

## **NÚMERO 1**

### **SEGUNDO EJERCICIO: SEGUNDA FASE**

#### **RAMA SOCIAL**

Los aspirantes deben resolver las dos partes en las que se divide el caso práctico propuesto.

#### **PRIMERA PARTE:**

La Comunidad de Madrid ha decidido impulsar la igualdad de género a través de una campaña de concienciación con una duración de cinco años.

Su objetivo principal es fomentar la igualdad de género durante la jornada laboral, incluyendo tanto el tiempo dedicado al trabajo remunerado como al doméstico. El éxito de la iniciativa está ligada a una buena comprensión del problema, sus causas, y sus posibles remedios.

Para ello, hay una demanda de información y conocimiento en tres dimensiones distintas. Las dos primeras se refieren a la información necesaria para la correcta planificación de la campaña, mientras que la tercera hace referencia a un eficaz seguimiento de sus efectos.

En la primera dimensión, se identifica un vacío de conocimiento sobre la desigualdad en la dedicación a las tareas domésticas. Aunque la carga y las desigualdades en el trabajo no doméstico, son bien conocidas, la dedicación a las tareas domésticas y las posibles desigualdades de género en esta área, siguen siendo unas incógnitas, particularmente en lo que respecta a la identificación de las tareas domésticas, que generan mayor desigualdad. Comprender esto es crucial para diseñar una campaña lo más efectiva posible.

En una segunda dimensión, existen razones para creer que hay diferencias entre los distintos municipios, debido a iniciativas locales en algunos de ellos, que podrían influir en la creación o eliminación de desigualdades de género en la dedicación a las tareas domésticas. Identificar estas diferencias podría proporcionar información valiosa para diseñar políticas más efectivas hacia la igualdad en este ámbito.

Por lo que respecta a la tercera dimensión, una vez puesta en marcha una iniciativa de este tipo, la Comunidad de Madrid tiene el objetivo de evaluar los progresos de su campaña de concienciación sobre la igualdad de género. Es tan importante identificar las desigualdades existentes como monitorear la evolución de estas desigualdades a medida que avanza la campaña.

Sus superiores le han encargado diseñar las estrategias de investigación que permitan recopilar información sobre las desigualdades en las tres dimensiones mencionadas.

Es necesario diseñar una estrategia de investigación eficaz, que extraiga la información necesaria, minimizando los costos para cada una de las tres dimensiones.

La viabilidad de su propuesta depende de su diseño. Sus superiores han asignado a un compañero suyo la tarea de diseñar una estrategia de investigación cualitativa que cumpla con las exigencias metodológicas descritas. Sin embargo, creen que complementar este diseño cualitativo con un enfoque cuantitativo podría mejorar la comprensión holística del problema y de esta forma, la eficacia de la campaña.

Deberá elaborar un **informe propuesta de estrategias cuantitativas**, con el objetivo de proporcionar información que permita la identificación de las iniciativas más eficientes, para promover la igualdad de género teniendo en cuenta las tres dimensiones de investigación que se le han indicado.

Se hará referencia, a la forma en la que debe analizarse la información en las tres dimensiones y especificar claramente cómo se medirá la «igualdad de género en la jornada laboral», tanto referida al trabajo remunerado como al trabajo doméstico.

Finalmente, deberá describirse al menos brevemente, el procedimiento para la implementación de la metodología mixta (cualitativa y cuantitativa), y las razones por las que el uso de un método mixto puede en su caso, resultar beneficioso en cada una de las tres dimensiones.

## **SEGUNDA PARTE:**

Independientemente de lo anterior, se le encarga además la **organización del Registro de Transparencia de la Comunidad de Madrid**. Deberá analizar su naturaleza, identificar los sujetos que entiende obligados a su inscripción y determinar la relación de actividades que deben quedar sometidas a su control.

Se valorará el ajuste al marco normativo, la concreción, la adecuación de conceptos y la explicación escueta de los actores y actividades obligados a figurar en el Registro.

Madrid, a 12 de mayo de 2024