

## INFORME DE IMPACTO DE GÉNERO DEL ANTEPROYECTO DE LEY DE MODIFICACIÓN DE LA LEY 3/2019, DE 22 DE MARZO, DEL ESTATUTO DE LAS PERSONAS CONSUMIDORAS EN CASTILLA-LA MANCHA

### A. IDENTIFICACIÓN DE LA NORMA, ÓRGANO PROMOTOR Y MARCO LEGAL

#### Identificador de la operación

Anteproyecto de Ley de la Consejería de Sanidad, por la que se modifica la Ley 3/2019, de 22 de marzo, del Estatuto de las Personas Consumidoras en Castilla-La Mancha.

#### Órgano promotor

Consejería de Sanidad, Dirección General de Salud Pública.

#### Contexto o ámbito de actuación de la norma

El Anteproyecto de modificación de la Ley 3/2019, de 22 de marzo, del Estatuto de las Personas Consumidoras en Castilla-La Mancha, se propone dar cumplimiento al artículo 51.1 de la Constitución Española, que establece que los poderes públicos garantizarán la defensa de las personas consumidoras y usuarias, protegiendo, mediante procedimientos eficaces, la seguridad, la salud y los legítimos intereses económicos de las mismas.

Así, para dar cumplimiento al citado mandato constitucional, se dictó el Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios.

Por su parte, el artículo 32.6 del Estatuto de Autonomía de Castilla-La Mancha, establece que, en el marco de la legislación básica del Estado y, en su caso, en los términos que la misma establezca, es competencia de la Junta de Comunidades el desarrollo legislativo y la ejecución en materia de defensa de las personas consumidoras.

En este marco competencial, y en conformidad con lo dispuesto en el artículo 9.2 del Estatuto de Autonomía, las Cortes de Castilla-La Mancha en el ejercicio de su potestad legislativa dictaron la Ley 3/1995, de 9 de marzo, del Estatuto del Consumidor de Castilla-La Mancha; la Ley 11/2005, de 15 de diciembre, del Estatuto del Consumidor; y, finalmente,

la vigente Ley 3/2019, de 22 de marzo, que sea desarrollo del texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias.

El texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias fue modificado por el artículo 82 del Real Decreto-ley 24/2021, de 2 de noviembre.

La modificación operada por el artículo 82.4. de dicho Real Decreto-ley, relativa a la potestad sancionadora, ha dado lugar a la falta de correspondencia de la normativa autonómica de desarrollo legislativo con la estatal, habiendo declarado el Tribunal Constitucional que cuando esto ocurre es precisa la “inmediata acomodación” de la norma autonómica a la legislación básica, por lo que procede a modificar la Ley 3/2019, de 22 de marzo, en el sentido que marca la norma estatal, al objeto de evitar potenciales conflictos en su aplicación.

#### **Antecedentes normativos en materia de igualdad de género.**

La igualdad entre mujeres y hombres es un derecho universal reconocido jurídicamente en los instrumentos internacionales sobre Derechos Humanos: recogido en la Convención sobre la Eliminación de todas las formas de Discriminación contra la Mujer, aprobada por la Asamblea General de Naciones Unidas el 18 de diciembre de 1979 y ratificada por España el 16 de diciembre de 1983.

Se trata de un derecho fundamental de la Unión Europea, como así lo contempla el artículo 2 del Tratado de la Unión Europea y el artículo 8 del Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea.

Asimismo, en el artículo 23 de la Carta de los Derechos Fundamentales de la Unión Europea se consagra también el derecho a la igualdad de trato entre hombres y mujeres en todos los ámbitos.

En el ordenamiento jurídico español este derecho se recoge en el artículo 14 de la Constitución Española, dentro del título I, como un derecho fundamental que exige la igualdad y la no discriminación por razón de sexo. Además, en el artículo 9.2 establece la obligación de los poderes públicos de promover las condiciones para que la libertad y la



igualdad del individuo y de los grupos en que se integra sean reales y efectivas, y de remover los obstáculos que impidan o dificulten su plenitud y facilitar la participación en la vida política, económica, cultural y social.

En este sentido, tanto la Ley Orgánica 1/2004, de 28 de diciembre, de Medidas de Protección Integral contra la Violencia de Género, como la Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la Igualdad efectiva entre Mujeres y Hombres, en sus artículos 10 y 41 respectivamente, consideran ilícita la publicidad que proyecte una imagen vejatoria y discriminatoria hacia las mujeres.

Asimismo, la Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres, en artículo 2.2, relativo a su ámbito de aplicación, establece que las obligaciones emanadas de la ley “*serán de aplicación a toda persona, física o jurídica, que se encuentre o actúe en territorio español, cualquiera que fuese su nacionalidad, domicilio o residencia*”.

El Estatuto de Autonomía de Castilla-La Mancha establece en el artículo 4:

*“2. Corresponde a los poderes públicos regionales promover las condiciones para que la libertad y la igualdad del individuo y de los grupos en que se integra sean reales y efectivas, remover los obstáculos que impidan o dificulten su plenitud y facilitar la participación de todos los ciudadanos en la vida política, económica, cultural y social de la región.*”

*3.La Junta de Comunidades propiciará la efectiva igualdad del hombre y de la mujer, promoviendo la plena incorporación de ésta a la vida social y superando cualquier discriminación laboral, cultural, económica o política.”*

El artículo 6.3 de la Ley 12/2010, de 18 de noviembre, de igualdad entre mujeres y hombres de Castilla-La Mancha dispone que: “*Todos los anteproyectos de ley, disposiciones de carácter general y planes que se sometan a la aprobación del Consejo de Gobierno de Castilla-La Mancha deberán incorporar un informe sobre impacto por razón de género que analice los posibles efectos negativos sobre las mujeres y los hombres y establezca medidas que desarrollen el principio de igualdad.*”



## **B. ANÁLISIS DE PERTINENCIA**

El anteproyecto tiene por objeto modificar la Ley 3/2019, de 22 de marzo, para adecuar la normativa autonómica de desarrollo legislativo con la estatal a raíz de la modificación que introdujo el artículo 82.4 del Real Decreto-ley 24/2021, de 2 de noviembre, relativa a la potestad sancionadora. El contexto del ámbito de actuación del anteproyecto propuesto requiere de la consideración de varios espacios de análisis de la situación entre mujeres y hombres, así como de otros ejes interseccionales, que posibiliten contemplar sus efectos sobre las personas consumidoras en Castilla-La Mancha. Así, se debe atender a las diferencias entre sexos y de género que pueda contemplar este campo de aplicación desde la administración pública.

## **C. PREVISIÓN DE EFECTOS SOBRE LA IGUALDAD**

A efectos del cumplimiento de la medida contemplada en el Eje 1 del II Plan Estratégico para la Igualdad de Oportunidades entre Mujeres y Hombres de Castilla-La Mancha (2019-2025), “Fomento de la transmisión de una imagen igualitaria y no discriminatoria de las mujeres en los medios de comunicación social de titularidad privada”, se valora positivamente la inclusión específica como infracción grave del supuesto de *“campañas publicitarias que fomenten la violencia, la prostitución o la transmisión de mensajes estereotipados de subordinación o de desigualdad entre mujeres y hombres, siempre que no constituyan un delito”*.

### **1. VALORACIÓN DEL IMPACTO**

A la vista de lo expuesto, se considera que el Anteproyecto de modificación de la Ley 3/2019, de 22 de marzo, del Estatuto de las Personas Consumidoras en Castilla-La Mancha, tendría un impacto positivo en la consecución de la igualdad de género.

En Toledo, a la fecha de la firma

El responsable de la Unidad de Igualdad de la Consejería de Sanidad

Fdo: José María Arroyo Villarrubia