

INFORME RELATIVO AL ANTEPROYECTO DE LEY DE ESTATUTO DE LAS PERSONAS CONSUMIDORAS Y USUARIAS

Se emite el presente informe a solicitud del Organismo Autónomo Kontsumobide-Instituto Vasco de Consumo en el ejercicio de la competencia atribuida a Emakunde-Instituto Vasco de la Mujer por el artículo 21 de la Ley 4/2005, de 18 de febrero, para la Igualdad de Mujeres y Hombres.

El informe tiene por objeto verificar la correcta aplicación de lo dispuesto en los artículos 19 y 20 de la Ley 4/2005 y en las Directrices sobre la realización de la evaluación previa del impacto en función del género y la incorporación de medidas para eliminar desigualdades y promover la igualdad de mujeres y hombres, aprobadas por Acuerdo del Consejo de Gobierno de 21 de agosto de 2012, y realizar propuestas de mejora en tal sentido.

El anteproyecto de Ley tiene por objeto la protección, defensa y promoción de los derechos de las personas consumidoras y usuarias en el ámbito de la Comunidad Autónoma de Euskadi; excluyendo del ámbito de protección de esta ley las relaciones entre las administraciones públicas o los entes del sector público y las personas consumidoras y usuarias, cuando lleven a cabo actividades de prestación de un servicio o suministro de un bien por el que no haya de pagarse contraprestación o ésta sea de naturaleza tributaria.

Se trata, por tanto, de una disposición de carácter general que debe ser evaluada sobre su impacto en función del género, de conformidad con lo establecido en el apartado 2.1 de la Directriz Primera. A tal fin, el órgano promotor de la norma ha emitido el correspondiente Informe de impacto en función del género, en los términos previstos en el anexo I, y de acuerdo con lo previsto por los apartados 3 y 4 de la Directriz Primera.

Verificado el cumplimiento de los trámites formales previstos por la Ley 4/2005 y las Directrices para la realización del Informe de Impacto en Función del Género, respecto del contenido nos gustaría señalar que se valora positivamente el esfuerzo realizado en la

cumplimentación de los apartados y cuestionarios establecidos, realizando un análisis de situación adecuado mediante la recogida, de forma diferenciada, de información sobre la situación de mujeres y hombres en el ámbito del consumo.

El análisis de situación aportado en el informe de impacto señala que hay pocos estudios que introduzcan el concepto de género en la explicación de las desigualdades en el consumo, razón por la cual hay pocos datos individuales. La gran mayoría de los estudios han tomado la clase social o la unidad familiar, y no el concepto de género en la explicación del comportamiento de las personas consumidoras o como factores determinantes de estas desigualdades.

Igualmente, el informe destaca la importancia de las aportaciones de la economía feminista, al incorporar la dimensión de género al ámbito del consumo. Sostiene, igualmente, la existencia de una visión androcéntrica y estereotipada de la condición humana, que podría estar presente en las pequeñas rutinas de consumo de la vida cotidiana.

La investigación feminista identifica la cultura consumista como una fuerza especial de explotación, a la que las mujeres son más vulnerables que los hombres por causa de su posición social, económica y cultural subordinada.

En este sentido, el informe de impacto señala la aportación de algunos estudios que ponen de manifiesto los siguientes aspectos:

- Existe un hecho diferencial relevante en el tratamiento del género por parte de las empresas, con la diferenciación de productos por género y el sobrecoste observado en las versiones dirigidas a las mujeres.
- La publicidad utilizada por las entidades mercantiles para promocionar sus productos y servicios, en muchas ocasiones, además de cosificar los cuerpos de las mujeres al ser utilizados como reclamo para un mayor consumo, profundizan en los estereotipos de géneros y en la división sexual del trabajo entre mujeres y hombres.

- La existencia de una violencia económica o financiera y/o patrimonial contra las mujeres que comprende cualquier acción consistente en la privación intencionada y no justificada de recursos para el bienestar físico o psicológico de las mujeres y, si procede, de sus hijas e hijos o de otras personas económicamente dependiente de ella.

Por otro lado, el informe señala el cambio sustancial de los hábitos de consumo que se están produciendo en los últimos tiempos, y sostiene que esta ley permitirá dar respuesta a los cambios tecnológicos, sociales y económicos que afectan al consumo desde un enfoque humano y con perspectiva de género e interseccional, tomando en consideración las diferencias entre mujeres y hombres, y también las diversidades existentes dentro del propio colectivo de mujeres.

Para reducir las desigualdades existentes en el acceso a los recursos y eliminación, o al menos, una disminución de los estereotipos de género, el informe de impacto señala que la ley permitirá adoptar una serie de medidas:

1. La identificación y visibilización de los colectivos vulnerables y que requieren especial protección.
2. Una mayor información y formación con enfoque de género e interseccional.
3. La promoción de la participación de las mujeres en los espacios de toma de decisiones y consultivos.
4. El seguimiento de la publicidad sexista y estereotipada, para contribuir a la superación o modificación de las normas sociales o valores de lo que se atribuya a las mujeres o a los hombres.

Sobre este aspecto y, valorando positivamente la adopción de estas medidas, quisiéramos poner la atención en la explicación que se hace en el informe respecto de la aplicación de las mismas: **“el presente Anteproyecto de Ley no contempla las medidas específicas con enfoque de género, que están reservadas para la fase del desarrollo normativo de la misma”**. A este respecto, consideramos que estas medidas, dada su importancia,

deberían de recogerse explícitamente en el proyecto de norma, o al menos sus líneas generales, por considerar que así se garantiza la integración de la perspectiva de género en las políticas de consumo, de acuerdo a lo establecido en los principios generales de la Ley 4/2005.

No obstante, y en cuanto al **contenido de la norma**, con el fin de avanzar en la integración de la perspectiva de género, se realiza las siguientes recomendaciones:

- Teniendo en cuenta que la presente ley tiene por objeto la protección, defensa y promoción de los derechos de las personas consumidoras y usuarias, consideramos conveniente que en la **exposición de motivos** se haga mención a que el principio de consumo responsable integrará la perspectiva de género, de esta forma se cumple, por un lado, con el mandato de que los poderes públicos han de tener en cuenta de manera activa el objetivo de la igualdad de mujeres y hombres en la elaboración y aplicación de las normas y, por otro lado, con la protección y defensa de todas las personas consumidoras.
- La asunción de los cuidados dentro del consumo responsable, como paradigma de la sostenibilidad de la vida en toda su dimensión, es a día de hoy un asunto pendiente. Por ello, desde este Instituto consideramos que el artículo 16, que regula el Principio de consumo responsable, debería de **contemplar la igualdad de género como uno de los criterios** a los que se tienen que ajustar las actuaciones públicas en el ámbito de las relaciones de consumo.
- Respecto del ejercicio de las funciones de Kontsumobide-Instituto Vasco de Consumo en materia de protección a las personas consumidoras, se considera conveniente que para la elaboración de los **programas de actuación anuales** (art.4.4), en materia de protección de las personas consumidoras y usuarias, así como para su evaluación y seguimiento, en la elaboración del **Plan anual de campañas** (art.92), se cuente con **personal experto con conocimientos en materia de igualdad**. Esto garantizará que la actividad de las administraciones

públicas vascas en materia de consumo, que se desarrollen en el marco de la ley incorporarán adecuadamente la perspectiva de género.

- Asimismo, en la planificación y evaluación de las políticas de consumo, los poderes públicos vascos deben garantizar la **transparencia y la rendición de cuentas** a la ciudadanía sobre cómo se contribuye a la igualdad de mujeres y hombres en materia de consumo a través del dinero público. En este sentido, consideramos conveniente contemplar la existencia de un presupuesto destinado exclusivamente a actuaciones con enfoque de género y consumo.
- Se recuerda que, de conformidad con el art. 3.7 y el art. 23 de la Ley 4/2005, se debe promover que en el nombramiento y designación de las personas que vayan a constituir o formar parte de la **Comisión de Consultiva de Consumo de Euskadi** existirá una presencia equilibrada de mujeres y hombres con capacitación, competencia y preparación adecuada.
- En cuanto al **impulso de buenas prácticas**, regulado en el art.21, sería conveniente que, se contemple la igualdad de género como condición y requisito para reconocer oficialmente una buena práctica para la protección de los derechos de las personas consumidoras y de mejora de la regulación del mercado.
- Diferentes estudios señalan que la pobreza energética afecta mayormente a las mujeres, siendo los sectores más vulnerables las familias monoparentales, las mujeres jubiladas, las trabajadoras de servicio doméstico y las mujeres migrantes. Para hacer frente a esta situación, algunas comunidades regulan por ley medidas urgentes contra la pobreza energética¹, entre las cuales se encuentra el reconocimiento de las familias pobres que no pueden pagar los suministros básicos el derecho a ellos. Para estas familias acreditadas como vulnerables por los servicios sociales ninguna empresa puede cortar la luz, el agua o el gas.

¹ Ley 24/2015, de 29 de julio, de medidas urgentes para afrontar la emergencia en el ámbito de la vivienda y la pobreza energética.

<https://www.boe.es/boe/dias/2015/09/09/pdfs/BOE-A-2015-9725.pdf>

En este sentido, este instituto considera el anteproyecto de ley de estatuto de las personas consumidoras y usuarias como una oportunidad para impulsar políticas públicas que protejan a las personas consumidoras más vulnerables. Así, respecto al **art. 30 Suministro de servicios de interés general**, donde se regula el procedimiento de suspensión de los suministros de servicios de interés general, entendemos que la administración está en disposición de exigir garantías respecto de la política relacionada con la información que se facilita a las personas consumidoras y usuarias previamente al corte por impago.

En este sentido, consideramos conveniente que se recoja, tal y como se venía haciendo en el apartado g) del Capítulo II Derecho a la protección de los intereses económicos y sociales de la Ley 6/2003, de 22 de diciembre, de Estatuto de las Personas Consumidoras y Usuarias, “ *la prohibición del corte del suministro de servicios públicos de prestación continua, sin constancia fehaciente de recepción previa por la persona consumidora o usuaria de una notificación concediéndole plazo suficiente para subsanar el motivo que pueda esgrimirse como fundamento del corte y sin las previas autorizaciones administrativas o judiciales que en su caso puedan proceder*”, de este modo se corrige la práctica irregular de una falta de notificación fehaciente y se garantiza el corte de suministro en base al principio de precaución.

- Por otro lado, al objeto de garantizar la integración de modo efectivo de la perspectiva de género en la norma, tal y como está dispuesto en el art. 16 de la Ley 4/2005, se recuerda que los poderes públicos vascos **han de incorporar de forma obligatoria la variable sexo** en cualquier actividad que suponga recogida de datos referidos a personas. Asimismo, en la elaboración de sus estudios y estadísticas, además de incluir sistemáticamente la variable sexo, **deben explotar y difundir los datos de que disponen** de modo que se pueda describir un panorama social más igualitario, responsable y sostenible, conocer las diferentes situaciones, condiciones, aspiraciones y necesidades de mujeres y hombres en el ámbito del uso y consumo. Esta observación se realiza más específicamente para

los siguientes artículos: el art. 41 b), Realizar estudios sobre dinámicas de consumo y el art. 58.c), Realización de actuaciones, trabajos, estudios o publicaciones, de interés general para las personas consumidoras y usuarias.

- Respecto de la medida señalada en el informe de impacto sobre la publicidad sexista y estereotipada, para contribuir a la superación o modificación de las normas sociales o valores de lo que se atribuya a las mujeres o a los hombres, tal y como hemos señalado arriba, creemos conveniente que dicha medida debería recogerse explícitamente en el **Capítulo V. Derecho a la información de las personas consumidoras y usuarias**, del Título III, de conformidad con el art.26 de la Ley 4/2005.
- En cuanto a los requisitos sobre los medios humanos de las **oficinas de información a las personas consumidoras y usuarias**, es conveniente que se prevea que tengan una **capacitación mínima en materia de igualdad y coeducación**, así como en prevención de acoso y abuso sexual, de manera que pueda impartir los contenidos de acuerdo con lo establecido en el art. 31 y 32 de la Ley 4/2005. Además, se recuerda que en la medida de lo posible se deberá tratar de contar con **profesorado diversificado**, con referentes masculinos o femeninos que superen estereotipos de género. Del mismo modo, la presencia equilibrada de mujeres y hombres en la docencia da cumplimiento a lo previsto en el art. 31.2 de la Ley 4/2005.
- Respecto a la incorporación de la perspectiva de género en **los programas de educación y formación** de las personas consumidoras y usuarias, art.49, nos gustaría destacar el potencial transformador de esta medida dirigida a integrar la igualdad y los objetivos coeducativos en la formación de las personas que intervendrán en los procesos de educación, especialmente las acciones formativas dirigidas a las personas profesionales del mundo del consumo, a los agentes locales, y especialmente las dirigidas a la infancia y la adolescencia o a otros

colectivos de especial protección. Por lo tanto, se considera necesario que Kontsumobide cuente con **personal experto con conocimiento en materia de igualdad** para impulsar los cometidos que tiene encomendado.

- Considerando que entre las funciones de las asociaciones de personas consumidoras y usuarias se encuentra la educación y la formación de las personas consumidoras y usuarias, se recomienda incluir el **conocimiento en materia de igualdad** en el perfil de los agentes educadores que puedan conformar las mismas.
- En cuanto al art. 50. Reconocimiento y fomento del asociacionismo, este Instituto recomienda añadir un tercer párrafo en el que recoja que Kontsumobide fomentará la participación de las mujeres en el asociacionismo de las personas consumidoras y usuarias, y la incorporación de la perspectiva de género en los planes de dichas asociaciones, en cumplimiento de los artículos 23 y 24 de la Ley 4/2005.
- Respecto de las ayudas que se desarrollarán al amparo de la norma, art. 61.e), recordar que han de cumplir con el art. 3.1c) de la Ley 4/2005, los poderes públicos vascos no podrán conceder ningún tipo de ayuda o subvención a ninguna actividad que sea discriminatoria por razón de sexo, ni tampoco a aquellas personas físicas y jurídicos que hayan sido sancionadas administrativa o penalmente por incurrir en discriminación por razón de sexo.

Por todo ello, siempre **sin caer en la reiteración de provisiones** ya contenidas en la Ley 4/2005, se recuerda que el proyecto de Ley de Estatuto de las personas consumidoras y usuarias puede y debería complementar todos los mandatos de Ley 4/2005 para la Igualdad de Mujeres y Hombres ajustándolos al ámbito de la regulación que nos ocupa **mediante la inclusión de los desarrollos reglamentarios que se estimen oportunos.**

Finalmente, se valora de manera positiva el esfuerzo realizado para hacer un uso no sexista del lenguaje en el texto del proyecto de Ley.

En Vitoria-Gasteiz, a 20 de noviembre de 2019