



Cofinanciado por
la Unión Europea

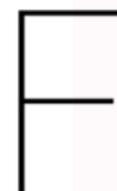


Volver a motivar a las mujeres jóvenes para que se incorporen al mercado laboral desarrollando su marca personal a través de una formación basada en la gamificación.

2022-2-CY02-KA220-YOU-000095800



Universidad de Valladolid



fyg
consultores





Cofinanciado por
la Unión Europea

Debido a la pandemia del COVID-19, un gran número de mujeres jóvenes han sido clasificadas como ninis (ni trabaja, ni estudia ni recibe formación). Es esencial reactivar a estas mujeres y ofrecerles igualdad de oportunidades para garantizar su inclusión en las sociedades europeas. El proyecto BRAND GAME pretende ayudar a estas mujeres a desarrollar su marca personal como candidatas potenciales para un trabajo, mejorando sus competencias interpersonales y sociales imprescindibles para reincorporarse al mercado laboral y para buscar oportunidades de educación y formación. Esto desembocará, en definitiva, en la creación de recomendaciones normativas que promuevan la igualdad de género y la inclusión social.





Cofinanciado por
la Unión Europea

EL EQUIPO



Universidad de Valladolid



La necesidad

La pandemia de COVID-19 ha influido en la población activa mundial, sobre todo en las jóvenes que buscan trabajo. Lamentablemente, las mujeres tienen aún menos oportunidades laborales que antes de la pandemia. La participación de las mujeres en la población activa antes de la crisis superaba el 50%. Sin embargo, tras la pandemia, muchas mujeres fueron despedidas o abandonaron sus puestos de trabajo para cuidar de sus familias, especialmente las madres jóvenes o aquellas con padres ancianos. Como resultado, la tasa de empleo de las mujeres jóvenes disminuyó gradualmente del 56% al 49%.

Sin embargo, la pandemia ha tenido algunos efectos inesperados en la educación de las mujeres. Con el sector de la educación en línea, se ha producido un ligero aumento del número de mujeres jóvenes ninis (17-24 años) que se matriculan en tipos de educación no formal. La participación de las mujeres en la educación escolar superior aumentó al 32% en 2021, en comparación con menos del 29% en 2019. Sin embargo, las mujeres de toda la UE siguen teniendo más probabilidades de permanecer o pasar a formar parte de la categoría de ninis que los hombres. A día de hoy, Turquía tiene una de las tasas más elevadas de mujeres jóvenes ninis, seguida de Grecia, Bulgaria, Chipre y España.



Cofinanciado por
la Unión Europea

Resultados

Concienciación sobre las necesidades de las jóvenes “ninis” y la situación actual en el mercado laboral.

Aplicación de métodos basados en jugar y en la experiencia para mejorar la inserción laboral de mujeres “ninis”.

Implantación de software abierto en la educación de los jóvenes.

Minimizar el abandono escolar a la vez que apoyando el bienestar de las mujeres y su reinserción en las sociedades de la UE.

Abrir un diálogo para hacer recomendaciones en el reglamento sobre activación juvenil en igualdad de género y en la reinserción de los “ninis”.



Universidad de Valladolid





El objetivo principal de este proyecto es apoyar a las mujeres jóvenes que no están escolarizadas, no tienen empleo ni reciben formación ("ninis"), y ayudarlas a reincorporarse en el mundo laboral. El grupo objetivo directo son las mujeres, en particular las que tienen entre 17 y 24 años. El proyecto pretende ayudar a las mujeres que se han visto afectadas negativamente por el COVID-19, que les ha provocado el desempleo o el abandono de las oportunidades de educación y formación para poder proporcionar ayuda no económica a sus familias.





Co-funded by
the European Union

¡Gracias!



observal@uva.es



observal.es



Campus Miguel Delibes. Paseo de Belén, 19
47011 - Valladolid



fyg
consultores



mind the
game



Universidad de Valladolid



Learning
Seed