

II Plan de Acción para la Igualdad de Mujeres y Hombres en la Sociedad de la Información

30^a aniversario
Instituto de la
Mujer



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE SANIDAD, SERVICIOS SOCIALES
E IGUALDAD

SECRETARÍA
DE ESTADO DE SERVICIOS SOCIALES
E IGUALDAD

DIRECCIÓN GENERAL
PARA LA IGUALDAD
DE OPORTUNIDADES

INSTITUTO DE LA MUJER



UNIÓN EUROPEA
FONDO SOCIAL EUROPEO
El FSE invierte en tu futuro

MARCO DEL PLAN DE ACCIÓN

- Plan Estratégico de Igualdad de Oportunidades
- Agenda Digital para España, aprobada por el Gobierno el pasado mes de febrero

Ambas constituyen las **principales estrategias estatales en materia de igualdad y en materia de desarrollo y competitividad**. El Plan es una herramienta operativa de aplicación para la igualdad, el desarrollo y la competitividad.

30 aniversario
Instituto de la
Mujer



PROCESO DE ELABORACIÓN

- **Premisa:** Integración, consenso y colaboración entre diferentes actores y sectores implicados.
- **Insumos:**
 1. Avance de contenidos del **Plan Estratégico** para la Igualdad de Oportunidades y Agenda Digital para España.
 2. **Evaluación del I Plan de Acción** para la Igualdad de Mujeres y Hombres en la Sociedad de la Información.
 3. **Propuestas de trabajo** elaboradas por el Grupo interministerial creado al efecto (ocho Departamentos Ministeriales).
 4. **Aportaciones** de los Departamentos Ministeriales a los que se han circulado todos los documentos elaborados.
 5. **Aportaciones públicas** a través de la Web y el proceso de información y participación

RESULTADO DE EVALUACIÓN DEL I PLAN

1. Adecuada **identificación** de problemas, objetivos y líneas de actuación.
2. **Desequilibrio** entre objetivos, responsabilidades y recursos presupuestarios disponibles
3. Falta de articulación de procesos de **gestión interna**
4. Consolidación de la **agenda política**, enfoque más integrado y apertura de nuevos espacios para la acción.
5. Contribución a los avances en la igualdad de género en la SI, pero sus efectos no dan **respuesta** a los objetivos definidos

RECOMENDACIONES DE LA EVALUACIÓN

1. Articular un **proceso y metodología** que implique un mayor número de agentes desde la fase de diseño, especialmente a los distintos ministerios, con el fin de priorizar áreas de actuación, establecer objetivos claros y delimitar responsabilidades.
2. Aplicar un **enfoque dual** que extienda la acción del nuevo plan al conjunto de la Administración General del Estado y concretar el discurso de la igualdad en actuaciones concretas.
3. Definir **procesos de gestión interna** del nuevo plan y el rol de las Unidades de Igualdad de los ministerios implicados.
4. Definir **indicadores** que permitan medir el avance en los objetivos.

COMPOSICIÓN DEL GRUPO INTERMINISTERIAL

1. Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente,
2. Ministerio de Asuntos Exteriores y Cooperación,
3. Ministerio de Educación Cultura y Deporte,
4. Ministerio de Economía y Competitividad,
5. Ministerio de Empleo y Seguridad Social,
6. Ministerio de Industria, Energía y Turismo,
7. Ministerio de Hacienda y Administraciones Públicas,
8. Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad.

METAS A ALCANZAR CON EL II PLAN

- Contribuir a **mejorar la inclusión digital** de las mujeres en el ámbito de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC), en condiciones de igualdad de oportunidades con los hombres.
- **Impulsar la igualdad** de oportunidades de mujeres y hombres a través de las TIC.

OBJETIVOS DEL II PLAN (1)

1. Aumentar el **acceso, uso y habilidades** de las mujeres en la SI y reducir las brechas de género
2. Aumentar la **presencia y participación** de las mujeres en la SI y reducir las brechas de género
3. Aumentar la **presencia femenina** en la **industria de los contenidos digitales** y los contenidos digitales de interés para las mujeres y reducir las brechas de género

OBJETIVOS DEL II PLAN (2)

4. Aumentar las **mujeres profesionales y empresarias con capacidades TIC** y reducir las brechas de género
5. Aumentar el **uso de los servicios públicos digitales por parte de las mujeres** y reducir las brechas de género
6. Aumentar la **confianza y seguridad de las mujeres en el ámbito digital** y reducir las brechas de género
7. Aumentar el **protagonismo de las mujeres en el sector TIC** y reducir las brechas de género

TIPOLOGIA DE MEDIDAS INCLUIDAS EN EL II PLAN

Se desarrollan **7 tipos de medidas** que agrupan **130 acciones concretas**:

- Medidas de **difusión, sensibilización, y comunicación,**
- Medidas de **fomento de contenidos** que promuevan la igualdad,
- Medidas de **formación y capacitación TIC,**
- Medidas de promoción del **acceso a dispositivos y desarrollo de contenidos,**
- Medidas para la promoción de la **igualdad de las empresas TIC,**
- Medidas **transversales,**
- Medidas de **soporte,**

DIFUSIÓN, SENSIBILIZACIÓN Y COMUNICACIÓN	INDICADORES
<p style="text-align: center;">Nº de actuaciones previstas: 34</p>	<p style="text-align: center;">Nº de actuaciones realizadas nº de población objetivo directa % de mujeres</p>
FOMENTO DE CONTENIDOS QUE PROMUEVAN LA IGUALDAD	
<p style="text-align: center;">Nº de actuaciones previstas: 50</p>	<p style="text-align: center;">Nº de actuaciones realizadas nº de población objetivo directa % de mujeres</p>
FORMACION Y CAPACITACIÓN TIC	
<p style="text-align: center;">Nº de actuaciones previstas: 23</p>	<p style="text-align: center;">Nº de actuaciones realizadas nº de población objetivo directa % de mujeres</p>
PROMOCIÓN DEL ACCESO A DISPOSITIVOS Y DESARROLLO DE CONTENIDOS	
<p style="text-align: center;">Nº de actuaciones previstas: 11</p>	<p style="text-align: center;">Nº de actuaciones realizadas nº de población objetivo directa % de mujeres</p>
PROMOCIÓN DE LA IGUALDAD EN LAS EMPRESAS TIC	
<p style="text-align: center;">Nº de actuaciones previstas: 4</p>	<p style="text-align: center;">Nº de actuaciones realizadas nº de población objetivo directa % de mujeres</p>
ACTUACIONES TRANSVERSALES	
<p style="text-align: center;">Nº de actuaciones previstas: 5</p>	<p style="text-align: center;">Nº de actuaciones realizadas nº de población objetivo directa % de mujeres</p>
ACTUACIONES DE SOPORTE	
<p style="text-align: center;">Nº de actuaciones previstas: 3</p>	<p style="text-align: center;">Nº de actuaciones realizadas</p>
<p>TOTAL ACTUACIONES PREVISTAS</p>	<p>130</p>

MINISTERIOS IMPLICADOS EN EL DESARROLLO DEL II PLAN

1. Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente,
2. Ministerio de Asuntos Exteriores y Cooperación,
3. Ministerio de Educación Cultura y Deporte,
4. Ministerio de Economía y Competitividad,
5. Ministerio de Industria, Energía y Turismo,
6. Ministerio de Hacienda y Administraciones Públicas,
7. Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad,

OTROS ORGANISMOS IMPLICADOS EN EL DESARROLLO DEL II PLAN

8. Consejo Superior de Investigaciones Científicas,
9. Dirección General de Igualdad de Oportunidades,
10. Delegación del Gobierno para la Violencia de Género,
11. Dirección General de Servicios para la Familia y la Infancia,
12. Dirección de Políticas de Apoyo a la Discapacidad,
13. Dirección General de Salud Pública, Calidad e Innovación,
14. Delegación del Gobierno para el Plan Nacional sobre Drogas,
15. Instituto de la Mujer,
16. Instituto Nacional de las Cualificaciones,
17. Instituto de la Juventud de España,
18. Instituto de Mayores y Servicios Sociales,
19. Secretaría de Estado de Administraciones Públicas.

SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN (INDICADORES)

- **Indicadores de cumplimiento** de objetivos que permitirán valorar los avances realizados y, siempre que sea posible, serán coincidentes con los definidos en la Agenda Digital desglosados por sexo.
- **Indicadores de ejecución**, que servirán para dar seguimiento al cumplimiento de las actuaciones previstas y a la población beneficiaria directa de las mismas.
- **Indicadores de resultados**, que permitirán valorar los cambios producidos por las actuaciones específicas en la población beneficiaria directa de las mismas y que serán definidos por cada departamento responsable.

Indicadores

Obj. 1 Aumentar el acceso, uso y habilidades

% de mujeres para principales ítems de la encuesta TIC hogares, entre otros:	Valor 2017	Valor 2010	
Frecuencia Uso Internet Diariamente, al menos 5 días por semana	75	67.7	IM / INE
Compras por Internet, alguna vez	48	38.6	
Compartir ficheros	35	25	
Crear páginas, Web	14	8.8	
Descargar software (excluido juegos)	40	25.9	
Venta de bienes y servicios	13	6	
Realizar curso vía Internet	19	13.9	
Acceso Internet móvil banda ancha	25	15.6	
Brecha digital de género principales ítems encuesta TIC hogares	≤ 5		

Indicadores

Obj. 2 Aumentar la presencia y participación

% de mujeres para principales ítems de la encuesta TIC hogares, entre otros	Valor 2017	Valor 2010	
Envío de mensajes a chats, blogs, grupos de noticias o foros de discusión on-line, uso de mensajería instantánea	55	49.6	IM / INE
Colgar contenidos propios (texto, imágenes, fotos, videos, música, etc.) en una página Web para ser compartidos	47	73	
Brecha digital de género principales ítems encuesta TIC hogares	≤ 5		
Opinión grupo de personas expertas. Instrumento: entrevista			

Indicadores objetivos 3 y 4

Obj. 3 Aumentar la presencia femenina en la industria de los contenidos digitales y los contenidos digitales de interés para las mujeres	IM
Opinión grupo de personas expertas. Instrumento: entrevista	
Obj. 4 Aumentar las mujeres profesionales y empresarias con capacidades TIC y reducir las brechas de género en este ámbito	
Opinión grupo de personas expertas. Instrumento: entrevista	

Indicadores

Obj. 5 Aumentar el uso de servicios públicos digitales

% de mujeres para principales ítems de la encuesta TIC hogares, entre otros	Valor 2017	Valor 2010	
Web Administración últimos 12 meses	65	56	IM / INE
Descargar formularios oficiales últimos 12 meses	45	36.8	
Enviar formularios cumplimentados en los últimos 12 meses	35	25	
Brecha digital de género principales ítems encuesta TIC-H	≤ 5		IM

Indicadores

Obj. 6 Aumentar la confianza y seguridad

% de mujeres para principales ítems de la encuesta TIC hogares, entre otros	Valor 2017	Valor 2010	
Actualización periódica productos seguridad informática	85	76.1	IM / INE
Filtro correo electrónico	40	33.3	
Muy preocupadas por Intimidad	30	37.7	
Uso fraudulento	30	38.5	
Acceso menores	40	49.8	
Brecha digital de género principales ítems encuesta TIC-H	≤ 5		IM

Indicadores

Obj. 7 Aumentar el protagonismo de las mujeres en el sector TIC y reducir las brechas de género en este ámbito

Por definir

30 aniversario
Instituto de la
Mujer



ACTUACIONES POR MEDIDAS Y OBJETIVOS

MEDIDAS	TOTAL	O1	O2	O3	O4	O5	O6	O7	Presupuesto estimado
DIFUSIÓN, SENSIBILIZACIÓN Y COMUNICACIÓN	34	20	25	17	6	12	13	10	459.097
FOMENTO DE CONTENIDOS QUE PROMUEVAN LA IGUALDAD	50	14	27	41	3	28	23	6	3.209.066
FORMACION Y CAPACITACIÓN TIC	23	19	16	9	15	3	10	5	6.847.645
PROMOCIÓN DEL ACCESO A DISPOSITIVOS Y DESARROLLO DE CONTENIDOS	11	3	4	8	4	7	3	1	29.094.565
PROMOCIÓN DE LA IGUALDAD EN LAS EMPRESAS TIC	4	2	4	4	4	2	2	4	1.558.575
ACTUACIONES TRANSVERSALES	5	5	5	5	5	5	5	5	442.000
ACTUACIONES DE SOPORTE	3	3	3	3	3	3	2	3	82.413
TOTALES	130	62	81	83	38	58	56	33	41.693.361

EJEMPLO DE ACTUACIÓN (1)

(MEDIDA)	(Actuación)
PROMOCIÓN DEL ACCESO A DISPOSITIVOS Y DESARROLLO DE CONTENIDOS TECNOLÓGICOS	Servicio ATENPRO (Servicio Telefónico de Atención y Protección a las víctimas de la violencia de género).

01	02	03	04	05	06	07	Departamento
				X			MSSSI (DGVG)

Se aplica un 15% del presupuesto global previsto para la acción.

total	2013	2014	2015	2016	2017
3.810.000	510.000	825.000	825.000	825.000	825.000

EJEMPLO DE ACTUACIÓN (2)

(MEDIDA)	(Actuación)
PROMOCIÓN DEL ACCESO A DISPOSITIVOS Y DESARROLLO DE CONTENIDOS TECNOLÓGICOS	Dispositivos para el seguimiento por medios telemáticos de las medidas y penas de alejamiento en el ámbito de la violencia de género

0.1	0.2	0.3	0.4	0.5	0.6	0.7	Departamento
				X			MSSSI (DGVG)

El presupuesto de 2015, 2016 y 2017 es la totalidad del programado para la actuación

total	2013	2014	2015	2016	2017
22.848.960	3.500.000	4.837.240	4.837.240	4.837.240	4.837.240

EJEMPLO DE ACTUACIÓN (3)

(MEDIDA)	(ACTUACION)
PROMOCIÓN DEL ACCESO A DISPOSITIVOS Y DESARROLLO DE CONTENIDOS TECNOLÓGICOS	Subvenciones a proyectos piloto de Desarrollo Rural, que aumentarán el acceso de las mujeres rurales a las TIC.

01	02	03	04	05	06	07	Departamento
X	X	X	X				MAGRAMA

total	2013	2014	2015	2016	2017
735.945	147.189	147.189	147.189	147.189	147.189

El presupuesto de 2014, 2015, 2016 y 2017 es estimado, en función de la previsión presupuestaria