



## **INFORME DE IMPACTO DE GÉNERO DEL PROYECTO DE DECRETO POR EL QUE SE CREA EL OBSERVATORIO DE CONSUMO DE CASTILLA-LA MANCHA.**

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

#### **Denominación de la Norma:**

Decreto por el que se crea el Observatorio de Consumo de Castilla-La Mancha.

#### **Órgano administrativo que lo promueve:**

Dirección General de Agenda 2030 y Consumo de la Consejería de Desarrollo Sostenible de la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha.

#### **Referencia Normativa:**

La igualdad entre mujeres y hombres es un derecho universal reconocido jurídicamente en todos los instrumentos internacionales sobre derechos humanos, entre los que destaca 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 5 de junio de 1984.

Igualmente, es un principio fundamental de la Unión Europea (UE) en virtud del 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 nuestro ordenamiento jurídico, la Constitución consagra en su artículo 14 el derecho a la igualdad y a la no discriminación por razón de sexo. Además, 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 de todos en la vida política, económica, cultural y social.

El Estatuto de Autonomía de Castilla-La Mancha, en su artículo 4.2 se pronuncia en términos análogos al citado artículo de la Constitución Española. Por otro lado, el artículo 4.3 encomienda a la Junta de Comunidades propiciar 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 desarrollo de estos derechos se ha materializado en la aprobación de leyes y la implantación de políticas públicas encaminadas a conseguir la igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres, como son la Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y



hombres o la Ley 12/2010, de 18 de noviembre, de igualdad entre mujeres y hombres de Castilla-La Mancha.

En ambas leyes se ha introducido la obligación de que todo proyecto normativo vaya acompañado de un informe de impacto por razón de género de las medidas que se establezcan en el mismo, cuestión que ya adelantó la Ley 30/2003, de 13 de octubre, sobre medidas para incorporar la valoración del impacto de género en las disposiciones normativas que elabore el gobierno.

Específicamente, en la Comunidad Autónoma de Castilla-La Mancha, es el artículo 6.3 de la Ley 12/2010 el que dispone la obligatoriedad de incorporar un informe sobre impacto por razón de género que analice los posibles efectos sobre las mujeres y los hombres y establezca medidas que desarrollen el principio de igualdad en todos los anteproyectos de ley, disposiciones de carácter general y planes que se sometan a la aprobación del Consejo de Gobierno.

## **B. ANÁLISIS DE LA PERTINENCIA**

### **Objeto del decreto**

El decreto tiene por objeto la creación y regulación del Observatorio de Consumo de Castilla-La Mancha como órgano de carácter colegiado, participativo y de composición interdepartamental, con funciones asesoras, de investigación, formación y transferencia del conocimiento en materia de consumo, analizando la situación actual y la evolución prospectiva de la promoción y protección de los derechos e intereses de las personas consumidoras en Castilla-La Mancha.

### **Contenido**

Además de la exposición de motivos, el decreto consta de diez artículos, dos disposiciones adicionales, y dos disposiciones finales.

### **Análisis de la situación de partida**

La Ley 3/2019, de 22 de marzo, del Estatuto de las Personas Consumidoras de Castilla-La Mancha establece en su artículo 131 que la Administración Regional debe promover e impulsar la elaboración de estudios técnicos y encuestas sobre las dinámicas y los hábitos de consumo en Castilla-La Mancha con los objetivos de planificar las políticas de consumo más adecuadas y de fijar los instrumentos que permitan a las personas consumidoras tomar mejores decisiones de compra con arreglo a sus necesidades y exigencias.

Asimismo, el referido artículo apunta que estos estudios y encuestas, siempre y cuando sea técnica y jurídicamente viable, deben presentarse con datos desagregados por sexos y deberán incorporar el estudio sobre el impacto por razón de género, así como un estudio sobre el impacto por razón de discapacidad.



Asimismo, establece que la Administración Regional podrá crear observatorios, foros y cualesquiera otros espacios para la reflexión, el análisis y la investigación orientada a la prospectiva, predicción y anticipación de escenarios y medidas de prevención.

La población de Castilla-La Mancha, según datos del INE, ascendía a 2.045.221 personas en 2020, es decir, es la 9ª Comunidad Autónoma de España en cuanto a población se refiere. Si tenemos en cuenta los datos desagregados, del total de la población castellano manchega 1.023.740 son hombres y 1.021.481 son mujeres.

La última Encuesta de Empleo del Tiempo del INE, revela que en España 9,8 millones de mujeres y 6,4 millones de hombres dedican una hora diaria de su tiempo a realizar compras de bienes y servicios para su hogar, esto es, las mujeres lo hacen en una proporción un 53% superior a los hombres.

De la Encuesta de Hábitos de Consumo 2019 elaborada por la Mesa de Participación de Asociaciones de Consumidores, (MPAC), que es un foro de debate y grupo de trabajo formado por las Federaciones y Confederaciones de asociaciones de consumidores y usuarios, se puede concluir que existen diferencias en los patrones de consumo por razón de género, y que, de su comprensión, pueden extraerse aprendizajes para un consumo más consciente, responsable y sostenible, ya que la mayor parte de estas diferencias son sociales, motivadas por el ejercicio de los roles, estereotipos y condicionantes que, por cuestión de género, existen aún en nuestra sociedad.

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

El presente decreto pretende dotar a la Comunidad Autónoma de Castilla-La Mancha de un instrumento para promover el análisis la situación actual y la evolución prospectiva de la promoción y protección de los derechos e intereses de las personas consumidoras en Castilla-La Mancha, con el fin último de mejorar el bienestar de éstas, la calidad de los recursos y servicios puestos a su disposición, así como también la competitividad empresarial, con arreglo a la sostenibilidad del entorno económico, ambiental y social en el que se desarrollan.

Dado que su creación parte del mandato establecido en la Ley 3/2019, de 22 de marzo, que específicamente contempla que los estudios y encuestas, siempre que sea posible, deberán presentarse con datos desagregados por sexos e incorporar el estudio sobre el impacto por razón de género, se entiende que a través del decreto se va a posibilitar tanto la obtención de información con perspectiva de género muy relevante, como un impacto en la propia actividad de consumo a través de la información que se difunda.

A lo largo del articulado del decreto se contempla la incorporación de la igualdad de género, concretamente en las siguientes menciones:

- se establece expresamente que las funciones de investigación, formación y documentación, y el establecimiento de un sistema de información que permita el conocimiento del sistema de consumo, se hará incorporando transversalmente la perspectiva de género.



-se prevé que la composición del Comité Rector del Observatorio de Consumo de Castilla-La Mancha tenderá a la consecución del principio de participación equilibrada, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 5 de la Ley 12/2010, de 18 de noviembre de Igualdad entre Mujeres y Hombres de Castilla-La Mancha.

-se da cumplimiento a lo dispuesto en el artículo 10 de la Ley 12/2010, de 18 de noviembre, en cuanto a la utilización de un lenguaje inclusivo se refiere.

Por todo lo anterior, y de conformidad con al artículo 8 de la Ley 12/2010, de 18 de noviembre, de Igualdad entre Mujeres y Hombres de Castilla-La Mancha, por el que se define la transversalidad de género como la incorporación de la perspectiva de género en todas las políticas y programas y a todos los niveles, se considera que el Decreto por el que se crea el Observatorio de Consumo contempla la integración de la perspectiva de género en su articulado.

#### **D. VALORACIÓN DEL IMPACTO DE GÉNERO**

Con todo lo expuesto se puede concluir que previsiblemente la aprobación de esta norma puede favorecer la igualdad de género al entenderse que la actividad del Observatorio debe realizarse con perspectiva de género; por la incorporación del principio de participación equilibrada de mujeres y hombres en el Consejo Rector del Observatorio y las comisiones técnicas que se , regulado en el artículo 5 de la Ley 12/2010, de 18 de noviembre, de Igualdad entre Mujeres y Hombres de Castilla-La Mancha; y por la utilización de un lenguaje inclusivo, de conformidad con lo establecido en el artículo 10 de la citada ley.

Por ello, se concluye que la **valoración de impacto de género es positiva**.

En Toledo, en la fecha señalada en la huella digital.

LA SECRETARIA GENERAL

Firmado digitalmente el 01-04-2022  
por Mercedes Gomez Rodriguez  
Cargo: Secretaria General de Desarrollo Sostenible

LA RESPONSABLE DE LA  
UNIDAD DE IGUALDAD DE  
GÉNERO

Firmado digitalmente en TOLEDO a 01-04-2022  
por Cristina Benito Garcia  
Cargo: Jefa de Servicio de Desarrollo Normativo, Transparencia e Igualdad de género