aspx](https://portal.mineco.gob.es/es-es/comunicacion/Paginas/230306_Jornada_Mujeres_Digitalizacion_8marzo.aspx)

dimientos y herramientas denominados medios de enseñanza. Los medios de enseñanza se agrupan de manera general en medios de percepción directa, imágenes fijas y en movimiento, sonido, situación real y simulación, así como los apoyados en el uso de las tecnologías de la información y la comunicación -TIC (Narváez Romo, Luna, Leonel y Ruiz, 2017).

En el ámbito de la educación, se deben lograr avances importantes en la utilización de estas herramientas tecnológicas, para que con las orientaciones precisas puedan constituirse en elementos tendentes a enriquecer los procesos educativos. Ignorar las potencialidades de la tecnología, y el uso que realiza la sociedad de los avances emergentes, disponibles y al alcance de todas las personas, puede constituir un grueso error de la educación, pues tendrá una importante influencia negativa en el desarrollo integral de los individuos debido a la infinita cantidad de información que se dispone, y en la cual se encuentran fuentes de todo tipo y con distintos fines (Zumba Pila, 2021).

La tecnología en los sistemas educativos causa una verdadera revolución, generando inclusive cambios profundos en esquemas metodológicos y didácticos, los cuales son aprovechados gracias a la utilización de las TIC, como parte de un proceso de construcción de los aprendizajes por medios tecnológicos (Zumba Pila, 2021). Lo que resta ahora es que, las instituciones educativas respondan a las exigencias que requiere el uso de las TIC en su real dimensión, con el propósito de que la comunidad educativa obtenga el mayor beneficio posible. Ello debe ir acompañado de la necesaria actualización docente en el uso de los avances de las TIC. Pueden existir programas exitosos destinados al equipamiento de los espacios educativos en relación a las TIC y, de forma paralela, implementar jornadas de capacitación a los docentes para que incorporen estas herramientas pedagógicas en su labor educativa (Alcívar y otros, 2019).

### **3.3.2. Las TICs en economía**

En la enseñanza de la Economía, como ciencia social, ha predominado tradicionalmente el uso de la clase magistral como metodología docente, en la que el profesorado transmite sus conocimientos al alumnado, que es un mero receptor pasivo de la información (González de Lara, 2012). En el aprendizaje activo, por el contrario, el estudiante pasa a tener un papel principal en su proceso formativo, a través del desarrollo de distintas actividades como la búsqueda de información, la reflexión, el análisis crítico, la interacción con otros o la ejecución de supuestos prácticos (Huber, 2008). En este tipo de aprendizaje los recursos basados en las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) ofrecen múltiples posibilidades, favoreciendo el desarrollo de competencias para investigar, experimentar, aplicar los conocimientos aprendidos, resolver problemas, tomar decisiones y realizar actividades cooperativas, contribuyendo a la inclusión del discente en la sociedad del conocimiento (Barreda-Tarrazona et al., 2022).

La revolución digital ha transformado significativamente la forma de enseñar economía en las aulas, proporcionando nuevas herramientas para enriquecer el proceso educativo y preparar al alumnado para tener una buena postura frente a los desafíos económicos del siglo XXI. La integración de las TIC en la enseñanza de la Economía puede mejorar significativamente la comprensión de los conceptos económicos abstractos mediante

simulaciones interactivas, acceso a datos en tiempo real y herramientas de visualización de datos. (Ministerio de Educación y Formación Profesional de España, 2018)<sup>5</sup>.

### 3.3.3. Las TICs como instrumento coeducativo

Como bien podemos observar en la publicación realizada por la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT)<sup>6</sup>, “la integración equitativa de las TIC en la educación es fundamental para promover la igualdad de género y cerrar la brecha digital entre hombres y mujeres, permitiendo un acceso igualitario a oportunidades educativas y laborales en la sociedad digital”.

Se debe promover el aprendizaje en búsqueda de modelos igualitarios con el fin de romper con el androcentrismo. Es necesario un cambio en la cultura tecnológica que permita la integración de las mujeres en los procesos de diseño y producción (Rebollo, García, Barragán, Buzón y Ruiz, 2012). En este sentido, para transformar la cultura masculinizada de la tecnología hay que partir de la reforma curricular y la transdisciplinariedad, la revisión de los contenidos o la reorganización educativa y laboral.

En relación con el efecto que tienen los medios y los diferentes discursos en la construcción de identidades, Belmonte y Guillamón (2008) defienden una “alfabetización audiovisual” que eduque el lenguaje mediático y publicitario; un análisis crítico de los contenidos y un enfoque desde el género y la coeducación, tanto en los ámbitos familiares como escolares. En la misma línea, Tortajada et al., (2013) resaltan la necesidad de una educación mediática que contemple la influencia que ejerce la publicidad en los y las adolescentes y cómo se relaciona y expresa en canales de comunicación como las redes sociales.

La educación también debe contemplar planes y acciones para luchar contra las desigualdades y el ciberacoso. Partiendo del análisis de contenidos discriminatorios en diferentes páginas web, la Fundación CTIC (2009; citado en Barragán y Ruiz, 2013) propone medidas para no seguir reproduciendo desigualdades detectadas entre mujeres y hombres. En la misma línea, Rebollo, García, Vega, Luzón y Barragán (2009; citado en Barragán y Ruiz, 2013) recogen algunos aspectos clave a tener presentes en la realización y construcción de entornos virtuales de aprendizaje no sexistas. Teniendo en cuenta ambas propuestas, algunos de los aspectos más relevantes que se plantearon fueron:

- Desdoblamiento del mensaje en ambos géneros o el uso del término impersonal.
- La representación de la paridad de género.
- La visibilización de las mujeres en las imágenes y contenidos.
- El uso de voces femeninas y masculinas en igual proporción.
- Utilizar imágenes, citas, videos y ejemplos productivos de participación sobre mujeres.
- Hacer referencia a las aportaciones de las mujeres en el desarrollo científico para desvelar los sesgos sexistas y generar conciencia de género en la ciencia.

<sup>5</sup> Ministerio de Educación y Formación Profesional de España (2018): Las TIC en la enseñanza de las Ciencias Sociales y Jurídicas en la ESO y el Bachillerato.

<sup>6</sup> Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT) (2019): Empoderar a las mujeres y las niñas a través de las TIC.



- Diseñar la interfaz gráfica que sea atractiva y fácil de usar para mujeres y hombres, e interactiva.

Por otro lado, se debe tener en consideración la perspectiva de género con el fin de prevenir problemas de ciberacoso partiendo de tres premisas: evitar el modelo tradicional de patriarcado; evaluar en valores, habilidades y actitudes hacia la igualdad; y educar en ciberseguridad (Gini & Pozzoli, 2006; Flores, 2014; citado en Álvarez-García et al., 2017, p.96). También las familias y las escuelas han de colaborar a través de la creación de espacios de comunicación y diálogo en el que se resuelvan y discutan diferentes temáticas relacionadas con el ciberacoso y medidas para su prevención y actuación (Montoro y Ballesteros, 2016).

Además, es importante tener en consideración la relación entre las TIC y los estereotipos. Según una publicación realizada de la UNESCO<sup>7</sup> de 2020, "las TIC ofrecen un potencial transformador para desafiar los estereotipos de género en la educación, permitiendo a las niñas y mujeres acceder a disciplinas STEM (ciencia, tecnología, ingeniería y matemáticas) y desarrollar habilidades digitales que son fundamentales en la economía del siglo XXI". Es importante tener en cuenta el uso que se dé a las TIC para evitar un aumento de la desigualdad, donde la Comisión Europea de 2018<sup>8</sup> apoyaba este argumento: "aunque las TIC ofrecen oportunidades para promover la igualdad de género, también pueden perpetuar y amplificar estereotipos de género y desigualdades existentes si no se abordan conscientemente las brechas de género en su diseño, implementación y uso", donde, además, se advertía de un uso adecuado de las TIC.

Asimismo, las TIC podrán favorecer a la lucha por la desigualdad de género en la medida que representen y se tengan en consideración la perspectiva de género y diversas estrategias válidas. Para ello, debe hacerse un marco de políticas nacionales que fomenten y articulen acciones en relación con las Tecnologías de la Información y la Comunicación. Deben integrarse los puntos de vista, experiencias y preocupaciones de ambos sexos para poder crear entornos virtuales educativos que permitan el desarrollo integral de todas las personas (Stromquist, 2009).

## **4. Propuesta**

### **4.1. Introducción**

El presente proyecto de intervención se ha denominado: "Empoderamiento Económico a través de la Igualdad de Género: Mujeres líderes en la era Digital", y se ubica en el marco de la asignatura, "Taller de Economía" dirigida al alumnado de 3º de la ESO. Este proyecto surge en respuesta a la necesidad de abordar la igualdad de género en el ámbito académico y promover el liderazgo femenino, aprovechando para ello el potencial de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) como herramientas para el cambio social y económico.

---

<sup>7</sup> UNESCO (2020): Informe de seguimiento de la educación en el mundo: Inclusión y educación: todos y todas sin excepción. Recuperado de <https://doi.org/10.54676/WVWUU8391>

<sup>8</sup> Comisión Europea (2018): Women in the Digital Age.

## 4.2. Objetivos

El proyecto denominado “Empoderamiento Económico a través de la Igualdad de Género: Mujeres Líderes en la Era Digital” tiene como objetivo principal sensibilizar, educar y empoderar al alumnado de 3º de la ESO respecto a la igualdad de género y el liderazgo femenino en el ámbito económico. A continuación, se detallan los objetivos específicos que orientan el desarrollo y la implementación de este proyecto:

- Fomentar la reflexión crítica sobre los estereotipos de género en el ámbito económico y su impacto en la participación de las mujeres en puestos de liderazgo.
- Promover la conciencia de la brecha de género salarial y su efecto en la autonomía económica de las mujeres, así como en la economía en su conjunto.
- Proporcionar herramientas y recursos prácticos para impulsar el desarrollo de habilidades emprendedoras entre las alumnas y fomentar su participación activa en el mundo empresarial.
- Analizar y discutir casos de éxito de mujeres líderes en diferentes sectores económicos, destacando sus logros y desafíos en un entorno aun predominantemente masculino.
- Explorar el potencial de las TIC como herramientas para superar barreras y promover la igualdad de oportunidades en el ámbito económico, especialmente para las mujeres.

## 4.3. Sujetos destinatarios

El alumnado seleccionado como sujeto destinatario del presente proyecto de intervención se corresponde con el alumnado de 3º de Educación Secundaria Obligatoria (ESO). En esta etapa, que abarca edades comprendidas entre los 14 y 15 años, las y los adolescentes experimentan importantes cambios cognitivos, emocionales y sociales que influyen en su percepción del mundo que les rodea y en la construcción de su identidad individual y colectiva.

La asignatura optativa, “Taller de Economía”, se presenta como una oportunidad única para introducir este programa, ya que ofrece un espacio curricular adecuado para abordar temas económicos de relevancia para la vida cotidiana del estudiantado. A esta edad están empezando a comprender mejor los conceptos económicos básicos y su aplicación en diferentes contextos, lo que les permite reflexionar de manera más crítica sobre cuestiones relacionadas con la igualdad de género y el liderazgo femenino en el ámbito económico.

Además, la adolescencia temprana es un momento clave para sensibilizar a este alumnado sobre la importancia de la igualdad de género y el respeto a la diversidad, ya que están formando sus valores, actitudes y creencias sobre estos temas. Por tanto, introducir un proyecto de intervención como este en la etapa de 3º de la ESO no solo es oportuno, sino también necesario para contribuir a la formación integral del alumnado y promover una cultura de igualdad y equitativa desde edades tempranas.



En función de los resultados de este proyecto de intervención con el alumnado de 3º de la ESO, se pretende adaptar e implantar este proyecto a todos los cursos de la Educación Secundaria Obligatoria (ESO), con la comprensión de que el contenido y las actividades serán ajustadas según el nivel de desarrollo y las necesidades específicas de cada grupo. En caso de que no se puedan impartir en asignaturas específicas de la rama de Economía, se buscará integrar los conceptos y objetivos del proyecto en otras asignaturas, reconociendo la importancia de abordar la igualdad de género y el uso de las TIC como temas transversales en el sistema educativo.

#### **4.4. Metodología**

La metodología empleada en el desarrollo de este proyecto se fundamenta en un enfoque participativo, activo y centrado en el alumnado. Coincido con (Epifanio, Irene. 2020) en que, “en lugar de potenciar la competitividad y el individualismo, se debe potenciar la colaboración, la cooperación, el deseo de superación y el gusto por el trabajo bien hecho. Por eso, es aconsejable la resolución de problemas, el trabajo en equipo (no confundir con actividades grupales sin interacción), la elaboración de proyectos, así como la exposición de trabajos, etc.”.

A través de una combinación de aprendizaje basado en problemas, trabajo cooperativo, uso de las herramientas digitales y actividades prácticas, se busca transmitir conocimientos y promover habilidades de pensamiento crítico, trabajo en equipo y creatividad, con el objetivo de empoderar al alumnado como agentes de cambio en su comunidad y más allá.

El alumnado trabajará de manera cooperativa en la mayoría de los talleres programados para este proyecto de intervención, fomentando así el trabajo en equipo. A lo largo de todo el proyecto, el alumnado se agrupará en equipos mixtos, de 5 y 6 personas, para realizar varias actividades. Sin embargo, la prueba de diagnóstico inicial, así como los formularios elaborados para el final de cada taller se realizarán de manera individual.

#### **4.5. Recursos y materiales**

Para llevar a cabo este proyecto de intervención se necesitará contar con acceso a dispositivos conectados a internet para realizar la prueba de diagnóstico inicial a través de la aplicación Kahoot (Anexo I), así como para que el alumnado pueda realizar sus investigaciones en línea durante las sesiones posteriores y llevar a cabo las entrevistas online. Además, es esencial disponer de un proyector o pantalla para la presentación de diapositivas y materiales visuales que complementen la formación teórica, incorporados todos éstos por el profesorado.

Para las actividades prácticas, como la elaboración de campaña y la realización de la entrevista, se requerirá papel, bolígrafos y posiblemente equipos de grabación de audio o video para documentar las experiencias. Además, el alumnado dispondrá de un guion que deberán rellenar para preparar tanto la campaña (Anexo VI) como la entrevista (Anexo V), los cuales han sido elaborados por el profesorado y que serán entregados de manera impresa.

También es importante tener en cuenta la disposición de espacio en el aula para facilitar la interacción entre el alumnado durante las discusiones y presentaciones. En relación a los formularios, serán elaborados e incorporados en el aula por parte del profesorado, quien los llevara de manera impresa. Por último, contaremos con la presencia de manera online de mujeres referentes en la localidad en la que se ubica el centro educativo.

#### **4.6. Cronograma y planificación de las sesiones**

Como bien hemos comentado anteriormente, el proyecto de intervención consiste en la realización de un taller donde combinamos la coeducación, el enfoque de género y la sociedad digital. Para ello, dicho taller se va a dividir en tres partes, realizándose cada una de ellas en cada uno de los trimestres del curso (diciembre, marzo y junio). Cada taller, está formado por dos sesiones de 55 minutos cada una en cada trimestre, y se realizarán en horario escolar.

La decisión de dividir el taller en tres partes responde a la intención de ofrecer una experiencia de aprendizaje integral y progresiva que permita abordar de manera detallada y reflexiva los temas de igualdad de género, liderazgo femenino y uso de las TIC, en el ámbito económico. Además, esta estructura temporal proporciona la oportunidad de realizar un seguimiento y evaluación continua del progreso del alumnado, permitiendo ajustes y mejoras en función de sus necesidades y experiencias a lo largo del proceso.

Cada uno de los talleres está diseñado para construirse sobre los conocimientos y habilidades adquiridos en el anterior, formando una secuencia coherente de aprendizaje. El taller 1 introduce los conceptos fundamentales de igualdad de género y liderazgo femenino. El taller 2 amplía estos conceptos al explorar el emprendimiento digital y las herramientas tecnológicas como medios para promover el liderazgo femenino. Finalmente, el taller 3 lleva estos conocimientos un paso más allá y enriquece aún más la experiencia al ofrecer la oportunidad de entrevistar a mujeres líderes locales. Estas entrevistas no solo complementan los conocimientos adquiridos en los talleres anteriores, sino que también proporcionan una perspectiva práctica y real sobre el liderazgo femenino en el ámbito económico, cerrando así el ciclo de aprendizaje de manera integral y significativa.

A continuación, se hace referencia al cronograma y planificación del taller, desglosado en las diferentes sesiones que lo componen.

<b>“Empoderamiento Económico a través de la Igualdad de Género: Mujeres Líderes en la Era Digital”</b>	
<b>Taller 1: Introducción a la Igualdad de Género y Liderazgo femenino.</b>	
Sesión 1: 07/11/24	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Presentación taller</li> <li>• Diagnóstico Inicial: Kahoot (ANEXO I)</li> <li>• Introducción Igualdad de Género y Liderazgo en el ámbito económico</li> <li>• Búsqueda y análisis de recursos en línea (sexo autor/ra, vocabulario inclusivo, ejemplos utilizados...).</li> </ul>
Sesión 2: 08/11/24	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Debate guiado</li> <li>• Presentación conclusiones</li> <li>• Formulario final (ANEXO II)</li> </ul>
<b>Taller 2: Uso de las TIC para el Empoderamiento Económico Femenino</b>	
Sesión 1: 12/03/25	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Introducción Igualdad de Género Online</li> <li>• Investigación Online: Empresas online y puestos de dirección</li> <li>• Creación Campaña: “Emprende virtualmente sin barreras”. (ANEXO VI)</li> </ul>
Sesión 2: 13/03/25	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Elaboración Campaña</li> <li>• Exposición Campaña</li> <li>• Formulario Final (ANEXO III)</li> </ul>
<b>Taller 3: Explorando el liderazgo femenino en nuestra Comunidad</b>	
Sesión 1: 02/06/25	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Investigar mujeres referentes en la localidad</li> <li>• Preparación del guion de la entrevista</li> </ul>
Sesión 2: 03/06/25	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Entrevista por Videollamada con referentes</li> <li>• Formulario Final (ANEXO IV)</li> </ul>

#### **4.7. Desarrollo del Proyecto de intervención**

En un mundo en constante evolución, el empoderamiento económico de las mujeres y la promoción de la igualdad de género son pilares fundamentales para el desarrollo integral de las sociedades. Por ello, se ha diseñado el proyecto “Empoderamiento Económico a través de la igualdad de Género: Mujeres Líderes en la Era Digital”, con el objetivo de explorar y promover el papel de las mujeres en la economía y la sociedad del siglo XXI. A lo largo de este taller, nos sumergiremos en tres áreas clave: la comprensión de la igualdad de género y el liderazgo femenino, el aprovechamiento de las tecnologías digitales para el empoderamiento económico, y la conexión con ejemplos inspiradores de liderazgo femenino en nuestra comunidad

A continuación, vamos a entrar en detalle en cada una de las sesiones de cada parte del taller.

### **Taller 1. Introducción a la igualdad de género y Liderazgo femenino**

Sesión 1 (07/11/2024): Dará comienzo con la **presentación** del proyecto, estableciendo las expectativas y objetivos de la sesión. A continuación, se llevará a cabo un **diagnóstico inicial** (Anexo I) de manera individual, el cual nos servirá para evaluar el conocimiento previo del alumnado y así, de esa manera, poder adaptar los recursos y enfoques pedagógicos según las necesidades y el nivel de comprensión de estos. Esta prueba inicial se realizará mediante la aplicación *kahoot*. Una vez realizada la prueba (no evaluable), daremos paso al inicio de la formación teórica, donde se llevará a cabo una introducción sobre la **igualdad de género y el liderazgo femenino**. Debido al avance incontrolado de las TICs y su estrecha relación con la enseñanza de economía y la igualdad de género, el alumnado se agrupará en equipos mixtos (máximo 6) y realizará una búsqueda de cinco recursos en línea que contengan contenido económico (noticias, artículos, informes, videos educativos o sitios web). Una vez que hayan seleccionado los recursos, deberán analizar el contenido desde una perspectiva de género y económica (sexo autor/a, vocabulario inclusivo, ejemplos utilizados...).

Sesión 2 (08/11/2024): Después de haber introducido los conceptos clave sobre igualdad y liderazgo femenino, vamos a proceder a realizar una pequeña **discusión** en el aula, donde el alumnado compartirá sus búsquedas y las reflexiones realizadas sobre cómo los recursos evaluados reflejan o no la realidad de las desigualdades de género en el ámbito económico. Para ello, el profesorado seleccionará al azar a varias personas líderes de los equipos formados en la sesión anterior para que defiendan su análisis; el resto del alumnado deberá realizar preguntas al respecto, valorándose de manera positiva la participación en la actividad. Finalmente, se **reflexionará** sobre lo aprendido y se considerarán acciones para promover la igualdad de género. Para dar por concluida la primera parte del proyecto, el alumnado deberá realizar de manera individual un **formulario final** (Anexo II), que permitirá evaluar su aprendizaje y, además, la efectividad del taller y la posibilidad de recopilar retroalimentación para mejorar futuras sesiones.

### **Taller 2. Uso de las TIC para el empoderamiento económico femenino**

Sesión 1 (12/03/2025): Comenzaremos retomando los conceptos que vimos en la primera parte del taller. A continuación, se realizará una breve introducción sobre la **igualdad de género en línea**, explorando cómo internet puede ser tanto una herramienta para el avance de la igualdad como un reflejo de las desigualdades existentes. Tras la explicación, el alumnado, en equipos mixtos (máximo 5) realizará una investigación centrada en examinar la presencia de mujeres en puestos de dirección en empresas online, analizando la representación y las barreras existentes. Esta investigación servirá como base para la creación de la campaña “*Emprende virtualmente sin barreras*”, que tiene como objetivo promover el empoderamiento económico de las mujeres en el ámbito digital al destacar y fomentar el acceso igualitario a oportunidades de liderazgo y emprendimiento. Para ello, los equipos dispondrán de una plantilla (Anexo VI) que

deberán rellenar, y que les servirá de guía. Este recurso será entregado por el profesorado a cada uno de los grupos formados en el aula.

Sesión 2 (13/03/2025): El alumnado terminará la **elaboración** de su campaña, asegurándose de tener todos los elementos necesarios para su implementación. Una vez finalizadas, cada grupo **expondrá** su campaña ante el resto de la clase, compartiendo su visión, estrategias y objetivos. Para finalizar, se repartirá de manera individual un **formulario final** (Anexo III), para evaluar el aprendizaje y la comprensión del estudiantado sobre el taller. Ello permitirá obtener retroalimentación sobre el impacto del taller.

### **Taller 3: Explorando el liderazgo femenino en nuestra Comunidad.**

Sesión 1 (02/06/2025): En la última fase del proyecto, el taller se realizará completamente de manera práctica. Durante la primera sesión, el alumnado, agrupado de la misma manera que lo hicieron en el taller anterior, **explorará** en redes sociales y otros medios digitales la presencia de mujeres destacadas de la localidad, que les inspiren y despierten su curiosidad por sus logros y contribuciones en diferentes áreas. De entre todas las mujeres referentes de la localidad que hayan buscado información, deberán decantarse por una de ellas, ya que durante la última sesión del taller realizarán una entrevista online a su candidata elegida. Para ello, en la presente sesión, también deberán rellenar un **guion** para la entrevista, enfocado en la trayectoria profesional y los desafíos a los que se enfrentó la entrevistada. Dicho guion será aportado por el profesorado, y el alumnado deberá rellenar la plantilla aportada. La actividad promueve el análisis de barreras de género y el reconocimiento del éxito femenino reforzando los principios de igualdad de género en el contexto laboral y social. Al finalizar la sesión, se entregarán al profesorado los guiones realizados para ser revisados y asegurar que reflejen un enfoque respetuoso, inclusivo y que aborden adecuadamente temas relacionados con la igualdad de género.

Sesión 2 (03/06/2025): La última sesión del proyecto quizás sea la más real y motivadora para el alumnado, ya que, por grupos, **entrevistará** a mujeres líderes y empresarias destacadas de su localidad, explorando su trayectoria y experiencias en el mundo económico y laboral. Esta experiencia les permitirá entender de primera mano los desafíos y éxitos que enfrentan a las mujeres en posiciones de liderazgo y emprendimiento, consolidando los conceptos aprendidos en el taller realizado en sesiones anteriores. Finalizadas las entrevistas, realizarán un **formulario final** (Anexo IV). Dado que el tercer taller se ha desarrollado de manera más práctica, el formulario final incluirá preguntas tanto de este último taller como de los dos anteriores.

## **4.8. Evaluación**

Durante el proyecto, se realizarán cuatro evaluaciones. Al comienzo del proyecto, en el primer taller programado para el día 7 de noviembre, se realizará una prueba de diagnóstico inicial mediante la aplicación Kahoot (Anexo I). Es importante conocer los conocimientos previos del alumnado sobre igualdad de género en el ámbito económico. De esa manera, podrá adaptarse el contenido del taller a las necesidades y nivel de comprensión del aula, asegurando así una experiencia educativa más efectiva y relevante.

Las tres evaluaciones restantes se realizarán después de la finalización de cada taller. La evaluación se realizará mediante pruebas tipo Test, las cuales serán aportadas por el profesorado de manera impresa. Estas pruebas están formadas por 10 preguntas (1 punto/pregunta), de 3 posibles respuestas de las cuales solo una es la correcta.

El alumnado tendrá la oportunidad de obtener hasta 1 punto adicional en su nota del trimestre en la asignatura de “Taller de Economía”. La evaluación de cada taller se realiza de la siguiente manera: 10% asistencia, 50% participación y 40% formulario (Anexos II, III y IV).

## 5. Conclusiones

Tras la realización del trabajo, he podido obtener las siguientes conclusiones:

**Primera.** – A través de este análisis hemos pretendido demostrar que la educación, la economía, las TIC y la igualdad de género, son cuestiones interrelacionadas, esenciales para el desarrollo y bienestar de nuestra sociedad. Se entrelazan de manera compleja, creando una serie de desafíos como, a modo de ejemplo, la brecha digital y la persistente desigualdad de género y oportunidades, o como el potencial de las TIC para mejorar la educación a distancia y la capacidad de la igualdad de género para impulsar el crecimiento económico sostenible. Desde estas consideraciones y debido a su gran peso en la formación del alumnado, pero también por el compromiso que le corresponde en esta materia al profesorado, consideramos que se debería implementar como contenido transversal a lo largo de toda la época educativa y formativa del alumnado.

**Segunda.** – Debemos partir de la idea de que integrar materias de economía en la educación es importante por dos razones: primero, para comprender el funcionamiento de nuestra comunidad, y segundo, para brindar al alumnado herramientas que les permitan una participación activa y consciente en la economía globalizada. Esta integración fomenta que nuestro alumnado esté más informado, pero también pretende adaptar el sistema educativo para reflejar la dinámica económica actual, promoviendo una participación equitativa y consciente en la economía global. Es por ello por lo que la modalidad económica debería comprender asignaturas transversales, las cuales sean impartidas desde el primer curso de secundaria hasta el final del ciclo formativo de la ESO, debido a su relevancia en la adquisición de competencias y habilidades por parte del alumnado.

**Tercera.** – Es necesario seguir luchando por uno de los principales desafíos, la persistente brecha de género en el acceso y el uso de las TIC. A pesar de los avances tecnológicos y educativos, las mujeres aun enfrentan barreras significativas que limitan su participación plena en la economía digital, influyendo por tanto negativamente en su desarrollo personal y profesional y generando una sociedad asimétrica que resta oportunidades a las personas y deterioran su bienestar. Por ello, la educación se presenta como una herramienta fundamental para superar estas desigualdades, implementando así políticas educativas inclusivas. Lo mismo ocurre en el ámbito económico con la integración de las TIC, donde es esencial construir políticas públicas que promuevan el acceso equitativo a recursos tecnológicos, la diversidad en el ámbito económico, y el apoyo a emprendimientos liderados por mujeres. Es esencial que, desde una edad



temprana, el alumnado conozca la situación actual y consigamos concienciarlo para romper con las diferentes brechas y conseguir que las TIC sean una herramienta totalmente libre de sesgos, a las que se pueda acceder y que consiga utilizar cualquier persona, independientemente de su sexo.

**Cuarta.** – Es necesario implementar programas específicos que garanticen el acceso equitativo a las TIC y proporcionen una formación adecuada en su uso. A medida que avanzábamos en este proyecto nos ha ido surgiendo un interrogante: ¿cómo podemos garantizar que todo el alumnado tenga igualdad de oportunidades para desarrollar habilidades económicas y digitales? Podría decirse que ello requiere de un enfoque educativo y político que elimine las barreras estructurales y fomente la inclusión desde una edad temprana.

**Quinta.** – Debido a la importancia que tienen los conceptos analizados en este TFM (coeducación, sociedad digital y economía), hemos visto oportuno diseñar el proyecto de intervención “Empoderamiento Económico a través de la Igualdad de Género”, el cual trabaja la educación desde una perspectiva inclusiva y equitativa. Cada uno de los talleres que componen este proyecto está orientado a superar los retos del siglo XXI, como puede ser la desigualdad de género y la brecha digital, proporcionando así herramientas clave para abordar el liderazgo y el empoderamiento femenino. Su implementación en el aula es esencial para promover una mayor participación y equidad en la sociedad actual. Por ello, es necesario seguir impulsando este tipo de proyectos, con el objetivo de lograr una formación y educación más completa y justa.

**Sexta.** – Es primordial, como futuros docentes, plantearnos ciertos aspectos sobre nuestro papel como profesoras y profesores en la preparación del alumnado. ¿Estamos dándoles las herramientas para comprender y responder a los desafíos humanos, económicos y sociales del siglo XXI? ¿Cómo podemos garantizar que nuestras medidas educativas promuevan la igualdad de género y mejoren económicamente a las personas, independientemente de su sexo y/o circunstancias socioeconómicas? Debemos asegurarnos de que nuestras medidas educativas promuevan la igualdad de género, así como de que desarrollen estrategias inclusivas y equitativas, pues se trata de capacitar al alumnado para ser agentes de cambio en una sociedad justa e inclusiva.

**Séptima.** - En definitiva, y como se mencionaba al comienzo de estas páginas, es importante destacar la existencia de una educación económica y digital inclusiva, además de justa y equitativa, para que las generaciones futuras enfrenten los desafíos y aprovechen las oportunidades de un mundo cambiante. Incorporar estos temas al aula no solo tiene relevancia práctica, sino también un impacto en la formación de una ciudadanía crítica, empática y comprometida con la construcción de una sociedad más justa e inclusiva. Como futura profesora, me comprometo a dotar a mi alumnado de las herramientas y el conocimiento necesario para enfrentar los desafíos del mundo actual y contribuir a un futuro mejor para todas y todos. Al enseñar la asignatura de economía, me aseguraré de que mi alumnado comprenda, tanto los principios económicos fundamentales como su aplicación con perspectiva de género en un mundo interconectado, preparándolo para conformar una ciudadanía inclusiva, actualizada y responsable en una economía global.

## 6. Referencias

- Alcívar, C., y otros (2019). El uso de las TIC en el proceso de enseñanza-aprendizaje de los docentes en las Universidades del Ecuador. *Revista Espacios*, 40(02). <http://www.revistaespacios.com/a19v40n02/19400227.html>
- Álvarez-García, D., Barreiro-Collazo, A. y Núñez, J.C. (2017). Ciber agresión entre adolescentes: prevalencia y diferencias de género. *Revista Comunicar*, 15(50), 89-97. <https://www.revistacomunicar.com/index.php?contenido=detalles&numero=50&articulo=50-2017-08>
- Anghel, B., Conde-Ruiz, J. I., & Marra de Artiñano, I. (2019). Brechas salariales de Género en España.
- Aranibar, E., Huachani, D., & Zúñiga, M. (2021). Emprendimiento Femenino en el Perú: Puntos Fuertes y Débiles para su Sostenibilidad en el Tiempo. *Fides et Ratio*, 199-223.
- Barragán, R. y Ruiz, E. (2013). Brecha de género e inclusión digital. El potencial de las redes sociales en Educación. *Revista Profesorado: Revista de currículum y formación del profesorado*, 17(1).309-323. <https://recyt.fecyt.es/index.php/profesorado/article/view/41591>
- Barreda-Tarrazona, R., Moral-Pajares, E., Gallego Valero, L., Pedrosa Ortega, C. & Martínez Alcalá, I. (2022). TIC, motivación y actitudes de aprendizaje en tiempos de COVID en la educación superior. Diferencias entre estudiantes de titulaciones conjuntas y los de una titulación.
- Belmonte, J. y Guillamón, S. (2008). Coeducar la mirada contra los estereotipos de género en TV. *Revista Comunicar*, 16(31), 115-120. <https://www.revistacomunicar.com/index.php?contenido=detalles&numero=31&articulo=31-2008-15>
- Biglia, B. y Jiménez, E. (2012). Los desafíos de la pedagogía cyberfeminista. *Revista Athenea Digital*. 12(3), 71-93. <http://atheneadigital.net/article/view/v12-n3-biglia-jimenez>
- Blanco, A. V., & Amigo, J. C. (2016). El rol del docente en la era digital. *Revista interuniversitaria de formación del profesorado*, 30(2), 103-114.
- Cabeza Leiva, A. (2010). Importancia de la coeducación en los centros educativos.
- Cabrero-Almenara, J. (2007). Las necesidades de las TIC en el ámbito educativo: oportunidades, riesgos y necesidades. *Tecnología y comunicación educativas*, 21(45), 519.
- Cardozo Gavilán, M. S. (2022). Uso de las TIC en el proceso de enseñanza- aprendizaje en estudiantes del primer y segundo ciclo de la educación escolar básica. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 6(6), 8354-8371. [https://doi.org/10.37811/cl\\_rcm.v6i6.4002](https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v6i6.4002)
- Comisión Europea (2018): Women in the Digital Age.
- Comunidad Autónoma de la Región de Murcia. (2023). Guía de actuación contra la violencia de género en el ámbito educativo.
- Conde-Ruiz, J. I., & Artiñano, I. M. (2016). Brechas salariales de Género en España. *ZOOM Económico*, 1-27.
- CNMV. (2019) Informe de Gobierno Corporativo de las entidades emisoras de valores admitidos a negociación en mercados secundarios oficiales CNMV. [https://www.cnmv.es/DocPortal/Publicaciones/Informes/IAGC\\_2019.pdf](https://www.cnmv.es/DocPortal/Publicaciones/Informes/IAGC_2019.pdf)
- Denegri, M., Gempp, R., C. Etchebarne, S & González, Y. (2006). El aporte de la psicología educacional a las propuestas de educación económica: los temas clave. *Revista de Psicología*, Vol. XV, N°2.



- Dussan, D.A., Mosquera, D., & Quintero, A. (2019). El emprendimiento femenino: revisión de literatura. *ENTORNOS*, 51-62
- Epifanio, Irene. (2020). MATEMÁTICAS guías para una docencia universitaria con perspectiva de género.
- Fajardo, C., Gómez, A., & Sarmiento, J. (2023). Cuidado del hogar y emprendimiento femenino en tiempos de COVID-19. *Desarrollo Gerencial*, 1-30.
- Flores, M.P., Mackencie, F.A., Merizalde, D.C., Yáñez, A.V., Aguirre, L & Menoscal, D.A. (2023). Emprendimiento femenino: desafíos y oportunidades para las empresarias. *South Florida Journal of Development*, 4(9). <https://doi.org/10.46932/sfjdv4n9-021>
- Gallangos, F. G. (2002). Segregación Ocupacional por Género. *DEMOS*, 27-28.
- González de Lara, Y. (2012). El uso de experimentos como método de aprendizaje activo en cursos de iniciación a la Economía. *Revista d'innovació educativa*, (8), 26-32.
- Hernández, R. (2017). Impacto de las TIC en la educación: Retos y Perspectivas. Universidad San Ignacio de Loyola, Vicerrectorado de Investigación y Desarrollo. <https://dialnet.unirioja.es/download/articulo/5904762.pdf>
- Huber, G. L. (2008). Aprendizaje activo y metodologías educativas. *Revista de educación, número extraordinario 2008*, 59-81.
- Hidalgo, M., Romero, M., Navas, M., & Carvajal, G. (2023). El Emprendimiento Femenino: Su Papel en la Fuerza Laboral del País. *Dominio de las Ciencias*, 1049-1060
- Ilie, C. (2018). Emprendimiento femenino: su impacto en la competitividad y desarrollo social de los países.
- Informa D&B (2022). Presencia de las mujeres en la empresa española. [https://cdn.informa.es/sites/5c1a2fd74c7cb3612da076ea/content\\_entry5c5021510fa1c000c25b51f0/6227067e01ad9e00b9a47e39/files/mujeres2022.pdf?1646724734](https://cdn.informa.es/sites/5c1a2fd74c7cb3612da076ea/content_entry5c5021510fa1c000c25b51f0/6227067e01ad9e00b9a47e39/files/mujeres2022.pdf?1646724734)
- Instituto de la Mujer para el Ministerio de Trabajo y Asuntos sociales. (2004). El acoso sexual a las mujeres en el ámbito laboral.
- Krauss, C., Bonomo, A., & Volfovicz, R. (2020). Empoderar el Emprendimiento Femenino Universitario. *Journal of Technology Management & Innovation*
- Liñeiro, V. F.-A. (2023). Barreras dispares para el emprendimiento y otras brechas de género: una revisión sistemática de la literatura.
- Ministerio de Trabajo y Asuntos sociales. (2006). El acoso sexual a las mujeres en el ámbito laboral. 724/04. <https://observatoriovioencia.org/wpcontent/uploads/MTASEstudioAcosoSexual.pdf>
- Montoro, E. y Ballesteros, M.A. (2016). Competencias docentes para la prevención del ciberacoso y delito de odio en Secundaria. *Revista latinoamericana de tecnología educativa*. 15(1), 131-143. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5514578>
- Narváz Romo, Y.A., Luna, G. C., Leonel, H. F., y Ruiz, J. O. (2017). Evaluación del software educativo Mundo Agroforestal con jóvenes rurales de Nariño, Colombia. *Información tecnológica*, 28(2), 135-140. <https://www.scielo.cl/pdf/infotec/v28n2/art15.pdf>
- Oberst, U., Chamarro, A. y Renau, V. (2016). Estereotipos de género 2.0: Autorepresentaciones de adolescentes en Facebook. *Revista Comunicar*, 14(48), 81-90. <https://www.revistacomunicar.com/index.php?contenido=detalles&numero=48&articulo=48-2016-08>
- Observatorio Nacional de Tecnología y Sociedad. (2023). Brecha digital de género.

- Ordóñez, M., Useche, M., Rodríguez, R., & Ruiz, P. (2022). Emprendimiento Femenino en el desarrollo local en Ecuador. *Revista Venezolana de Gerencia*, 73-87
- Orellana, F., Orellana, C., & Buendía, P. (2021). El emprendimiento femenino en la zona noroeste de Guayaquil, Ecuador.
- Reyes Mateo, Julissa Jamilex (2023). Emprendimiento femenino en el barrio 9 de Octubre de la comuna Engunga del cantón Santa Elena, 2022. La Libertad. UPSE, Matriz. Facultad de Ciencias Sociales y de la Salud. 81p. Recuperado de <https://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/10224>
- Stromquist, N., (2009) Las Tecnologías de la Información y la Comunicación y las mujeres: ¿pueden las nuevas tecnologías desbaratar el género? *Revista Electrónica Teoría de la Educación*, 10(3), 218-230.  
<http://www.redalyc.org:9081/articulo.oa?id=201014898013>
- Tortajada, I., Araña, N. y Martínez, I.J. (2013). Estereotipos publicitarios y representaciones de género en las redes sociales. *Revista Comunicar*, 21(40), 177-186. <https://www.revistacomunicar.com/index.php?contenido=detalles&numero=41&articulo=41-2013-17>
- UNESCO. (2020). Artificial Intelligence and gender equality: key findings of UNESCO'S Global dialogue. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000374174>
- UNESCO (2020): Igualdad de género en la educación. ¿Dónde estamos y qué camino debemos seguir?.
- Vercher, N., Escribano, J., & Valero, D. (2020). Redes de apoyo al emprendimiento femenino en territorios rurales. *Revista de Ciencias Sociales*, 317-356.
- Verges, N. (2012). De la exclusión a la autoinclusión de las mujeres en las TIC. Motivaciones, posibilitadores y mecanismos de autoinclusión. *Revista Athenea Digital*, 12(3), 129-150. <http://atheneadigital.net/article/view/v12n3-verges>
- Zumba Pila, M. A. (2021). Las TIC como herramienta en el proceso de enseñanza-aprendizaje en los estudiantes del 7º año de la Unidad Educativa Toacaso cantón Latacunga. Tesis. Universidad Técnica de Cotopaxi. Dirección de postgrado. Latacunga, Ecuador.

## 7. Anexos

### Anexo I. Diagnóstico inicial (Aplicación Kahoot)

1. estos son los ambitos de una sociedad sana salud,proteccion,educacion y bienestar.

2. al nivel mundial cuantas chicas se casaron a los 18

3. es una de las metas de la igualdad de genero Poner fin contra la discriminación de mujeres de todo Alicante.

4. ¿que es la igualdad de genero?

5. ¿cuanto a disminuido el porcentaje de casarse en la infancia?

6. cual es su proposito

7. Aun siguen existiendo deficiutades en los derechos de la mujer

8. son 16 objetivos de desarrollo sostenible(ODS)

9. señala cual de todas estas frases no es una cosa que se ha conseguido con la igualdad de genero

10. señala cual de estas es una ventaja en la igualdad de genero

**Anexo II. Formulario Taller I**

TALLER DE ECONOMIA – 3º ESO		Nota
<b>FORMULARIO TALLER I:</b>		
<b>Introducción a la Igualdad de Género y Liderazgo femenino</b>		
<b>Nombre:</b>		
<b>Apellidos:</b>		

Completa el siguiente test sobre Igualdad de Género y Liderazgo económico. Elige la opción que consideres correcta para cada pregunta. ¡Buena suerte!

**1. ¿Cuál es uno de los objetivos principales de la igualdad de género en el ámbito económico?**

- a) Promover la superioridad masculina
- b) Eliminar barreras de género y promover la equidad
- c) Mantener la desigualdad de oportunidades

**2. ¿Qué papel desempeñan los estereotipos de género en el liderazgo económico?**

- a) Facilitan la igualdad de oportunidades
- b) Obstaculizan la igualdad de oportunidades
- c) No tienen impacto en el liderazgo

**3. ¿Por qué es importante la representación equitativa de género en los puestos de liderazgo económico?**

- a) Para mantener la hegemonía masculina
- b) Para promover la diversidad y la toma de decisiones más inclusivas
- c) No tiene importancia

**4. ¿Qué aspectos se pueden analizar al revisar recursos en línea sobre igualdad de género y liderazgo económico?**

- a) Únicamente contenido sexual
- b) El sexo de los autores, vocabulario utilizado, ejemplos empleados, entre otros
- c) Solo la popularidad del recurso

**5. ¿Quién es más probable que se enfrente a barreras en el acceso a puestos de liderazgo en el ámbito económico?**

- a) Hombres
- b) Mujeres
- c) Ambos igualmente

**6. ¿Qué se puede aprender al analizar el sexo de los autores de un recurso sobre igualdad de género y liderazgo económico?**

- a) Sus preferencias personales
- b) Posibles sesgos y perspectivas en el contenido
- c) No tiene relevancia

**7. ¿Qué puede contribuir a la promoción del liderazgo femenino en el ámbito económico?**

- a) Perpetuación de estereotipos de género
- b) La creación de políticas y programas que fomenten la equidad
- c) La exclusión de mujeres de los roles de liderazgo

**8. ¿Cuál es el propósito de debatir sobre los recursos en línea relacionados con la igualdad de género y el liderazgo económico en el aula?**

- a) Generar confrontación entre el alumnado
- b) Fomentar el análisis y la reflexión sobre el tema
- c) No tiene ningún propósito educativo

**9. ¿Qué impacto puede tener la falta de representación femenina en los puestos de liderazgo económico?**

- a) Aumentar la diversidad de perspectivas
- b) Limitar la toma de decisiones inclusivas y equitativas
- c) Mejorar la igualdad de género

**10. ¿Cuál es uno de los beneficios de promover la igualdad de género en el ámbito económico?**

- a) Aumentar la brecha salarial entre hombres y mujeres
- b) Fomentar el crecimiento económico sostenible y la prosperidad para todos
- c) Reducir la participación de las mujeres en la fuerza laboral

**Anexo III. Formulario Taller 2**

TALLER DE ECONOMIA – 3º ESO		Nota
<b>FORMULARIO TALLER 2:</b>		
<b>Uso de las TIC para el Empoderamiento Económico Femenino</b>		
<b>Nombre:</b>		
<b>Apellidos:</b>		

Completa el siguiente test sobre el uso de las TIC para el empoderamiento económico femenino. Elige la opción que consideres correcta para cada pregunta. ¡Buena suerte!

**1. ¿Cuál es uno de los objetivos principales del uso de las TIC para el empoderamiento económico femenino?**

- a) Limitar el acceso a la tecnología para las mujeres
- b) Ampliar las oportunidades económicas y de liderazgo para las mujeres
- c) Mantener la brecha digital de género

**2. ¿Qué papel juegan las TIC en la promoción del emprendimiento femenino?**

- a) Limitan las oportunidades para las mujeres emprendedoras
- b) Facilitan el acceso a recursos, redes y mercados para las mujeres emprendedoras
- c) No tienen impacto en el emprendimiento femenino

**3. ¿Por qué es importante abordar la igualdad de género online para el empoderamiento económico femenino?**

- a) Para perpetuar estereotipos de género en línea
- b) Para crear un entorno digital inclusivo que promueva la participación equitativa de mujeres
- c) Para restringir el acceso de las mujeres a la tecnología

**4. ¿Qué pueden hacer las empresas online para promover el liderazgo femenino en sus estructuras de dirección?**

- a) Limitar la participación de las mujeres en roles de liderazgo
- b) Implementar políticas y programas que fomenten la igualdad de oportunidades y la diversidad de género
- c) Ignorar las necesidades y preocupaciones de las mujeres en el entorno laboral

**5. ¿Qué beneficios pueden obtener las mujeres al participar en campañas como “Emprende virtualmente sin barreras”?**



- a) Aumentar la desigualdad de género en línea
- b) Acceder a recursos, capacitación y apoyo para iniciar y hacer crecer sus negocios en línea
- c) Limitar su participación en el ámbito digital

**6. ¿Qué impacto puede tener el acceso equitativo a las TIC en el empoderamiento económico de las mujeres?**

- a) Aumentar la brecha digital de género
- b) Facilitar el acceso a oportunidades económicas y de liderazgo
- c) Reducir la participación de las mujeres en la fuerza laboral

**7. ¿Qué pueden hacer las mujeres para superar las barreras en el uso de las TIC para el empoderamiento económico?**

- a) Renunciar a sus aspiraciones profesionales en línea
- b) Buscar capacitación, mentoría y redes de apoyo en tecnología y negocios en línea
- c) Aceptar la desigualdad de género en el ámbito digital

**8. ¿Qué herramientas y recursos pueden utilizar las mujeres para promover su empoderamiento económico en línea?**

- a) Redes sociales exclusivas para mujeres
- b) Plataformas en línea para capacitación, mentoría y networking
- c) Restricciones en el acceso a la tecnología para las mujeres

**9. ¿Cuál es el impacto potencial de una mayor participación de las mujeres en el ámbito digital?**

- a) Aumentar la exclusión digital de las mujeres
- b) Impulsar la innovación, la productividad y el crecimiento económico
- c) Mantener la desigualdad de género en línea

**10. ¿Cuál es uno de los principales desafíos que enfrentan las mujeres en el uso de las TIC para el empoderamiento económico?**

- a) Falta de acceso a la tecnología
- b) Estigma social asociado con la participación femenina en tecnología y negocios en línea
- c) Amplias oportunidades para las mujeres en el ámbito digital

**Anexo IV. Formulario Taller 3**

<b>TALLER DE ECONOMIA – 3º ESO</b>		<b>Nota</b>
<b>FORMULARIO FINAL:</b>		
<b>Empoderamiento Económico a través de la igualdad de género en la era digital</b>		
<b>Nombre:</b>		
<b>Apellidos:</b>		

Completa el siguiente test sobre Empoderamiento económico a través de la igualdad de género en la era digital. En dicho cuestionario, puedes encontrar preguntas correspondientes a los tres bloques en los que se ha dividido el taller. Elige la opción que consideres correcta para cada pregunta. ¡Buena suerte!

**1. ¿Qué impacto puede tener la falta de representación femenina en los puestos de liderazgo económico?**

- a) Aumentar la diversidad de perspectivas
- b) Limitar la toma de decisiones inclusivas y equitativas
- c) Mejorar la igualdad de género

**2. ¿Cuál es el impacto potencial de una mayor participación de las mujeres en el ámbito digital?**

- a) Aumentar la exclusión digital de las mujeres
- b) Impulsar la innovación, la productividad y el crecimiento económico
- c) Mantener la desigualdad de género en línea

**3. ¿Qué impacto puede tener el acceso equitativo a las TIC en el empoderamiento económico de las mujeres?**

- a) Aumentar la brecha digital de género
- b) Facilitar el acceso a oportunidades económicas y de liderazgo
- c) Reducir la participación de las mujeres en la fuerza laboral

**4. ¿Qué se puede aprender al analizar el sexo de los autores de un recurso sobre igualdad de género y liderazgo económico?**

- a) Sus preferencias personales
- b) Posibles sesgos y perspectivas en el contenido
- c) No tiene relevancia

**5. ¿Qué papel juegan las TIC en la promoción del emprendimiento femenino?**



- a) Limitan las oportunidades para las mujeres emprendedoras
- b) Facilitan el acceso a recursos, redes y mercados para las mujeres emprendedoras
- c) No tienen impacto en el emprendimiento femenino

**6. ¿Qué papel desempeñan los estereotipos de género en el liderazgo económico?**

- a) Facilitan la igualdad de oportunidades
- b) Obstaculizan la igualdad de oportunidades
- c) No tienen impacto en el liderazgo

**7. ¿Cuál es uno de los principales desafíos que enfrentan las mujeres en el uso de las TIC para el empoderamiento económico?**

- a) Falta de acceso a la tecnología
- b) Estigma social asociado con la participación femenina en tecnología y negocios en línea
- c) Amplias oportunidades para las mujeres en el ámbito digital

**8. ¿Cuál es uno de los beneficios de promover la igualdad de género en el ámbito económico?**

- a) Aumentar la brecha salarial entre hombres y mujeres
- b) Fomentar el crecimiento económico sostenible y la prosperidad para todos
- c) Reducir la participación de las mujeres en la fuerza laboral

**9. ¿Cuál es uno de los objetivos principales del uso de las TIC para el empoderamiento económico femenino?**

- a) Limitar el acceso a la tecnología para las mujeres
- b) Ampliar las oportunidades económicas y de liderazgo para las mujeres
- c) Mantener la brecha digital de género

**10. ¿Cuál es uno de los objetivos principales de la igualdad de género en el ámbito económico?**

- a) Promover la superioridad masculina
- b) Eliminar barreras de género y promover la equidad
- c) Mantener la desigualdad de oportunidades

**Anexo V. Plantilla Guion entrevista**

# PREPARACIÓN DE LA ENTREVISTA

Para preparar la entrevista de trabajo, busque en internet preguntas de entrevistas relacionadas con la descripción del trabajo y use esta plantilla para estructurar las respuestas.

	<b>SITUACIÓN</b> Describa la situación, el contexto y los antecedentes	<b>TAREA</b> Describa lo que se le solicitaba	<b>ACCIÓN</b> Describa lo que hizo, cómo lo hizo y las herramientas que utilizó	<b>RESULTADO</b> Describa lo que se le solicitaba
<b>PREGUNTA 1</b>				
<b>PREGUNTA 2</b>				
<b>PREGUNTA 3</b>				
<b>PREGUNTA 4</b>				
<b>PREGUNTA 5</b>				
<b>PREGUNTA 6</b>				
<b>PREGUNTA 7</b>				
<b>PREGUNTA 8</b>				

**Anexo VI. Plantilla para la Creación de campaña**

<b>Título de la Campaña</b>	<b>EMPRENDE VIRTUALMENTE SIN BARRERAS</b>
<b>Equipo Responsable</b>	
<b>Objetivo de la Campaña</b>	
<b>Público Objetivo</b>	
<b>Mensaje clave (idea principal)</b>	
<b>Canales de comunicación</b>	
<b>Contenido de la campaña:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Material visual</b></li> <li>- <b>Texto de las publicaciones</b></li> <li>- <b>Eventos o actividades</b></li> </ul>	
<b>Cronograma</b>	

<b>Presupuesto</b>	
<b>Responsable de la Campaña</b>	
<b>Plan de ejecución</b>  <b>1. Investigación y planificación</b>  <b>2. Producción de contenido</b>  <b>3. Implementación</b>  <b>4. Seguimiento y evaluación</b>	
<b>*NOTAS ADICIONALES:</b>	

