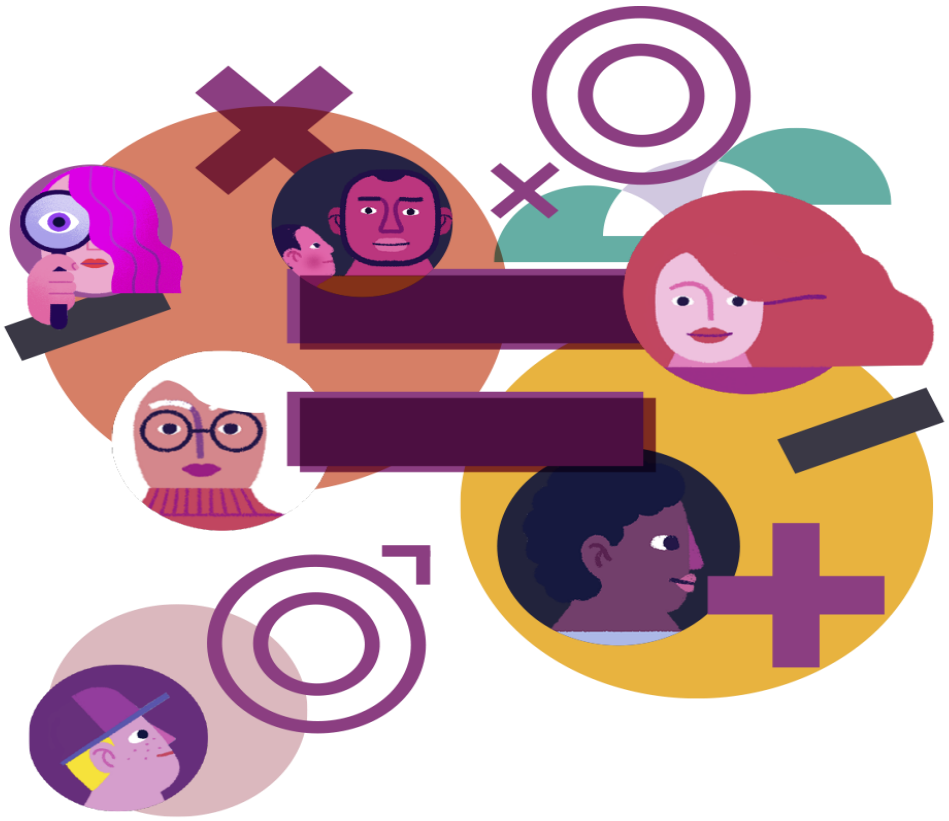
III PLAN PARA LA IGUALDAD DE MUJERES Y HOMBRES 2025-2028

XIII Legislatura

Departamento de Turismo, Comercio y Consumo



EUSKO JAURLARITZA
GOBIERNO VASCO

TURISMO, MERKATARITZA
ETA KONTSUMO SAILA

DEPARTAMENTO DE TURISMO,
COMERCIO Y CONSUMO

ÍNDICE

ÍNDICE 2
1. PRESENTACIÓN 3
2. FINALIDAD Y ALINEACIÓN 4
3. ÁMBITOS COMPETENCIALES DEL DEPARTAMENTO 6
4. ELEMENTOS QUE CONFIGURAN EL PLAN 7
4.1. PROCESO DE ELABORACIÓN DEL PLAN DEPARTAMENTAL 7
4.2. DIAGNÓSTICO DE SITUACIÓN 9
4.2.1. Intervención vinculada al Buen Gobierno 9
4.2.2. Intervención vinculada a Turismo 18
4.2.3. Intervención vinculada a Comercio 21
4.2.4. Intervención vinculada a Consumo 23
5. PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA DEL DEPARTAMENTO 26
6. MODELO DE GESTIÓN 30
7. ANEXOS 33

1. PRESENTACIÓN

El Departamento de Turismo, Comercio y Consumo del Gobierno Vasco presenta el III Plan para la Igualdad de Mujeres y Hombres, una herramienta estratégica que orientará las políticas públicas en materia de igualdad durante la XIII Legislatura. Este nuevo plan representa un paso firme en la consolidación de un modelo institucional comprometido con la equidad de género, en coherencia con el marco normativo vigente- como el Decreto Legislativo 1/2023, de 16 de marzo, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley para la Igualdad de Mujeres y Hombres y Vidas Libres de Violencia Machista contra las Mujeres- y con los objetivos establecidos en la Estrategia 2030 para la Igualdad. Asimismo, se integra plenamente en el Plan Estratégico del Departamento, reforzando la transversalidad de la igualdad en todas sus áreas de actuación.

El plan promueve un modelo turístico y comercial inclusivo, ético y sostenible, alineado con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), en especial el ODS 5: “Igualdad de género”. Esta visión se articula también en la III Estrategia Vasca de Turismo y Comercio 2030 y en los Planes de Acción 2023–2025, que incorporan el mandato de Naciones Unidas para hacer de Euskadi un destino turístico seguro, sostenible y responsable.

Durante la XII Legislatura, el Gobierno Vasco ya había asumido compromisos en esta materia, como la puesta en marcha de programas de igualdad en empresas turísticas y la implantación de un Código Ético del Turismo en Euskadi. Este código recoge principios fundamentales como la inclusión, la tolerancia a la diversidad y el respeto a la igualdad de género en todas las actividades turísticas.

El objetivo principal del III Plan es integrar la perspectiva de género en todas las políticas y actuaciones del Departamento, eliminando desigualdades estructurales y reforzando las medidas que combaten las brechas de género. Para ello, se ha desarrollado un proceso en cinco fases: diagnóstico, diseño, identificación de objetivos y actuaciones, contraste con las áreas implicadas y aprobación. Este proceso ha contado con la participación de todas las áreas del Departamento, garantizando un enfoque transversal y colaborativo.

El plan se apoya en un diagnóstico que analiza los avances logrados y las necesidades sociales actuales. Aunque se han producido mejoras significativas, persisten desigualdades que requieren atención urgente. Por ello, se han asignado los recursos humanos, materiales y presupuestarios necesarios para su implementación efectiva.

Las prioridades de esta legislatura se concretarán en planes anuales que desarrollarán las acciones necesarias para alcanzar los objetivos marcados. Los ejes centrales serán las políticas públicas de carácter económico y social, orientadas a consolidar los logros obtenidos y avanzar hacia una igualdad real y efectiva.

En un contexto internacional marcado por señales de retroceso en materia de igualdad, este plan se presenta como un escudo democrático y una palanca para el desarrollo humano sostenible. La igualdad implica derechos, visibilidad, participación y acceso equitativo a los recursos y libertades. Euskadi aspira a ser una sociedad referente en igualdad para 2030, y este plan define la hoja de ruta para lograrlo con determinación, consenso y compromiso.

Javier Hurtado Domínguez

Consejero de Turismo, Comercio y Consumo del Gobierno Vasco

2. FINALIDAD Y ALINEACIÓN

El Plan para la igualdad de mujeres y hombres del Departamento de Turismo, Comercio y Consumo es el **documento marco** donde se recogen las directrices que, en política de igualdad, se van a impulsar desde este Departamento de Turismo, Comercio y Consumo durante la XIII Legislatura. En él se establecen los objetivos estratégicos para los próximos años que el departamento asumirá en materia de igualdad y que sientan las bases de acciones y actuaciones que el departamento desarrollará paulatinamente.

La **Ley para la Igualdad de Mujeres y Hombres y Vidas Libres de Violencia Machista contra las Mujeres** aprobada mediante Decreto Legislativo 1/2023, de 16 de marzo, por el que se aprueba el texto refundido de dicha Ley, establece en su artículo 16 que cada legislatura los departamentos del Gobierno Vasco elaborarán sus propios planes de actuación tomando como referencia las líneas de intervención y directrices establecidas en el plan para la Igualdad de Mujeres y Hombres de la CAE. Esta Ley tiene por objeto establecer los principios generales que han de presidir la actuación de los poderes públicos en materia de igualdad de mujeres y hombres, así como regular un conjunto de medidas dirigidas a promover y garantizar la igualdad de oportunidades y trato de mujeres y hombres en todos los ámbitos de la vida y, en particular, a promover el empoderamiento de las mujeres, su autonomía y el fortalecimiento de su posición social, económica y política al objeto de eliminar la desigualdad estructural y todas las formas de discriminación por razón de sexo, incluida la violencia machista contra las mujeres. Representa, por tanto, el marco clave de referencia para cualquier política y planificación en materia de igualdad.

A su vez, este plan departamental está alineado con la **Estrategia 2030 para la Igualdad de Mujeres y Hombres** aprobada en el Consejo de Gobierno el 13 de febrero de 2024. Dicha estrategia constituye el marco estratégico de referencia que cada institución ha de abordar con autonomía y flexibilidad en función de sus competencias, prioridades, trayectoria y realidad y tiene por finalidad establecer las disposiciones del Gobierno Vasco para transversalizar la igualdad de mujeres y hombres en el enfoque, procedimientos y contenidos de las políticas desplegadas por las instituciones públicas vascas. Además, identifica 11 metas a las que habrá que prestar especial atención de cara a que puedan ser alcanzadas en 2030.

Asimismo, en la elaboración del plan se han tenido en consideración los objetivos y áreas de actuación establecidos en el **Programa de Gobierno** de la XIII Legislatura, con especial mirada en aquellos vinculados específicamente a la igualdad, y que determinan los compromisos gubernamentales adquiridos para los próximos años.

Finalmente, esta planificación se estructura en su parte sectorial a través del **Plan Estratégico de Turismo y Comercio**, enmarcado en la **Estrategia Vasca de Turismo y Comercio 2030** y sus correspondientes **Planes de Acción para el periodo 2023-2025**. Este marco estratégico prioriza las políticas que deben abordarse en dicho periodo y cada uno de sus objetivos estratégicos será objeto de evaluación a través de la monitorización y seguimiento de metas estratégicas específicas.

Turismo

1.-Impulsar un nuevo modelo de gestión turística basado en principios de sostenibilidad, responsabilidad y ética, tanto en la industria como en el destino.

2.-Consolidar el posicionamiento e imagen del destino y promocionarlo como diverso, accesible, amigable y de gran calidad.

3.-Fortalecer la competitividad de la industria y el destino a través de la digitalización, la innovación, la inteligencia turística y el desarrollo de nuevos modelos de negocio.

4.-Afianzar el modelo de gobernanza turística garantizando una mayor coordinación y participación de los agentes del sector.

5.-Promover un crecimiento socioeconómico que garantice el equilibrio entre la rentabilidad del sector y los posibles impactos derivados de la actividad turística.

Comercio

1.-Sector: Consolidar y relanzar el sector comercial, en tanto que actividad socioeconómica generadora de valor, empleo, cohesión social y calidad de vida en nuestras ciudades.

2.-Empresa: Modernizar y transformar la competitividad de las empresas comerciales para adaptarse a las necesidades de una ciudadanía cada vez más segmentada y exigente.

3.-Empleo: Fomentar un empleo de calidad y atractivo, capaz de retener y atraer talento, y que garantice la realización personal y profesional de las personas trabajadoras, en coherencia con los valores actuales.

Consumo

1.- Resolver conflictos entre las personas consumidoras y empresas mediante mediación y arbitraje gratuito.

2.- Controlar el mercado para garantizar la seguridad, etiquetado e información de productos y servicios.

3.- Informar y sensibilizar a la ciudadanía sobre sus derechos y deberes en materia de consumo.

4.- Formar a personas consumidoras y profesionales para impulsar hábitos conscientes y sostenibles.

5.- Cooperar con otros agentes (OMIC (Oficina Municipal de Información al Consumidor), asociaciones, administraciones) para reforzar la protección de la persona consumidora.

6.-Promover la economía circular y la sostenibilidad, alineando sus actuaciones con los ejes de la UE.

Por lo tanto, los objetivos y actuaciones contemplados en dicha estrategia constituyen la fuente principal para la elaboración de esta planificación en materia de igualdad, asegurando su integración transversal en todas las políticas sectoriales.

3. ÁMBITOS COMPETENCIALES DEL DEPARTAMENTO

Según el Decreto 38/2025, de 11 de febrero, el Departamento de Turismo, Comercio y Consumo se organiza en **ámbitos competenciales** en los que se enmarcan las actuaciones para el impulso de la igualdad de mujeres y hombres y que han sido tomados en consideración de cara a elaborar el Plan:

Estructura competencial del Departamento de Turismo, Comercio y Consumo

1.-El consejero o consejera.

1.-1-Viceconsejería de Turismo y Comercio

- Coordina las políticas de turismo y comercio

▨ Direcciones dependientes:

- Dirección de Turismo y Hostelería
  - Estrategia turística, hostelería, promoción, sostenibilidad
- Dirección de Comercio
  - Estrategia comercial, modernización, emprendimiento

▨ Direcciones horizontales:

- Dirección de Servicios
  - Recursos humanos, contratación, presupuestos, igualdad
- Dirección de Gabinete y Comunicación
  - Comunicación institucional, transparencia, relaciones externas

■ Órganos periféricos:

- Oficinas Territoriales de Turismo y Comercio de cada Territorio Histórico

■ Entidades del sector público adscritas al departamento:

- **Kontsumobide** – Instituto Vasco de Consumo, creado por Ley 9/2007, de 29 de junio.
- **Basquetour** – Agencia Vasca de Turismo, S.A., creada por Decreto 159/2006, de 26 de julio.

■ Órganos colegiados adscritos al departamento:

- Comisión Consultiva de Comercio
- Comisión de Grandes Establecimientos Comerciales
- Comisión de Precios de Euskadi
- Mesa de Turismo de Euskadi
- Observatorio de la Distribución Comercial

TURISMO

Estrategia Vasca de Turismo Sostenible 2030, ayudas, promoción, Código Ético, normativa, competitividad...

COMERCIO

Estrategia de Comercio 2030, ayudas, oficinas técnicas de comercio, Observatorio del comercio...

KONTSUMOBIDE-Instituto Vasco de Consumo

-Defensa y protección de las personas consumidoras y usuarias

4.-ELEMENTOS QUE CONFIGURAN EL PLAN

4.1. PROCESO DE ELABORACIÓN DEL PLAN DEPARTAMENTAL

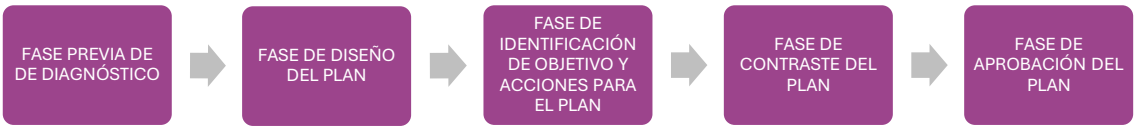
En el proceso de trabajo se ha hecho participe a **todas las direcciones del departamento, así como a los organismos y entes adscritos** que toman parte en el impulso de medidas de igualdad.

Viceconsejerías, Direcciones, Organismos y Entes que han participado en el Plan

- Viceconsejería de Turismo y Comercio.
- Dirección de Turismo y Hostelería.
- Dirección de Comercio.
- Dirección de Servicios.
- Dirección de Gabinete y Comunicación.
- Kontsumobide.
- Basquetour.

El proceso de trabajo se ha estructurado en **cinco fases de trabajo** que han guiado la elaboración de este Plan y en las que se han desarrollado diversas acciones:

Fases y acciones llevadas a cabo para elaborar el Plan



FASES	ACCIONES	AGENTES PARTICIPANTES
FASE PREVIA DE DIAGNÓSTICO	-Evaluaciones anuales remitidas a Emakunde. -Memorias anuales del Departamento. -Evaluación del Plan para la Igualdad del Departamento 2022-2024. -Datos publicados por el Departamento.	-Unidad de igualdad. -Todas las direcciones
FASE DE DISEÑO DEL PLAN	- Informar a las direcciones sobre el proceso de trabajo. -Planificar el proceso de trabajo y estructura del plan. - Elaborar los documentos base para abordar el proceso.	- Unidad de igualdad.
FASE DE IDENTIFICACIÓN DE OBJETIVO Y ACCIONES PARA EL PLAN	- Contraste de la Estrategia de Igualdad 2030 y el Plan Estratégico de Turismo y Comercio 2030. - Reuniones de trabajo y contraste con las direcciones para consensuar. - Elaboración del primer borrador de objetivos y acciones.	- Unidad de igualdad. -Todas las direcciones.
FASE DE CONTRASTE DEL PLAN	- Contraste con el grupo técnico para la Igualdad departamental. -Contraste con todas las direcciones. - Contraste político.	- Unidad de igualdad. - Todas las direcciones.
FASE DE APROBACIÓN DEL PLAN	- Aprobación del Departamento. -Remisión a Emakunde para informe preceptivo.	- Unidad de igualdad. - Todas las direcciones.

4.2 DIAGNÓSTICO DE SITUACIÓN

De cara a abordar el Plan para la Igualdad de Mujeres y Hombres del Departamento de Turismo, Comercio y Consumo se ha realizado un diagnóstico base teniendo en consideración los principales ejes de intervención departamentales (turismo, comercio y consumo). También se ha analizado la intervención específica referida al Buen Gobierno, eje transversal a todo el departamento. Este será el punto de partida que se presenta a continuación, para posteriormente abordar los ejes de intervención específicos.

- Intervención vinculada al Buen Gobierno
- Intervención vinculada a Turismo
- Intervención vinculada a Comercio
- Intervención vinculada a Consumo

Para cada uno de los bloques analizados se ofrece la información más relevante al respecto, así como los principales retos que cabría abordar en el futuro.

4.2.1 Intervención vinculada al Buen Gobierno

Tomando como referencia los principales objetivos estratégicos que marca la Estrategia para la Igualdad 2030 con relación al eje del Buen Gobierno se ha diagnosticado el desarrollo del departamento en esta cuestión de carácter transversal.

Posteriormente se recogen los principales retos asociados al Buen Gobierno y ordenados por cada uno de los objetivos estratégicos de la Estratega de Igualdad 2030.

Diagnóstico general y Retos con relación al Buen Gobierno

OBJETIVO ESTRATÉGICO 1: GARANTIZAR EL COMPROMISO POLÍTICO CON LA IGUALDAD DE MUJERES Y HOMBRES

La igualdad entre mujeres y hombres constituye un principio esencial para la calidad democrática y el buen gobierno. El Departamento de Turismo, Comercio y Consumo ha asumido este compromiso integrando la perspectiva de género en todas sus políticas, alineadas con los Objetivos de Desarrollo Sostenible, especialmente el ODS 5. Este enfoque se traduce en acciones concretas como el desarrollo del Programa de Igualdad en las empresas turísticas, la incorporación de cláusulas de igualdad en contratos y subvenciones, y la promoción de la responsabilidad social empresarial. El compromiso político implica pasar del cumplimiento normativo a la acción transformadora, asegurando que la igualdad sea un eje rector en la planificación, el presupuesto y la gestión diaria. Se señalan los principales indicadores relacionados con este objetivo estratégico (recogidos en su totalidad en el anexo 1).

La responsabilidad de elaborar los planes internos de igualdad en el ámbito laboral, así como de aprobar y aplicar el protocolo frente al acoso sexual y por razón de sexo, corresponde al Gobierno Vasco, en cumplimiento de la Ley para la Igualdad de Mujeres y Hombres y Vidas Libres de Violencia

Machista. Todos los departamentos deben ajustarse a los criterios y directrices establecidos en dicho marco normativo y garantizar su aplicación efectiva en sus ámbitos de actuación.
En este contexto, el Departamento de Turismo, Comercio y Consumo ha dado cumplimiento a los mandatos legales, diseñando y ejecutando planes de igualdad conforme a los requisitos mínimos del artículo 16.4 de la Ley. Este III Plan para la Igualdad de Mujeres y Hombres se configura como el instrumento estratégico para garantizar la incorporación efectiva de la perspectiva de género en todas las políticas y actuaciones del Departamento, y consolida un enfoque transversal que abarca los ámbitos de empleo, formación profesional, gobernanza participativa y calidad institucional.
En coherencia con el Programa de Gobierno 2024-2028 y con los planes sectoriales vigentes, el III Plan define líneas de acción prioritarias:

- Integración de la igualdad en los marcos normativos y éticos sectoriales, incluyendo la incorporación de principios de igualdad y no discriminación en el Código Ético del Turismo y en los instrumentos de gobernanza del comercio y la hostelería.
- Impulso de planes sectoriales con perspectiva de género, garantizando la participación equilibrada y la representación efectiva de mujeres en los órganos de decisión y en los procesos de planificación estratégica.
- Medidas para la conciliación y la corresponsabilidad, orientadas a reducir las brechas de género en el empleo y en la formación, promoviendo entornos laborales inclusivos y sostenibles.
- Protocolos frente al acoso sexual y por razón de sexo, asegurando su implantación en todas las entidades y empresas vinculadas al Departamento.
- Fortalecimiento de la formación en igualdad, tanto en el ámbito interno como en los sectores estratégicos (turismo, comercio, consumo), mediante programas específicos y acciones de sensibilización.

La planificación incorpora un sistema de seguimiento y evaluación basado en informes periódicos y cuadros de mando, con indicadores alineados con los Objetivos de Desarrollo Sostenible y con los compromisos del Programa de Gobierno. No obstante, se reconoce la necesidad de avanzar en la definición de indicadores específicos de impacto en igualdad, que permitan medir de forma objetiva el grado de cumplimiento y la efectividad de las medidas adoptadas.

El Departamento cuenta con una Unidad Administrativa para la Igualdad (UAI) integrada en la Relación de Puestos de Trabajo, con personal especializado y dedicación exclusiva. Aunque organismos adscritos como Kontsumobide y Basquetour no disponen de unidades propias, participan activamente en el Grupo Técnico Departamental (GTD) y desarrollan planes anuales alineados con el plan principal.
Durante casi dos años, el puesto de técnica de igualdad permaneció vacante debido al agotamiento de la bolsa de trabajo, lo que dificultó el avance del plan. Su cobertura en octubre de 2025 ha supuesto un punto de inflexión para reactivar la ejecución y consolidar la estructura necesaria para garantizar la igualdad. Además, los procesos selectivos recientes han provocado cambios significativos en el personal del departamento, lo que hace necesario reconstituir el Grupo Técnico Departamental de Igualdad. Este grupo será clave para mejorar la coordinación interna y reforzar el impulso de las políticas de igualdad en todas las áreas del Departamento.

La formación del personal es otro pilar clave: el objetivo es que el 100% del personal cuente con capacitación en igualdad. Tras el diagnóstico de formación realizado en 2025, se ha constatado que solo el 37,33% del personal dispone de formación en esta materia, lo que evidencia la

necesidad de incrementar la participación, especialmente entre los hombres. Desde 2021 se han invertido 7.556,75 € en cursos, y se han organizado acciones específicas como formación sobre cláusulas de igualdad en contratos y subvenciones. Este esfuerzo busca consolidar una cultura organizativa inclusiva y garantizar estándares de calidad en la gestión.

El presupuesto destinado a igualdad ha permitido financiar formación y acciones específicas. El principal reto para aumentar los recursos económicos pasa por planificar más actuaciones con perspectiva de género en todas las áreas del departamento y avanzar en la imputación del gasto vinculado a esta integración. El reto de esta legislatura será optimizar la asignación presupuestaria y asegurar que se traduzca en resultados reales.

A continuación, se presentan los principales retos asociados al objetivo estratégico GARANTIZAR EL COMPROMISO POLÍTICO CON LA IGUALDAD DE MUJERES Y HOMBRES según lo explicitado en la Estrategia de Igualdad 2030.

El primer reto es traducir la voluntad política en acciones sostenibles y medibles. Aunque se han aprobado planes y normas, la Estrategia 2030 insiste en que el compromiso debe consolidarse en todas las instituciones mediante planes para la igualdad dotados de recursos suficientes. En el caso del Departamento de Turismo, Comercio y Consumo, esto implica pasar del cumplimiento normativo a la acción transformadora, integrando la perspectiva de género en la planificación, el presupuesto y la gestión diaria, y asegurando que la igualdad sea un principio rector del buen gobierno y de la competitividad responsable del sector turístico y comercial.

Un segundo desafío es fortalecer la arquitectura institucional y organizativa para la igualdad. La Ley y la Estrategia establecen la obligatoriedad de contar con unidades administrativas específicas y personal técnico especializado. Aunque el Departamento ha consolidado una Unidad Administrativa para la Igualdad, la cobertura del puesto técnico ha sufrido retrasos hasta octubre de 2025, lo que evidencia la necesidad de garantizar estabilidad y estándares de calidad. Además, organismos adscritos como Kontsumobide y Basquetour deben seguir trabajando y mejorando en la integración de la igualdad, garantizando que la transversalidad se consolide mediante mecanismos estables y efectivos.

El tercer reto está vinculado a la capacitación y la cultura organizativa. La Estrategia 2030 plantea la formación obligatoria y permanente de todo el personal público. El diagnóstico departamental revela que solo el 37,33 % del personal cuenta con formación en igualdad, con una clara brecha entre mujeres y hombres. Alcanzar el objetivo del 100% exige reforzar la oferta formativa, incorporar requisitos de capacitación en procesos selectivos y garantizar que la igualdad impregne la práctica administrativa y las políticas sectoriales.

Por último, asegurar la suficiencia y estabilidad de los recursos económicos es clave para que la igualdad no quede relegada frente a otras prioridades. La meta de alcanzar el 1% del presupuesto público para políticas de igualdad en 2030 requiere planificación, seguimiento y rendición de cuentas. En el ámbito departamental, esto implica incrementar las partidas específicas y valorar la imputación del gasto derivado de la integración de la perspectiva de género en todas las áreas. Solo así se logrará que la igualdad sea un eje estratégico y no un elemento accesorio.

OBJETIVO ESTRATÉGICO 2: INTEGRAR LA IGUALDAD EN LA ACTIVIDAD ADMINISTRATIVA

Este objetivo busca garantizar que la perspectiva de género esté presente en todos los procesos y actuaciones administrativas del departamento. No se trata únicamente de cumplir con la normativa, sino de incorporar la igualdad como principio rector en la planificación, gestión y evaluación de políticas públicas. Para ello, se promueve la inclusión de criterios de igualdad en la contratación, subvenciones y convenios, la utilización de lenguaje inclusivo en la comunicación institucional, y la formación continua del personal en materia de igualdad. De esta manera, la actividad administrativa se convierte en un instrumento eficaz para reducir desigualdades y avanzar hacia una gobernanza más justa y equitativa.

La incorporación de la perspectiva de género en la actividad estadística del departamento es fundamental para garantizar la igualdad en la planificación, ejecución y evaluación de las políticas públicas. La información estadística no solo describe la realidad, sino que orienta la toma de decisiones y permite medir el impacto de las actuaciones. Por ello, disponer de datos desagregados por sexo es esencial para identificar brechas, diseñar medidas correctoras y avanzar hacia una sociedad más equitativa.
El departamento cuenta con un sistema estadístico robusto que integra la igualdad de manera transversal en los ámbitos de turismo, comercio y consumo. Toda esta información está disponible en la página web del departamento, lo que asegura transparencia y acceso público. En turismo, estudios como IBILTUR, los viajes del mercado español y la encuesta sobre hábitos turísticos y percepción del turismo receptor incluyen datos por sexo que permiten analizar diferencias en comportamiento, motivaciones y gasto. Además, el perfil de la industria turística incorpora la distribución del empleo por sexo, detectando desigualdades en ocupación y responsabilidad.
En comercio y consumo, la encuesta de hábitos de consumo ofrece indicadores desagregados por sexo, y el Barómetro del comercio minorista, aunque no es un estudio específico de igualdad, aporta datos clave sobre la distribución del empleo y las diferencias en los puestos de responsabilidad. Asimismo, se explotan datos de afiliación a la Seguridad Social para evaluar la participación femenina en el empleo turístico y comercial, ofreciendo ratios hombre/mujer y su evolución en el tiempo.
Es importante señalar que el departamento no elabora estudios exclusivos sobre igualdad, pero sí incorpora esta perspectiva en todas sus operaciones estadísticas oficiales. Todos estos estudios se difunden a través de los observatorios Enfokatur y Enfokamer, reforzando la transparencia y la rendición de cuentas. Este conjunto de operaciones estadísticas constituye una herramienta esencial para integrar la igualdad en la actividad administrativa, ya que permite diseñar políticas basadas en evidencia, evaluar su impacto y cumplir con los compromisos normativos en materia de igualdad.

En materia de comunicación, el departamento impulsa acciones para garantizar mensajes inclusivos y libres de estereotipos, incorporando la perspectiva de igualdad en todos sus soportes y canales. Se ha incrementado el número de contenidos que visibilizan los avances en igualdad y que presentan a mujeres y hombres de forma no estereotipada, tanto en publicaciones como en campañas y materiales informativos. Asimismo, se ha mejorado el uso no sexista del lenguaje y de las imágenes en la comunicación interna y externa, asegurando que los mensajes transmitan valores de equidad y respeto.

En cuanto a la presencia de contenidos sobre igualdad en la web, el departamento publica el Plan de Igualdad y la información relacionada con su desarrollo, lo que permite a la ciudadanía conocer los compromisos y avances en esta materia.

El Departamento ha incorporado la perspectiva de género en su actividad normativa, asegurando que las disposiciones aprobadas contribuyan a la igualdad entre mujeres y hombres, en coherencia con lo establecido en la Resolución 40/2012, de 21 de agosto, de la Directora de la Secretaría General del Gobierno y de Relaciones con el Parlamento, por la que se publica el Acuerdo del Consejo de Gobierno de aprobación de las Directrices para la evaluación previa del impacto en función del género, que regula la obligación de realizar informes de impacto de género en los proyectos normativos y establece las excepciones en los casos en que la incidencia en la situación de mujeres y hombres sea nula o mínima.

En este marco, se han elaborado cuatro informes de impacto de género vinculados a proyectos normativos relevantes. En dos de estos informes se han incorporado medidas específicas dirigidas a la consecución de la igualdad, tales como la integración sistemática de la perspectiva de género en el diseño y desarrollo de la norma, la adopción de medidas de acción positiva orientadas a corregir desigualdades existentes y actuaciones para promover la participación y representación equilibrada de mujeres y hombres en los ámbitos regulados por la normativa. Todo ello refleja el compromiso del Departamento con la transversalidad de género y la aplicación efectiva del principio de igualdad en todas sus políticas y regulaciones, contribuyendo directamente al cumplimiento del Objetivo Estratégico 2: integrar la igualdad en la actividad administrativa.

En relación con la inclusión de contenidos sobre igualdad en los procesos selectivos de acceso y promoción en el empleo público, cabe señalar que la competencia en materia de acceso al empleo público en el Gobierno Vasco corresponde a la Dirección de Función Pública, dependiente del Departamento de Gobernanza, Administración Digital y Autogobierno. Por su parte, la responsabilidad del Departamento de Turismo, Comercio y Consumo se limita a los procesos de promoción interna, la provisión mediante comisiones de servicio y la cobertura de puestos de libre designación.

En relación con la representación en los órganos de decisión, uno de los retos para avanzar en la integración de la igualdad en la actividad administrativa consiste en asegurar una presencia equilibrada de mujeres y hombres en los espacios en los que se adoptan decisiones estratégicas. Aunque la plantilla del Departamento es mayoritariamente femenina (70%) y las mujeres ocupan la mayor parte de los puestos de responsabilidad interna (6 de 7), esta distribución no se refleja de forma equivalente en los niveles superiores de gobierno. Las direcciones presentan una composición equilibrada (3 mujeres y 3 hombres); sin embargo, los dos cargos de mayor rango —la Consejería y la Viceconsejería— continúan siendo desempeñados por hombres.

Esta brecha también se evidencia en órganos colegiados del sector. En la Mesa de Turismo de Euskadi se cumple la paridad formal (2 mujeres y 2 hombres), si bien la presidencia recae en la Viceconsejería. En el Consejo de Administración de Basquetour, a pesar de la presencia mayoritaria de mujeres (12 de 16), la Dirección General está ocupada por un hombre y únicamente una de las tres direcciones estratégicas cuenta con liderazgo femenino.

En cuanto a la contratación y la gestión de subvenciones, el Departamento ha incorporado de manera sistemática criterios de igualdad en todos los contratos formalizados, alcanzando un cumplimiento del 100% en el periodo analizado. En el caso de los convenios, el porcentaje de

inclusión de cláusulas de igualdad se sitúa en el 82%, lo que refleja avances significativos, aunque con margen de mejora. Respecto a las subvenciones y ayudas, se han otorgado 309 en total, de las cuales el 36% incorporan criterios de igualdad. Se detecta como reto pendiente la implantación de un sistema de seguimiento que garantice el cumplimiento efectivo de las cláusulas de igualdad en la contratación pública.

En relación con los planes estratégicos y sectoriales, durante el periodo analizado se han aprobado tres planes, pero la integración de la perspectiva de género sigue siendo limitada. Solo un tercio incluye objetivos y acciones específicas de igualdad, y únicamente en uno de ellos se ha incorporado un diagnóstico con análisis de diferencias entre mujeres y hombres. No se ha contado con la participación de la unidad de igualdad en la elaboración ni en el seguimiento de estos planes, y ninguno prevé indicadores de género para su evaluación, lo que evidencia la necesidad de reforzar la transversalidad en la planificación estratégica.

A continuación, se presentan los principales retos asociados al objetivo estratégico INTEGRAR LA IGUALDAD EN LA ACTIVIDAD ADMINISTRATIVA según lo explicitado en la Estrategia de Igualdad 2030.

Un reto importante es consolidar el trabajo realizado en materia estadística, avanzando hacia una integración sistemática de la variable sexo en todas las operaciones y estudios del Departamento. El objetivo es comprender mejor cómo influye el género en los distintos ámbitos de actuación —turismo, comercio y consumo— y utilizar esta información para orientar la toma de decisiones. Además, resulta clave incorporar progresivamente una perspectiva interseccional que permita analizar desigualdades múltiples y ofrecer diagnósticos más completos.

En el ámbito de la comunicación, el objetivo es mantener los avances logrados en el uso de lenguaje inclusivo y en la representación no estereotipada, reforzando la coherencia en todos los soportes y canales para garantizar mensajes que transmitan valores de igualdad y respeto.

En cuanto a la actividad normativa, el reto es seguir avanzando en la integración de la perspectiva de género en todas las disposiciones, incluso cuando el informe de impacto no sea obligatorio. Se trata de mantener la calidad y coherencia de los informes cuando son preceptivos, justificar adecuadamente las excepciones previstas y asegurar que, en cualquier caso, el enfoque de igualdad esté presente en la redacción y en las medidas que se adopten.

En relación con la representación en los órganos de decisión, el desafío es avanzar hacia una presencia más equilibrada en los puestos de mayor nivel jerárquico, donde todavía se observa una menor participación femenina, a pesar de que la plantilla del Departamento es mayoritariamente femenina. En otros espacios, como los órganos colegiados y tribunales, la presencia de mujeres es mayoritaria, lo que muestra un punto de partida positivo.

En contratación y subvenciones, el objetivo es consolidar la inclusión de criterios de igualdad, que ya se aplican en todos los contratos, y extenderla de forma sistemática a convenios y ayudas, incorporando además mecanismos de seguimiento que permitan garantizar su cumplimiento efectivo.

Por último, en la planificación estratégica, el reto consiste en avanzar hacia una integración más sistemática de la perspectiva de género en los planes sectoriales y transversales. Es necesario que

estos documentos incluyan diagnósticos que analicen las diferencias entre mujeres y hombres, así como objetivos, acciones e indicadores que permitan medir el impacto real de las políticas en materia de igualdad.

OBJETIVO ESTRATÉGICO 3: TRANSFORMAR EL MODELO DE GOBERNANZA DE LAS INSTITUCIONES

El Departamento de Turismo, Comercio y Consumo refuerza su compromiso con la coordinación institucional como parte del VIII Plan para la Igualdad de Mujeres y Hombres en la CAE, que apuesta por una gobernanza más colaborativa, transparente y eficaz. Este objetivo estratégico busca garantizar que la igualdad sea un principio transversal en todas las políticas del departamento, mediante estructuras estables de coordinación y mecanismos de seguimiento.

Durante la legislatura, se ha consolidado la estructura intradepartamental, en la que participan todas las áreas y organismos adscritos, celebrando 28 reuniones internas entre 2021 y 2024 para integrar la perspectiva de género en la planificación y ejecución de políticas. Además, el departamento participa activamente en la Comisión Interdepartamental para la Igualdad y en su Grupo Técnico, que en esta legislatura se ha reunido 31 veces, favoreciendo la coherencia y el intercambio de buenas prácticas entre departamentos. Esta coordinación permite integrar la perspectiva de género en la planificación estratégica y en la toma de decisiones, alineando las actuaciones con el VIII Plan para la Igualdad.

El departamento impulsa la colaboración con otras áreas del Gobierno Vasco para garantizar que las políticas sectoriales de turismo, comercio y consumo incorporen la igualdad como principio rector. Esta colaboración se materializa en la participación en grupos de trabajo transversales y en la integración de criterios de igualdad en planes estratégicos y normativas sectoriales. Aunque no se han establecido colaboraciones internacionales en esta legislatura, el departamento mantiene la disposición para participar en redes y foros que pongan en valor la experiencia de Euskadi en igualdad, especialmente en ámbitos vinculados al turismo sostenible y responsable.

En el ámbito de innovación y mejora continua, destaca la realización en 2022 del estudio diagnóstico sobre la situación de mujeres y hombres en las empresas turísticas, que servirá de base para orientar futuras acciones.

En cuanto a transparencia y rendición de cuentas, la evaluación del plan anterior se ha integrado en el diagnóstico del nuevo, aunque no se publica como documento independiente en la web del departamento. Emakunde, por su parte, sí difunde los informes de impacto de cada departamento en su portal. Las cuatro acciones registradas corresponden a los planes anuales que cada departamento debe elaborar y remitir a Emakunde, tal y como establece el VIII Plan para la Igualdad, garantizando así el seguimiento y la rendición de cuentas.

Respecto al enfoque más complejo de la igualdad, no se han incorporado medidas específicas ni modificaciones estadísticas para abordar discriminaciones múltiples en esta legislatura, ni se han desarrollado acciones orientadas a incorporar el enfoque de masculinidades o medidas dirigidas a hombres.

En relación con la revitalización del euskera, el departamento ha promovido acciones anuales para garantizar los derechos lingüísticos y fomentar el uso del euskera en todas sus iniciativas. El 17 de diciembre de 2024 el Departamento aprobó el Plan Estratégico del Euskera y los Criterios de Uso de las Lenguas Oficiales para el periodo 2023-2027. Posteriormente, el 30 de junio de 2025 se constituyó la Comisión de Seguimiento de la Normalización del Euskera, encargada de impulsar y evaluar el cumplimiento de dichos compromisos.

En la reunión celebrada el 20 de noviembre de 2025, la Comisión acordó que, para la ejecución del Plan de Gestión del Euskera 2026, se implantará en todos los servicios del Departamento el sistema "Tú qué vas a hacer", un método orientado a la mejora continua. Este sistema implica el compromiso de realizar, como mínimo, una acción por cada responsable y trabajador cada trimestre, con el objetivo de integrar la gestión y el uso del euskera en la práctica diaria.

La responsabilidad de la implantación y seguimiento recaerá en las personas responsables de cada servicio, quienes evaluarán trimestralmente, junto con el personal, el grado de cumplimiento. Con ello se pretende sistematizar los dos ejes de la normalización del euskera —gestión y uso— e incorporarlos al trabajo cotidiano.

Entre las acciones prioritarias se incluyen:

- Participación de responsables en la acogida lingüística del nuevo personal (liderazgo y transmisión).
- Práctica diaria del ejercicio Euskaraldia (roles ahobizi y belarriprest) para fomentar el uso.
- Difusión y explicación de los Planes y Criterios de Uso (concienciación y transmisión).
- Formación específica en situaciones comunicativas y terminología profesional (competencia lingüística).

En la Estrategia Vasca de Turismo y Comercio 2030 no se contempla un apartado específico que vincule de manera integrada la perspectiva de género y el medio ambiente. Ambos ámbitos aparecen como líneas transversales: la igualdad se aborda en relación con el ODS 5, mediante el impulso de la participación y el liderazgo femenino en el sector, y la sostenibilidad medioambiental se desarrolla en el marco de los ODS 7, 13 y 15, a través de acciones orientadas a la transición energética, la economía circular y la protección de ecosistemas. Sin embargo, esta ausencia de un enfoque conjunto representa una oportunidad estratégica para avanzar hacia políticas que integren la igualdad en las actuaciones de sostenibilidad, reforzando la coherencia con la Agenda 2030 y con el VIII Plan para la Igualdad. Incorporar esta perspectiva permitirá generar sinergias entre los objetivos ambientales y sociales, consolidando un modelo turístico y comercial más inclusivo, resiliente y responsable.

En el ámbito de la gobernanza sectorial, el Departamento ha reforzado la integración de la diversidad sexual y de género en las políticas públicas de turismo mediante la implantación de estándares internacionales de calidad inclusiva. A través de Basquetour, más de 180 empresas vascas han obtenido el sello *Queer Destinations Committed*, y 59 empresas y 457 profesionales han completado la formación "Hospitality meets diversity", orientada a garantizar una atención turística segura, respetuosa y libre de discriminación en el marco del Código Ético del Turismo de Euskadi. Asimismo, la organización del *LGBT+ Travel Symposium Basque Country 2025* ha fortalecido la cooperación público-privada y la proyección internacional del modelo vasco de turismo inclusivo, consolidando el papel del Departamento como agente articulador de un turismo alineado con los principios de igualdad, diversidad y sostenibilidad.

A continuación, se presentan los principales retos asociados al objetivo estratégico TRANSFORMAR EL MODELO DE GOBERNANZA DE LAS INSTITUCIONES según lo explicitado en la Estrategia de Igualdad 2030.

El principal reto es consolidar y fortalecer la coordinación institucional, asegurando que las estructuras existentes funcionen de manera más sistemática y con mecanismos claros de seguimiento. Aunque se han mantenido reuniones periódicas y una estructura intradepartamental activa, es necesario reforzar la participación en la Comisión Interdepartamental y garantizar que los acuerdos se traduzcan en resultados medibles.

Otro desafío es impulsar la colaboración interdepartamental y abrir la puerta a la cooperación internacional. Durante esta legislatura no se han establecido colaboraciones con otras comunidades autónomas ni con redes internacionales, lo que supone una oportunidad para posicionar la experiencia de Euskadi en igualdad en foros globales, especialmente en ámbitos vinculados al turismo sostenible y responsable.

En materia de transparencia y rendición de cuentas, el reto principal es reforzar los mecanismos internos de seguimiento y evaluación, asegurando que los resultados se utilicen para la mejora continua y la toma de decisiones estratégicas. Es necesario avanzar hacia sistemas más claros y homogéneos que permitan medir el impacto real de las políticas de igualdad y garantizar su coherencia con los objetivos del VIII Plan para la Igualdad.

También es prioritario desarrollar un enfoque más complejo de la igualdad. No se han incorporado medidas específicas sobre interseccionalidad ni masculinidades, lo que plantea el reto de integrar estas perspectivas en las políticas y acciones del departamento para dar respuesta a las múltiples formas de discriminación y promover cambios culturales.

Aunque en los últimos años se han impulsado acciones anuales para la revitalización del euskera, se ha identificado la necesidad de sistematizar y cuantificar los resultados para garantizar un seguimiento eficaz y una mayor visibilidad del impacto. Este reto se convierte en una prioridad estratégica, no solo para avanzar en la normalización lingüística, sino también para consolidar el euskera como parte integral de la estrategia de igualdad y diversidad lingüística del Departamento. Este enfoque permitirá pasar de acciones puntuales a una gestión sistemática y medible, asegurando que la normalización del euskera se consolide como un eje transversal en la política lingüística y en la estrategia de igualdad del Departamento.

Por último, la Estrategia Vasca de Turismo y Comercio 2030 no contempla un apartado específico que vincule igualdad y medio ambiente, aunque ambos temas aparecen como líneas transversales. Esta ausencia representa una oportunidad estratégica para incorporar la perspectiva de género en las políticas de sostenibilidad y transición ecológica, reforzando la coherencia con la Agenda 2030 y el VIII Plan para la Igualdad. Integrar ambos enfoques permitirá generar sinergias entre los objetivos ambientales y sociales, consolidando un modelo turístico y comercial más inclusivo, resiliente y responsable.

4.2.2. Intervención vinculada a Turismo

Diagnóstico general y Retos en relación con Turismo

El turismo en Euskadi está en su mejor momento. En 2024 se registraron 3,76 millones de entradas y 7,46 millones de pernoctaciones, con notable crecimiento del turismo internacional y mayor duración media de las estancias. En lo que va de 2025, las entradas han crecido un 4,5 % y las pernoctaciones un 4,8 % hasta mayo. La Semana Santa impulsó esta tendencia y las ciudades mostraron formas distintas de recibir visitantes. También aumentó la oferta de alojamientos y la ocupación se mantuvo alta, lo que demuestra la fortaleza del sector.

Entre enero y mayo, los visitantes proceden sobre todo de Madrid, Euskadi, Francia, Cataluña y Reino Unido. El mayor peso del turismo internacional cambia el perfil de los turistas, por lo que es importante adaptar la oferta al tipo de viajero. Donostia y Bilbao acogen más turistas extranjeros, lo que afecta a precios y ocupación.

Los precios de los hoteles han subido en 2024 y 2025. Gipuzkoa lidera en tarifas, Bilbao aumenta su rentabilidad y Vitoria-Gasteiz mantiene precios estables con buena ocupación. Junto con una distribución más uniforme de visitantes durante el año, esto abre oportunidades para mejorar la calidad del servicio y avanzar en sostenibilidad sin centrarse solo en temporadas altas.

Las diferencias entre hombres y mujeres son marcadas. En planificación y reserva, el 55 % de las mujeres utiliza intermediarios o paquetes, mientras los hombres prefieren canales directos.
En movilidad, más del 50 % de las mujeres jóvenes utilizan transporte público a diario, frente a un uso menor entre hombres.
En actividades, el 60 % de las mujeres visita museos o patrimonio, comparado con el 45 % de los hombres, quienes gastan más en experiencias gastronómicas.
En compras, el 55 % de las mujeres invierte en ropa o complementos, y solo el 35 % de los hombres. Ellos gastan más en productos alimenticios, como queso, vino y conservas.
Respecto a redes sociales, el 55 % de las mujeres usa Instagram frente al 43 % de los hombres; ellos, en cambio, están más presentes en X (Twitter), con un 10,5 % frente al 6 % de mujeres. Estos datos influyen en los canales de inspiración y decisión de cada perfil.

Además, los datos más recientes permiten ver otras diferencias. En la forma social de viajar, las mujeres viajan algo más en grupos de adultos (25,48 %) y los hombres ligeramente más en pareja (52,57 %); los viajes en solitario son similares (7,55 % mujeres; 8,14 % hombres). La edad también marca diferencias: las mujeres tienen mayor peso en 60+ años (26,95 %) y algo más en los tramos 18–39, mientras los hombres destacan más en 50–59 (25,78 %). La distribución completa por tramos es: 18–24 (3,51 % mujeres; 2,74 % hombres), 25–29 (6,24 % mujeres; 5,82 % hombres), 30–39 (18,48 % mujeres; 17,34 % hombres), 40–49 (22,58 % mujeres; 23,14 % hombres), 50–59 (22,24 % mujeres; 25,78 % hombres), 60+ (26,95 % mujeres; 25,18 % hombres).

En gasto, las diferencias también son relevantes:
- Gasto total por persona y día: 168,87 € mujeres y 163,02 € hombres.
- Gasto en actividades fuera del paquete turístico: 101,13 € mujeres y 112,55 € hombres.
- Gasto en compras en Euskadi: 63,18 € mujeres y 58,72 € hombres.

El gasto medio por turista es de 612 €, con una satisfacción del 99 % y una fidelidad del 66 %. Pero esta cifra oculta diferencias: las mujeres tienden a gastar más en cultura y compras (alrededor de +15 %), mientras los hombres destinan más al transporte privado y a restauración, con un gasto un 20 % mayor en comidas fuera del alojamiento.

En sostenibilidad, las mujeres muestran hábitos más responsables: son un 25 % más propensas a preferir productos locales, practican reutilización y reciclaje, y rechazan la contaminación por transporte privado. Los hombres, en cambio, consumen más intensivamente servicios que implican mayor impacto ambiental, como coches de alquiler y actividades de ocio masivo.

La industria turística vasca es mayoritariamente femenina: cerca del 69 % del empleo corresponde a mujeres, con edades entre 40 y 54 años y alto nivel formativo. Más del 50 % de las empresas ha incorporado digitalización y comercialización en los últimos años. El índice de confianza empresarial se mantiene alto, reflejando expectativas positivas.

No obstante, persisten desigualdades laborales. La tasa de empleo a tiempo parcial entre mujeres es del 29,9 %, frente al 8,2 % de los hombres. Esto reduce ingresos, estabilidad y oportunidades de promoción. Además, las mujeres tienen menos presencia en puestos directivos y solo el 7 % de las rondas de financiación en Europa van a proyectos liderados por equipos exclusivamente femeninos, limitando el crecimiento de iniciativas turísticas promovidas por mujeres.

En Euskadi, el sector de la hostelería empleaba a más de sesenta mil personas en 2023 y alcanzó un récord histórico en cifra de negocios, con un incremento notable respecto al año anterior. Sin embargo, este crecimiento económico no se traduce en igualdad laboral, ya que persisten diferencias significativas entre mujeres y hombres. La brecha salarial global en la comunidad se mantiene en torno al doce por ciento, lo que implica que las mujeres perciben varios miles de euros menos al año. Esta diferencia se explica principalmente por la mayor frecuencia de jornadas parciales entre ellas, que trabajan muchas menos horas al año, un factor que concentra la mayor parte de la desigualdad salarial. La tasa de empleo a tiempo parcial entre mujeres es casi cuatro veces superior a la de los hombres, lo que reduce ingresos, estabilidad y oportunidades de promoción. Además, las mujeres tienen menos presencia en puestos directivos y las iniciativas empresariales lideradas por ellas encuentran mayores dificultades para acceder a financiación, lo que limita el crecimiento de proyectos turísticos promovidos por mujeres.

En la hostelería, esta situación es especialmente acusada. Una gran parte de los nuevos contratos en el sector son a tiempo parcial y casi la mitad de las mujeres que acceden a ellos lo hacen por falta de alternativas o por necesidades de cuidado. Esta parcialidad no solo reduce sus ingresos, sino que también limita el desarrollo profesional y el acceso a una carrera consolidada. Aunque la brecha por hora trabajada se ha reducido en la última década, sigue existiendo una diferencia que refleja condiciones laborales desiguales. A estas brechas se suman las condiciones propias de ciertos subsectores, caracterizados por jornadas extensas, horarios irregulares en fines de semana y periodos vacacionales, y una elevada carga física y emocional. Estas dinámicas incrementan el riesgo de precariedad, sobre todo en colectivos vulnerables como personas jóvenes, inmigrantes y mujeres. En algunos entornos, esta combinación deriva en espacios altamente feminizados con peores condiciones laborales, donde confluyen tres factores de vulnerabilidad: ser mujer, joven e inmigrante.

Todo ello evidencia que, pese al dinamismo empresarial y el incremento del empleo, las trabajadoras continúan en una posición de desventaja económica estructural. Reducir la parcialidad involuntaria, promover la jornada completa y mejorar las condiciones salariales son medidas fundamentales para avanzar hacia la igualdad real en el sector. La calidad del empleo sigue siendo un reto estructural, marcado por altos niveles de temporalidad y parcialidad, especialmente en los subsectores más feminizados como restauración y alojamiento. Esta situación afecta a la estabilidad, la renta y la profesionalización, y condiciona la retención de talento en un contexto donde la demanda internacional exige estándares elevados de calidad y sostenibilidad. Garantizar condiciones laborales dignas es clave para consolidar un modelo turístico competitivo e inclusivo.

En conclusión, el turismo vasco está en un momento ideal, con buenos datos de demanda, calidad y expansión internacional. Las diferencias entre hombres y mujeres en cómo reservan, se mueven, gastan, compran y utilizan redes son claras y deben guiar el diseño de productos, estrategias de comunicación y servicios diferenciados. Por otro lado, aunque el sector emplea mayoritariamente a mujeres, es necesario abordar las desigualdades en estabilidad, liderazgo y acceso a recursos. Aprovechar los datos desagregados por sexo permitirá al III Plan del Departamento orientar medidas específicas para que el turismo sea más inclusivo, equitativo y sostenible.

A continuación, se presentan los principales retos asociados al objetivo Turismo según lo explicitado en la Estrategia de Igualdad 2030 y el Programa de Gobierno.

Para avanzar hacia un turismo más inclusivo y equitativo, es necesario abordar los retos que persisten en materia de igualdad y que condicionan tanto la experiencia de las personas viajeras como la estructura del sector. Estos desafíos se sitúan en el centro de las políticas públicas y deben integrarse en la planificación estratégica para garantizar que el crecimiento turístico no reproduzca desigualdades.

La brecha salarial sigue siendo uno de los principales obstáculos. Aunque el sector turístico está altamente feminizado, las mujeres perciben salarios inferiores y soportan mayores tasas de parcialidad y temporalidad, lo que limita su autonomía económica y su capacidad de desarrollo profesional. Reducir esta brecha exige medidas específicas en contratación, transparencia retributiva y mejora de las condiciones laborales.

La presencia de mujeres en puestos directivos y en espacios de decisión continúa siendo insuficiente. El liderazgo femenino en el sector turístico es clave para incorporar la perspectiva de género en la toma de decisiones y para garantizar que las políticas y estrategias respondan a las necesidades reales de todas las personas. Es necesario impulsar programas de formación, mentoría y promoción que faciliten el acceso a posiciones de responsabilidad.

La conciliación y la corresponsabilidad en los cuidados son otro reto estructural. Las mujeres siguen asumiendo mayor carga de trabajo doméstico y de cuidados, lo que condiciona su participación plena en el empleo y en la vida pública. El sector turístico, por su carácter intensivo en horarios y movilidad, debe incorporar medidas que favorezcan la flexibilidad y la igualdad en el reparto de responsabilidades.

La digitalización y la transformación tecnológica del sector plantean riesgos y oportunidades. Si no se actúa con enfoque de género, la brecha digital puede ampliarse, afectando especialmente a mujeres en entornos rurales o con menor acceso a formación tecnológica. Es imprescindible garantizar la capacitación digital inclusiva y promover la participación de mujeres en proyectos de innovación y emprendimiento.

La sostenibilidad y la transición ecológica también deben abordarse desde la igualdad. Las mujeres muestran mayor compromiso con prácticas responsables, pero su voz sigue siendo menos visible en los espacios donde se definen las políticas ambientales y turísticas. Incorporar la perspectiva ecofeminista y asegurar la participación equilibrada en la gobernanza del turismo son pasos necesarios para un modelo más justo.

Por último, la cultura organizativa del sector debe evolucionar hacia entornos libres de discriminación y violencia machista. La tolerancia cero frente al acoso sexual y por razón de sexo, junto con protocolos claros y formación obligatoria, son condiciones imprescindibles para garantizar espacios seguros y respetuosos.

4.2.3. Intervención vinculada a Comercio

Diagnóstico general y Retos en relación con Comercio

El comercio es un sector estratégico para la economía y la cohesión social en Euskadi, pero su estructura laboral refleja desigualdades persistentes que afectan especialmente a las mujeres. Aunque el sector no es homogéneo, el comercio minorista sí presenta una alta feminización —alrededor del 70 % de las personas afiliadas son mujeres—, mientras que otros subsectores, como el comercio mayorista o la venta y reparación de vehículos, mantienen una predominancia masculina. Aun así, incluso en los ámbitos más feminizados, las brechas salariales, la parcialidad involuntaria y la escasa presencia de mujeres en puestos de responsabilidad continúan condicionando su autonomía económica y su desarrollo profesional.

Estas desigualdades tienen un carácter estructural: se relacionan con la organización del trabajo, la falta de corresponsabilidad en los cuidados y la concentración de mujeres en actividades de menor valor añadido. Además, la transformación digital y la transición hacia modelos más sostenibles plantean nuevos desafíos que, si no se abordan con perspectiva de género, pueden ampliar las desigualdades existentes.

En Euskadi, según la Encuesta de Estructura Salarial (2023), la ganancia media anual asciende a 31.038,84 € en las mujeres y 35.600,45 € en los hombres, lo que supone una brecha del 12,81 %. La brecha por hora trabajada, indicador de referencia en la UE, es del 3,6 %. La mayor parte de la brecha total se explica por la menor jornada remunerada de las mujeres, que trabajan de media 152 horas menos al año, de modo que aproximadamente el 72 % de la diferencia salarial se debe al tiempo efectivamente trabajado. Por sectores, la ganancia anual en servicios (incluido el comercio) presenta una brecha del 10,5 %, mientras que en industria se sitúa en el 6,9 %. Las ocupaciones de menor cualificación concentran las mayores diferencias, llegando hasta el 40,8 %. En condiciones de empleo, la parcialidad afecta al 26,5 % de las mujeres frente al 7,7 % de los hombres, y la temporalidad al 24,4 % de las mujeres frente al 16,0 % de los hombres. Además, las mujeres dedican más tiempo diario a cuidados y tareas domésticas, lo que condiciona su participación en el empleo y sus posibilidades de desarrollo profesional.

La feminización del sector no se traduce en igualdad en la toma de decisiones. Las mujeres están subrepresentadas en puestos directivos y en órganos de gobernanza empresarial, tanto en grandes superficies como en cadenas comerciales. Esta ausencia refuerza la brecha salarial y reduce las posibilidades de promoción y visibilidad profesional. La falta de liderazgo femenino también implica que las políticas internas y las estrategias de negocio se diseñen sin incorporar plenamente la perspectiva de género.

Las desigualdades se acentúan en entornos rurales, donde la densidad comercial es baja y predominan las microempresas. Entre 2008 y 2022, el número de comercios en municipios pequeños cayó un 22,7 %, y la falta de estructuras de apoyo para la conciliación refuerza las disparidades salariales y limita el acceso de las mujeres a oportunidades de desarrollo. Estas brechas territoriales afectan tanto a la estabilidad laboral como a la capacidad económica y social de las trabajadoras.

La transformación digital del comercio avanza, pero no de forma homogénea. Aunque un 13 % de los establecimientos minoristas vende online, esta adopción se concentra en sectores como la moda y en áreas urbanas. Las pymes lideradas por mujeres, especialmente en entornos rurales, presentan mayores dificultades para incorporar herramientas digitales, lo que limita su competitividad y su acceso a nuevos mercados. Esta brecha tecnológica puede convertirse en un factor adicional de desigualdad si no se implementan medidas específicas de capacitación y apoyo.

Estas desigualdades no solo afectan al ámbito laboral, sino también al consumo y a la calidad de vida. La menor renta y la exposición a trabajos inestables reducen el poder adquisitivo de las mujeres, condicionando su participación plena en la economía y en la sociedad. Para revertir esta situación, es imprescindible integrar la perspectiva de género en todas las políticas comerciales, desde la regulación laboral hasta la digitalización, pasando por la formación, la conciliación y la promoción del liderazgo femenino.

A continuación, se presentan los principales retos asociados al objetivo Comercio según lo explicitado en la Estrategia de Igualdad 2030 y el Programa de Gobierno.

Cerrar la brecha salarial y mejorar la autonomía económica de las trabajadoras del comercio es una prioridad. Reducir esta diferencia requiere actuar sobre su principal causa, la menor jornada anual y la parcialidad, además de reforzar la transparencia retributiva, la clasificación profesional y las oportunidades de promoción. Es necesario avanzar hacia un empleo digno en condiciones de igualdad, incrementando los contratos a tiempo completo y garantizando que las políticas empresariales incorporen mecanismos efectivos para la igualdad salarial.

Disminuir la parcialidad involuntaria y la temporalidad en el comercio es otro reto clave. La parcialidad femenina explica la mayor parte de la brecha salarial y limita la carrera profesional y la renta. Es imprescindible convertir la parcialidad involuntaria en jornada completa mediante incentivos, cláusulas en ayudas, negociación sectorial y servicios de apoyo a los cuidados, asegurando que la conciliación se transforme en corresponsabilidad real.

Aumentar el liderazgo femenino y la presencia de mujeres en puestos de decisión es fundamental para que la feminización del sector se refleje en la gobernanza empresarial. Se deben impulsar programas de mentoría, formación en liderazgo, visibilización de referentes y medidas que faciliten

el acceso a órganos de dirección y asociaciones sectoriales, garantizando que las políticas y estrategias se diseñen con perspectiva de género.

Impulsar una digitalización inclusiva y reducir la brecha tecnológica de las pymes con enfoque de género es otro desafío. La adopción de comercio electrónico y herramientas digitales se concentra en ámbitos urbanos y subsectores concretos, dejando atrás a muchas empresas lideradas por mujeres. Es necesario asegurar que las trabajadoras y empresarias accedan a formación, asesoramiento y financiación digital, con indicadores que midan su participación efectiva.

Garantizar entornos laborales seguros mediante la tolerancia cero frente al acoso por razón de sexo y la violencia machista es una condición imprescindible. El sector debe contar con protocolos específicos, canales confidenciales y formación obligatoria para plantillas y mandos, integrados en la gobernanza empresarial y en las ayudas públicas, para garantizar espacios seguros y respetuosos.

Convertir la conciliación en corresponsabilidad efectiva en el comercio exige reorganizar horarios, turnos y sistemas de flexibilidad sin penalizar las carreras profesionales. Es necesario incorporar servicios de apoyo, como bonos de cuidados y acuerdos con recursos locales, y evaluar el impacto de estas medidas desde una perspectiva de género para garantizar que beneficien a mujeres y hombres por igual.

Mejorar la calidad del empleo, asegurar el relevo generacional y atraer talento femenino joven son retos estratégicos. El sector necesita planes de carrera, certificación de competencias, salarios ligados a cualificación, transmisión empresarial con perspectiva de género y campañas que refuercen la imagen del comercio como un espacio atractivo para mujeres jóvenes.

Cerrar la brecha territorial y garantizar la igualdad en el comercio rural y en barrios con menor densidad comercial es esencial para la cohesión social. Es necesario reforzar ecosistemas locales, impulsar soluciones multiservicio, redes de cuidados y transporte, y medir el impacto de estas acciones en la participación y el empleo femenino.

Incorporar la perspectiva de género en toda la política comercial mediante una gobernanza feminista es otro reto clave. Las ayudas, la regulación, la formación, la digitalización y la planificación estratégica deben incluir indicadores, auditorías y mecanismos de rendición de cuentas que garanticen la transversalidad y la igualdad real en el sector.

Vincular las ayudas y programas de apoyo a resultados verificables en igualdad es imprescindible para avanzar. Las líneas de modernización, digitalización y dinamización deben condicionarse a compromisos concretos en reducción de brecha salarial, incremento de contratos femeninos a tiempo completo, liderazgo y protocolos contra el acoso, con incentivos y cláusulas que premien el cumplimiento.

4.2.4 Intervención vinculada a Consumo

Diagnóstico general y Retos en relación con Consumo

Las pautas de compra muestran diferencias consistentes entre mujeres y hombres que deben ser contempladas en el diseño de medidas y mensajes. En alimentación fresca, las mujeres recurren en mayor medida a las tiendas especializadas, mientras que los hombres diversifican más hacia formatos de gran superficie. Esta preferencia se explica por la búsqueda de calidad percibida,

atención personalizada y cercanía, factores a los que las consumidoras otorgan un peso relativamente mayor. A su vez, en los desplazamientos para ir de compras ellas utilizan más los trayectos a pie y el transporte público, y ellos declaran un uso más intensivo del vehículo privado, con el impacto correspondiente en tiempos y costes de acceso a los establecimientos. Estas diferencias, recogidas por la Encuesta de Hábitos de Consumo 2024, sugieren adaptar horarios, puntos de atención, soportes de información y formatos de venta a patrones de movilidad y elección distintos por sexo.

En las compras de ropa, calzado y artículos personales también hay diferencias. Las mujeres suelen comprar con más frecuencia a lo largo del año y prefieren el comercio local y las tiendas del centro urbano. Los hombres, en cambio, gastan más en centros comerciales situados en la periferia. Este patrón se repite en categorías afines, como belleza y cuidado personal, donde ellas canalizan más compra y gasto hacia cadenas especializadas y comercio de proximidad, y ellos hacia centros comerciales integrados. Estas elecciones influyen en la posibilidad de acceder a ofertas, en las condiciones para cambios y devoluciones y en el nivel de asesoramiento recibido. Tener en cuenta estas diferencias en campañas, materiales y formaciones ayuda a que la protección de las personas consumidoras sea más efectiva y con enfoque de igualdad.

La brecha digital de consumo se aprecia con nitidez en las categorías tecnológicas. En informática, telefonía y electrónica del hogar, los hombres utilizan con mayor intensidad el canal online y lo sitúan como referencia principal de compra, mientras que entre las mujeres el peso relativo del canal digital es menor. Además, ellos declaran en mayor proporción que realizan el mayor gasto en internet para estas categorías. Esta diferencia hace que los hombres tengan más problemas típicos de las compras por internet, como retrasos, productos que no llegan o artículos que no coinciden con la descripción. Para garantizar la igualdad, es importante ofrecer formación digital sencilla y contenidos específicos para mujeres, sobre todo en hogares con menos tiempo o recursos y en familias monomarentales.

En términos de criterios de elección del establecimiento, la calidad, el precio ajustado, la comodidad para la compra y la atención personal destacan como factores determinantes para la ciudadanía, con un énfasis mayor entre las mujeres según el análisis cualitativo de la encuesta de 2024. Como las mujeres compran más en tiendas cercanas y para el abastecimiento diario, es fundamental que la información sobre precios y condiciones sea fácil de entender y que los canales para reclamar estén al alcance de todas. Incluir estos aspectos en campañas, materiales y formaciones ayuda a que la protección de las personas consumidoras sea más efectiva y tenga en cuenta la igualdad.

El cambio del mapa de conflictos de consumo en 2024 refuerza esta agenda. El sector bancario pasa a liderar consultas y reclamaciones en Euskadi, por delante de las telecomunicaciones, con un incremento asociado a los gastos hipotecarios. La mediación consigue acuerdos en casi la mitad de los casos, y cada vez más personas eligen presentar sus reclamaciones por internet, que se ha convertido en el canal más habitual. Este contexto aconseja segmentar la información financiera básica y los itinerarios de reclamación con perspectiva de género, cuidando lenguaje y formatos para quienes declaran menor uso intensivo de canales digitales y mayor carga de cuidados, entre las que se encuentran muchas mujeres y, de forma señalada, mujeres cabezas de familias monomarentales.

En 2024, las inspecciones y las sanciones han reforzado la prevención y la protección de las personas consumidoras. Se resolvieron centenares de expedientes con un volumen sancionador

superior al millón y medio de euros, concentrados en electrodomésticos (incluida la electrónica de consumo), reparación de vehículos y textil. La publicación de sanciones graves afianza la transparencia y tiene efectos disuasorios que protegen especialmente a quienes tienen menor capacidad de negociación o alfabetización digital. Integrar la perspectiva de género en la priorización de campañas de inspección y en la comunicación pública de resultados contribuye a cerrar brechas reales en la experiencia de consumo de mujeres y hombres.

A continuación, se presentan los principales retos asociados al objetivo Consumo según lo explicitado en la Estrategia de Igualdad 2030 y el Programa de Gobierno.

Uno de los principales retos en el ámbito del consumo es reducir la brecha digital que afecta a las mujeres en el uso del comercio electrónico y la contratación a distancia. Aunque el canal online se ha consolidado como vía preferente para reclamaciones y compras, persisten diferencias en competencias digitales que incrementan el riesgo de vulneración de derechos. Es necesario diseñar programas formativos específicos que garanticen un acceso seguro y equitativo a los entornos digitales, priorizando colectivos vulnerables como las familias monomarentales.

Otro reto clave consiste en mejorar la accesibilidad y comprensión de la información sobre derechos de las personas consumidoras. Las campañas y materiales deben adaptarse a los distintos patrones de consumo detectados por sexo y edad, asegurando que las mujeres, que asumen mayor carga en las compras cotidianas y el abastecimiento doméstico, dispongan de recursos claros y prácticos para ejercer sus derechos. Esto implica reforzar la comunicación en canales presenciales y digitales, con mensajes inclusivos y lenguaje sencillo.

También es prioritario incorporar indicadores desagregados por sexo en consultas, reclamaciones y mediaciones para identificar desigualdades y orientar las políticas públicas hacia la equidad. La falta de datos específicos limita la capacidad de diseñar intervenciones ajustadas a las necesidades reales, por lo que se debe establecer un sistema de seguimiento que permita medir el impacto de las acciones y corregir posibles brechas.

La conciliación y la corresponsabilidad en el acceso a servicios de consumo constituyen otro desafío. Las mujeres dedican más tiempo a tareas de compra y gestión doméstica, lo que condiciona su disponibilidad para realizar trámites y acceder a determinados canales. Es necesario impulsar medidas que faciliten la conciliación, como la simplificación de procedimientos, la atención digital segura y la coordinación con redes locales para acercar los servicios a la ciudadanía.

Asimismo, se debe combatir la persistencia de estereotipos de género en la publicidad y comunicación comercial. Las campañas institucionales y las acciones de sensibilización deben transmitir valores igualitarios y evitar representaciones que refuercen roles tradicionales. Este enfoque contribuye a generar un entorno de consumo más justo y respetuoso con la diversidad.

Por último, es fundamental garantizar que las actuaciones sancionadoras y de control de mercado tengan en cuenta el impacto diferenciado sobre mujeres y hombres, especialmente en sectores críticos como telecomunicaciones, energía y banca. La visibilización de las sanciones y la trazabilidad por sector son herramientas que deben orientarse a prevenir prácticas abusivas que afectan con mayor intensidad a quienes tienen menor capacidad de negociación o menor alfabetización digital.

5. PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA DEL DEPARTAMENTO DE TURISMO, COMERCIO Y CONSUMO

ÁMBITOS DEPARTAMENTALES, ÁREAS, DIRECCIONES, ETC.	OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	Responsable (área, dirección, etc.)	Cronograma				ESTRATEGIA IGUALDAD 2030					PROGRAMA GOBIERNO		LEY IGUADAD (art.)	PLAN BRECHA SALARIAL	III ACUERDO
			2025	2026	2027	2028	EJE 1	EJE 2	EJE 3	EJE 4	METAS	OBJETI-VOS	COMPRO-MISOS			
MEDIDAS VINCULADAS CON PROCEDIMIENTOS INTERNOS Y DE BUEN GOBIERNO PARA TODO EL DEPARTAMENTO	▶ I-1. Garantizar la integración de la perspectiva de género en todos los procesos administrativos, normativos y presupuestarios del Departamento. ▶ Consolidar la Unidad Administrativa de Igualdad y fortalecer el Grupo Técnico Departamental. ▶ Formar en materia de igualdad a todo el personal del departamento, incluido el personal político. ▶ Consignar y especificar anualmente en las partidas presupuestarias los recursos económicos necesarios para el desarrollo de la política de igualdad.	Todas las Direcciones y entes públicos adscritos al departamento	X	X	X	X	X						129 130 145 147	5,11,15,18,57		
	▶ 1-2. Aumentar el porcentaje de estadísticas y estudios que incluyen la perspectiva de género en la recogida, tratamiento, análisis y difusión de la información. ▶ Incrementar, en los soportes de comunicación, el número de contenidos en materia de igualdad. ▶ Incrementar el número de normas que incluyen medidas para promover la igualdad.	Todas las Direcciones y entes públicos adscritos al departamento	X	X	X	X	X						125 126 129 130	3,17, 19,20,22,23,24,25 ,26		

ÁMBITOS DEPARTAMENTALES, ÁREAS, DIRECCIONES, ETC.	OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	Responsable (área, dirección, etc.)	Cronograma				ESTRATEGIA IGUALDAD 2030					PROGRAMA GOBIERNO		LEY IGUADAD (art.)	PLAN BRECHA SALARIAL	III ACUERDO
			2025	2026	2027	2028	EJE 1	EJE 2	EJE 3	EJE 4	METAS	OBJETI-VOS	COMPRO-MISOS			
MEDIDAS VINCULADAS CON PROCEDIMIENTOS INTERNOS Y DE BUEN GOBIERNO PARA TODO EL DEPARTAMENTO	▶ Aumentar el porcentaje de contratos, subvenciones y convenios que incluyen cláusulas de igualdad con impacto positivo. ▶ Incorporar la perspectiva de género en planes sectoriales y transversales.															
	▶ I-3. Reforzar y consolidar la estructura de coordinación interdepartamental para la igualdad. ▶ Promover la implicación de los hombres a favor de la igualdad. ▶ Garantizar los derechos lingüísticos y fomentar el uso del euskera en todas las iniciativas.	Todas las Direcciones y entes públicos adscritos al departamento	X	X	X	X	X						10 43 44 123 125 129 147 148	3,13		
MEDIDAS VINCULADAS A LA DIRECCIÓN DE TURISMO Y HOSTELERÍA	▶ I-2. Actualizar el estudio diagnóstico del sector turístico para identificar desigualdades de género y orientar las intervenciones ▶ II-4. Reducir la brecha salarial y la parcialidad involuntaria en el sector turístico mediante cláusulas de igualdad en ayudas y contratos. ▶ Promover la mejora de las condiciones laborales. ▶ Incrementar el número de mujeres promotoras de empleo/emprendedoras. ▶ Incorporar la perspectiva de género en la digitalización y sostenibilidad del turismo, garantizando la participación equilibrada en proyectos innovadores.	Dirección de Turismo y Hostelería	X	X	X	X		X					91 105 106 107 126	39,41,42	3.2	
	▶ II-5. Incrementar la visibilidad y valorar las aportaciones de las mujeres.	Dirección de Turismo y Hostelería	X	X	X	X		X					66 105 129	3,27,39,41,42,43		

ÁMBITOS DEPARTAMENTALES, ÁREAS, DIRECCIONES, ETC.	OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	Responsable (área, dirección, etc.)	Cronograma				ESTRATEGIA IGUALDAD 2030					PROGRAMA GOBIERNO		LEY IGUADAD (art.)	PLAN BRECHA SALARIAL	III ACUERDO
			2025	2026	2027	2028	EJE 1	EJE 2	EJE 3	EJE 4	METAS	OBJETI-VOS	COMPRO-MISOS			
	▶ Impulsar el liderazgo femenino en órganos de gobernanza turística y en puestos directivos del sector, con programas de mentoría y formación.												130			
	▶ II-6. Desarrollar campañas para posicionar a Euskadi como destino inclusivo y libre de discriminación.	Dirección de Turismo y Hostelería	X	X	X	X		X					105 130	3,54		
MEDIDAS VINCULADAS A LA DIRECCIÓN DE COMERCIO	▶ I.2. Realizar un estudio diagnóstico del sector comercio para identificar desigualdades de género y orientar las intervenciones. ▶ II-4. Promover la igualdad salarial y la corresponsabilidad en el comercio, vinculando ayudas a resultados verificables en reducción de brechas. ▶ Fomentar la digitalización inclusiva en pymes lideradas por mujeres, con formación y acceso a financiación. ▶ Garantizar entornos laborales seguros en el comercio mediante protocolos contra el acoso y campañas de sensibilización.	Dirección de Comercio	X	X	X	X		X					66 69 101 125 126 130	39,41,42	4.3	
	▶ II-5. Impulsar programas de liderazgo femenino y relevo generacional en el sector comercial.	Dirección de Comercio	X	X	X	X		X					66 69 76	3		
MEDIDAS VINCULADAS AL ÁREA DE CONSUMO (KONTSUMOBIDE)	▶ Reducir la brecha digital en consumo mediante formación específica para mujeres y colectivos vulnerables. ▶ Analizar y adaptar la oferta formativa no específica de igualdad para que incorpore transversalmente el enfoque de género.	Kontsumobide	X	X	X	X	X						84 85 109 110 111 129	3,18,57		

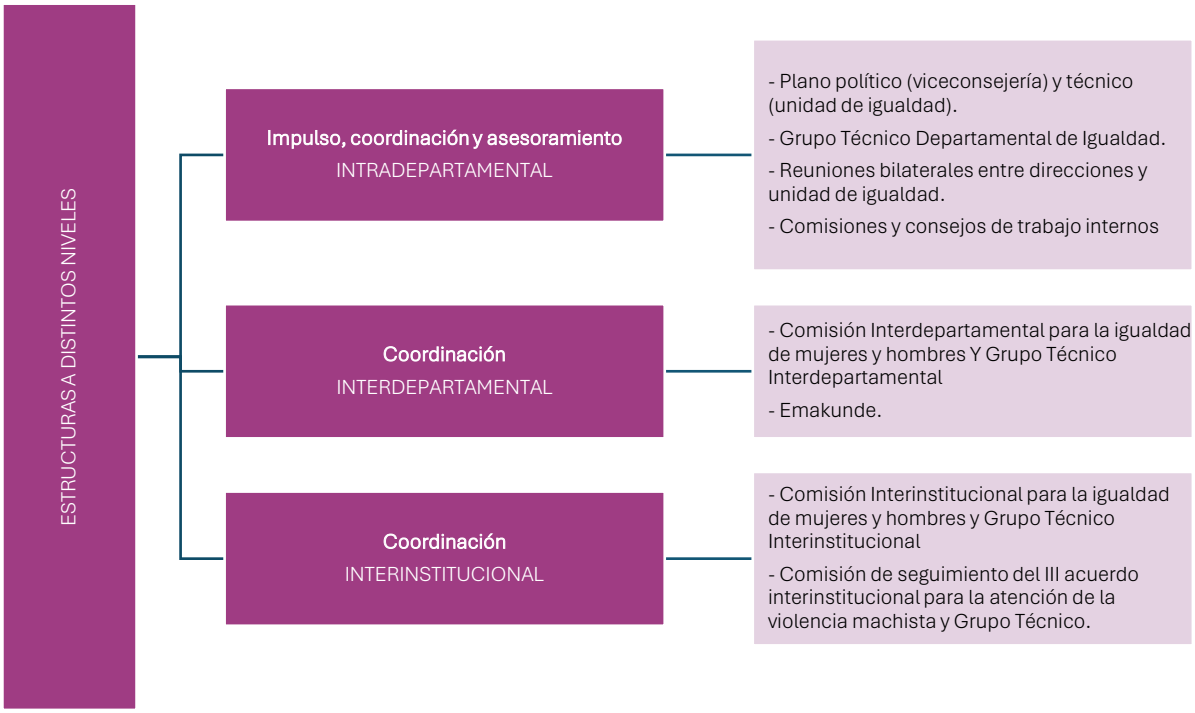
ÁMBITOS DEPARTAMENTALES, ÁREAS, DIRECCIONES, ETC.	OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	Responsable (área, dirección, etc.)	Cronograma				ESTRATEGIA IGUALDAD 2030					PROGRAMA GOBIERNO		LEY IGUADAD (art.)	PLAN BRECHA SALARIAL	III ACUERDO
			2025	2026	2027	2028	EJE 1	EJE 2	EJE 3	EJE 4	METAS	OBJETI-VOS	COMPRO-MISOS			
	▶ Incorporar indicadores desagregados por sexo en reclamaciones y mediaciones para orientar políticas públicas. ▶ Aumentar la información y formación relacionada con el consumo con perspectiva de género.	Kontsumobide	X	X	X	X	X						129 148	3,17		
	▶ Combatir estereotipos de género en la publicidad y comunicación comercial, promoviendo mensajes inclusivos. ▶ Desarrollar campañas de sensibilización sobre derechos de las personas consumidoras con enfoque de igualdad.	Kontsumobide	X	X	X	X	X						105 129 130 133	3,19,26		

6. MODELO DE GESTIÓN

ESTRUCTURAS INSTITUCIONALES PARA EL DESPLIEGUE

El **impulso** del Plan de Igualdad de legislatura corresponde a la unidad administrativa para la igualdad de mujeres y hombres del Departamento de Turismo, Comercio y Consumo. Esta unidad se encargada de impulsar la ejecución, el seguimiento y la evaluación del plan, así como de prestar asesoramiento a los diferentes órganos y personal del Departamento.

Sin embargo, existe una amplia **coordinación** para el despliegue del plan que implica a distintos agentes y estructuras tanto departamentales como externas a este:



PROGRAMACIÓN/PLANIFICACIÓN

El sistema de implementación del Plan de Igualdad de legislatura del Departamento de Turismo, Comercio y Consumo se desarrolla mediante la elaboración de **planes anuales** que dan cuenta de las acciones a implementar cada año en conexión con los objetivos estratégicos establecidos en el Plan de Igualdad de legislatura del departamento. Para cada plan anual se determinarán las actuaciones pertinentes y agentes responsables de su desarrollo, así como el cronograma para su ejecución y la cuantía destinada a dichas actuaciones.

El Plan de Igualdad de legislatura del que derivan los planes anuales es informado a Emakunde antes de su aprobación, de cara a validar la adecuación de sus contenidos a lo previsto en la Ley y a las líneas de intervención y directrices previstas en la Estrategia de Igualdad 2030, tal y como se establece en el artículo 16.6 de la Ley para la Igualdad.

SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN

- De cara a realizar el seguimiento de los planes anuales se realiza un seguimiento del plan anual, analizando el grado de cumplimientos de las actuaciones previstas en cada uno de ellos. Esto permitirá medir los avances y los logros conseguidos, así como identificar mejoras de cara al abordaje de los siguientes planes anuales sin perder de vista los objetivos estratégicos de legislatura.

Para el seguimiento del plan anual, definición del siguiente, contraste y comunicación se realizarán los siguientes pasos:

- La Unidad Administrativa de Igualdad, junto con las estructuras de impulso y coordinación departamentales, realizará durante el año el seguimiento de la implementación del Plan y, tras el cierre a final de año, definirá el Plan Operativo para el próximo año.
- Tanto el seguimiento anual del Plan Operativo como el Plan Operativo para el siguiente año se contrastarán internamente a nivel político con la responsable política de la Unidad Administrativa de Igualdad y/o la responsable en la Comisión Interdepartamental para la Igualdad de Mujeres y Hombres.
- La representante política en la Comisión Interdepartamental para la Igualdad de Mujeres y Hombres será quien informe (si fuera necesario) del seguimiento anual en la reunión de la Comisión Interdepartamental para la Igualdad de Mujeres y Hombres.

- De cara a realizar el seguimiento del plan de legislatura, al final del segundo y cuarto año la representación política departamental en la Comisión Interdepartamental para la Igualdad de Mujeres y Hombres y Emakunde mantendrán una reunión para identificar avances producidos y líneas de acción a seguir desarrollando.

- Además, la Unidad Administrativa de Igualdad realizará una evaluación final del Plan de Igualdad de legislatura de cara a realizar un balance general del periodo de mandato.

- De cara a aportar información pertinente para realizar el seguimiento de la Estrategia de Igualdad 2030, el Departamento de Turismo, Comercio y Consumo ofrece, anualmente, información detallada a Emakunde con relación al grado de cumplimientos de los objetivos estratégicos.

- Para los departamentos que tengan presencia en el desarrollo del III Acuerdo Interinstitucional En el marco de rendición de cuentas de la Estrategia 2030 para la reducción de la Brecha Salarial los departamentos implicados deberán proporcionar información sobre las acciones desarrolladas a través del informe de seguimiento anual.

PRESUPUESTACIÓN

La Ley para la igualdad de mujeres y hombres y vidas libres de violencia machista contra las mujeres establece que las administraciones autonómica, foral y local consignarán y especificarán anualmente en sus respectivos presupuestos los recursos económicos para el ejercicio de sus funciones y la ejecución de las medidas previstas en la norma. Por su parte, la Administración Autonómica promoverá de forma activa y progresiva que al menos un 1% de los presupuestos generales se dediquen al desarrollo de políticas de igualdad de mujeres y hombres, con el objetivo de llegar a un 1,5% en 2030 y sin perjuicio de que este objetivo presupuestario pueda materializarse con anterioridad (Disposición Adicional Sexta de la Ley para la Igualdad).

Los recursos económicos asociados al Plan se deberán consignar de modo más detallado en los planes anuales en los que se concretara este plan de legislatura. En cualquier caso, es destacable señalar que el presupuesto se desglosará, por un lado, en una partida específica para la unidad administrativa para la igualdad y, por otro lado, en un presupuesto propio para la implantación de las acciones previstas en los planes anuales.

SISTEMA DE INDICADORES

La Estrategia de Igualdad 2030 ofrece un Sistema de Indicadores que representa la base de medición de cara a analizar el desarrollo del presente Plan.

7. ANEXOS

LÍNEA 1. NORMATIVA Y PLANIFICACIÓN

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	INDICADOR	2021	2022	2023	2024	DATO LEGISLATU-RA
I-1.1 NORMATIVA	N.º de normas aprobadas (leyes, decretos, órdenes, etc.) en el departamento	3	2	0	1	6
	% de normas aprobadas (leyes, decretos, órdenes, etc.) del departamento que incorporan la perspectiva de género	100%	100%	-	100%	100%
I-1.2 NUEVA PLANIFICACIÓN	Existencia de plan de igualdad departamental	SI	SI	SI	SI	SI
	N.º de plan de legislatura en vigor	1º	2º	2º	2º	2º
	Presencia en la web del plan en vigor	SI	SI	SI	SI	SI
	Existencia de sistema de seguimiento elaborado a lo largo del desarrollo del plan vigente	SI	SI	SI	SI	SI
	Integración de los objetivos, acciones e indicadores básicos del Plan o programa para la igualdad en el plan estratégico departamental	SI	SI	SI	SI	SI
I-1.3 CULTURA PLANIFICACIÓN INSTITUCIONAL	Incorporación en los planes de los contenidos mínimos establecidos en la Ley de igualad	SI	SI	SI	SI	SI
I-1.4 PLANES INTERNOS	Existencia de plan interno de igualdad departamental	NO	NO	NO	NO	NO
	Existencia de protocolo de acoso sexual y por razón de sexo departamental	NO	NO	NO	NO	NO

LÍNEA 2. RECURSOS ORGANIZATIVOS: UNIDADES PARA LA IGUALDAD

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	INDICADOR	2021	2022	2023	2024	DATO LEGISLATURA
I-1.5 UNIDADES PARA LA IGUALDAD EN LA ADMINISTRACIÓN DE LA CAE	Existencia de servicio o unidad de igualdad en el departamento	SI	SI	SI	SI	SI
	N.º de personas que trabajan en el servicio o unidad de igualdad	1	1	1	1	1
	% de personas que trabajan en el servicio o unidad de igualdad y tienen dedicación exclusiva	100	100	100	100	100
	% de entes púbicos adscritos al departamento con unidad de igualdad sobre el total de entes públicos del departamento	0	0	0	0	0
I-1.8 ESTÁNDARES DE CALIDAD	Aplicación de estándares de calidad a las plazas del personal técnico de igualdad (inclusión en las relaciones de puestos de trabajo, grupo A de clasificación profesional, dedicación exclusiva y jornada completa y formación especializada)	SI	SI	SI	SI	SI

LÍNEA 3. RECURSOS TÉCNICOS: CAPACITACIÓN

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	INDICADOR	2021	2022	2023	2024	DATO LEGISLATURA
I-1.9 FORMACIÓN ESPECIALIZADA	Existencia de diagnóstico formativo	SI	SI	SI	SI	SI
	Existencia de un plan de formación en igualdad de mujeres y hombres en el departamento	NO	NO	NO	NO	NO
	N.º total de participantes en formación en igualdad de mujeres y hombres promovida por el departamento/unidad de igualdad	-	20	-	-	20
	% de mujeres participantes en formación en igualdad de mujeres y hombres sobre el total de personas en formación promovida por el departamento/unidad de igualdad	-	90%	-	-	90%
	% de responsables políticos participantes en formación en igualdad de mujeres y hombres sobre el total de responsables políticos en formación promovida por el departamento/unidad de igualdad	-	-	-	-	-
	IVAP N.º de formaciones en igualdad gestionadas por el IVAP a las que han asistido personal del departamento	5	6	4	4	19
	IVAP N.º de personas que han asistido a formaciones en igualdad gestionadas por el IVAP	10	17	13	8	48
	IVAP % de mujeres que han asistido a formaciones en igualdad gestionadas por el IVAP sobre el total de personas asistentes	60%	70%	69%	87%	71%
I-1.10 FORMACIÓN NO ESPECÍFICA	Incorporación de módulos de igualdad en cursos no específicos de igualdad	NO	NO	NO	NO	NO
	% de cursos no específicos de igualdad en los que se han incorporado módulos de igualdad	-	-	-	-	-
I-1.11 REQUISITOS CAPACITACIÓN	Establecimiento de requisitos específicos de conocimientos de igualdad para el acceso y/o promoción a plazas entre cuyas funciones se incluya el asesoramiento técnico en esta materia.	SI	SI	SI	SI	SI
I-1.12 RECURSOS DIDÁCTICOS Y METODOLÓGICOS	Generación de materiales, herramientas y metodologías que se elaboran para avanzar en la aplicabilidad del principio de igualdad de mujeres y hombres en la práctica de las instituciones públicas vascas.	NO	NO	NO	NO	NO
	N.º de materiales, herramientas y metodologías que se elaboran para avanzar en la aplicabilidad del principio de igualdad de mujeres y hombres en la práctica de las instituciones públicas vascas	-	-	-	-	-

LÍNEA 4. RECURSOS ECONÓMICOS

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	INDICADOR	2021	2022	2023	2024	DATO LEGISLATURA
I-1.14 PRESUPUESTOS ESPECÍFICOS	Presupuesto específico asignado en el departamento para la igualdad	57707	96350	57669	54897	266623
	Existencia presupuesto anual específico asignado a la igualdad de mujeres y hombres	SI	SI	SI	SI	SI
	Presupuesto ejecutado del departamento	98780428	109106616	108590871	54834139	371312054
	Presupuesto ejecutado específico destinado a la igualdad de mujeres y hombres del departamento	52707	88182	52669	18563	212121
	% presupuesto ejecutado en igualdad sobre el total de presupuesto ejecutado del departamento	0,053%	0,080%	0,048%	0,033%	0,057
	Realización de una valoración previa de la incidencia en la igualdad de mujeres y hombres del presupuesto anual	SI	SI	SI	SI	SI
	Desarrollo de actuaciones para avanzar en la incorporación del enfoque de género en los presupuestos	SI	SI	SI	SI	SI
I-1.15 PRESUPUESTOS DE UNIDADES DE IGUALDAD	Existencia de partida presupuestaria específica en la unidad de igualdad	SI	SI	SI	SI	SI
	Cuantía de la partida presupuestaria específica en la unidad de igualdad	5000	35000	5000	5000	50000

OBJETIVO ESTRATÉGICO 2: INTEGRAR LA IGUALDAD EN LA ACTIVIDAD ADMINISTRATIVA

LÍNEA 5. PROCEDIMIENTOS ADMINISTRATIVOS

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	INDICADOR	2021	2022	2023	2024	DATO LEGISLATURA
I-2.1 ESTADÍSTICAS Y ESTUDIOS	Existencia de área/s responsable/s de estadísticas y estudios en el departamento	SI	SI	SI	SI	SI
	Incorporación de la variable sexo en las estadísticas, encuestas y recogidas de datos llevadas a cabo por esta/s área/s responsable/s de estadísticas y estudios	SI	SI	SI	SI	SI
	Uso del cruce entre la variable sexo y otras variables constitutivas de situaciones de desigualdad múltiple (tales como edad, renta, origen, discapacidad...) en la explotación e interpretación de la información realizada por esta/s área/s responsable/s de estadísticas y estudios	SI	SI	SI	SI	SI
	Identificación y análisis de la brecha de género en la interpretación de la información realizada por esta/s área/s responsable/s de estadísticas y estudios?	SI	SI	SI	SI	SI
	Incorporación en esta/s área/s responsable/s de estadísticas y estudios indicadores de género que permitan un mejor conocimiento de las diferencias en los valores, roles, situaciones, necesidades, etc., de mujeres y hombres	NO	NO	NO	NO	NO
	N.º de estudios específicos sobre la situación de las mujeres y/o en materia de igualdad publicados	-	1	-	-	1
	Incorporación de la perspectiva de género en los estudios y estadísticas que se realiza desde el departamento	SI	SI	SI	SI	SI
	N.º de estudios realizados vinculados a la igualdad	-	1	-	-	1
I-2.2 COMUNICACIÓN	Aumento, en los soportes comunicativos, el número de contenidos que visibilizan los avances en materia de igualdad, presentan a mujeres y hombres de forma no estereotipada	SI	SI	SI	SI	SI
	Mejora en el uso no sexista del lenguaje y las imágenes en el departamento	SI	SI	SI	SI	SI
	Existencia de contenido sobre igualdad en la web	SI	SI	SI	SI	SI
I-2.3 EVALUACIÓN NORMATIVA	N.º total de informes de impacto de género realizados	1	2	1	0	4
	Aprobación de directrices u otro tipo de instrucciones o acuerdos para regular la realización de las evaluaciones previas de impacto en función del género	NO	NO	NO	NO	NO
	Existencia de sistema de seguimiento de la realización de las evaluaciones previas de impacto en función del género	NO	NO	NO	NO	NO
I-2.4 PROCESOS SELECTIVOS	% de procesos selectivos de acceso, provisión y promoción en el empleo público realizados que incluyen contenidos relativos a la igualdad de mujeres y hombres en los temarios	-	-	-	-	-
	% de procesos selectivos de acceso, provisión y promoción en el empleo público realizados que incluyen una cláusula de desempate favorable a	-	-	-	-	-

	las mujeres en aquellos cuerpos, escalas, niveles y categorías en los que la representación de éstas sea inferior al 40%, según artículo 20, 4, a) de la Ley 4/2005, de 18 de febrero, para la igualdad de mujeres y hombres.					
I-2.5 ÓRGANOS DIRECTIVOS, TRIBUNALES Y JURADOS	N.º total de órganos colegiados directivos de la entidad	5	5	5	5	5
	% de órganos colegiados directivos de la entidad con representación equilibrada por sexo.	0	0	0	0	0
	% de mujeres en los órganos colegiados directivos de la entidad	62%	64%	72%	63%	65%
	N.º total de tribunales, jurados u órganos afines convocados (para la concesión de premios promovidos o subvencionados por la administración, para la adquisición de bienes culturales o artículos, etc.)	0	3	3	3	9
	% de tribunales, jurados u órganos afines convocados con representación equilibrada por sexo	-	67%	0	33%	33%
	N.º total de tribunales, jurados u órganos afines convocados (para la concesión de premios promovidos o subvencionados por la administración, para la adquisición de bienes culturales o artículos, etc.) que incluyen cláusula de representación equilibrada por sexo	-	0	0	0	0
	% de mujeres en tribunales u órganos similares del departamento (para la concesión de premios...)	-	57%	57%	65%	60%
	% de mujeres en los órganos directivos del departamento	45%	45%	45%	45%	45%
	% de mujeres en otros espacios de participación relevantes del departamento	50%	50%	50%	50%	50%
I-2.6 CONTRATACIÓN Y SUBVENCIONES	N.º total de contratos (no incluir los menores) realizados por el departamento	7	5	12	2	26
	% de contratos realizados que incluyen criterios de igualdad de mujeres y hombres sobre el total de contratos	100%	100%	100%	100%	100%
	N.º de convenios realizados por el departamento	50	56	14	14	134
	% de convenios realizados que incluyen criterios de igualdad de mujeres y hombres sobre el total de convenios	82%	73%	100%	100%	82%
	N.º total de subvenciones y ayudas otorgadas por el departamento	43	44	111	111	309
	% de subvenciones y ayudas otorgadas que incorporan criterios de igualdad de mujeres y hombres sobre el total de subvenciones y ayudas	79%	64%	22%	23%	36%
	Existencia de un sistema de seguimiento del cumplimiento de las cláusulas de igualdad en la contratación pública	NO	NO	NO	NO	NO
I-2.7 PLANES ESTRATÉGICOS Y SECTORIALES	N.º total de planes o programas estratégicos sectoriales y transversales aprobados	1	-	2	-	3
	% de planes o programas estratégicos sectoriales y transversales aprobados cuyo diagnóstico incluya una recopilación y análisis de las diferencias entre mujeres y hombres	0	-	50%	-	33%
	% de planes o programas estratégicos sectoriales y transversales aprobados que incluyen objetivos de igualdad de mujeres y hombres	0	-	50%	-	33%

	% de planes o programas estratégicos sectoriales y transversales aprobados que incluyen acciones de igualdad de mujeres y hombres	0	-	50%	-	33%
	% de planes o programas estratégicos sectoriales y transversales aprobados en cuya elaboración ha participado la unidad o agente de igualdad	0	-	0	-	0
	% de planes o programas estratégicos sectoriales y transversales aprobados en el año de evaluación en cuyo seguimiento y evaluación ha participado la unidad o agente de igualdad	0	-	0	-	0
	% de planes o programas estratégicos sectoriales y transversales aprobados en el año de evaluación para cuyo seguimiento y evaluación prevén indicadores de género	0	-	0	-	0

OBJETIVO ESTRATÉGICO 3: TRANSFORMAR EL MODELO DE GOBERNANZA DE LAS INSTITUCIONES

LINEA 6. COORDINACIÓN, COLABORACIÓN E INTERNACIONALIZACIÓN

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	INDICADOR	2021	2022	2023	2024	DATO LEGISLATURA
I-3.1 COORDINACIÓN INSTITUCIONAL	Existencia de estructura de coordinación interdepartamental en lo que a igualdad de mujeres y hombres se refiere	SI	SI	SI	SI	SI
	N.º de reuniones realizadas por el personal de esta estructura de coordinación interdepartamental (en la legislatura)	10	14	3	4	31
	Existencia de una estructura de coordinación intradepartamental en lo que a igualdad de mujeres y hombres se refiere	SI	SI	SI	SI	SI
	N.º de reuniones realizadas por el personal de esta estructura de coordinación intradepartamental (en la legislatura)	6	14	4	4	28
	Participación todas las áreas o direcciones del departamento	SI	SI	SI	SI	SI
I-3.2 COLABORACIÓN ENTRE POLÍTICAS	Existencia de otras estructuras de coordinación	SI	SI	SI	SI	SI
I-3.3 INTERNACIONALIZACIÓN	Existencia de colaboraciones con otras Comunidades Autónomas, el Estado y el ámbito internacional, poniendo en valor la trayectoria y experiencia de Euskadi en la respuesta a los desafíos globales en materia de igualdad.	NO	NO	NO	NO	NO

LÍNEA 7. PARTICIPACIÓN, INNOVACIÓN, TRANSPARENCIA Y RENDICIÓN DE CUENTAS

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	INDICADOR	2021	2022	2023	2024	DATO LEGISLATURA
I-3.4 PARTICIPACIÓN	Existencia de espacios de trabajos activos para la participación e interlocución del movimiento feminista y las asociaciones de mujeres	NO	NO	NO	NO	NO
	Incorporación de la perspectiva de género en procesos participativos	NO	NO	NO	NO	NO
I-3.5 INNOVACIÓN Y MEJORA CONTINUA	N.º de acciones para fomentar la innovación y mejora continua de las políticas de igualdad	-	1	-	-	1
I-3.6 TRANSPARENCIA Y RENDICIÓN DE CUENTAS	N.º de acciones, medidas e instrumentos para conocer, evaluar y rendir cuentas del impacto de las políticas de igualdad	1	1	1	1	4
	Plan de igualdad publicado en la web	SI	SI	SI	SI	SI
	Resultados de la evaluación del plan publicados en la web	SI	SI	SI	SI	SI

LÍNEA 8. ENFOQUE MÁS COMPLEJO DE LA IGUALDAD EN LAS POLÍTICAS PÚBLICAS

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	INDICADOR	2021	2022	2023	2024	DATO LEGISLATURA
I-3.7 INTERSECCIONALIDAD	N.º de acciones o medidas incorporadas de cara a incorporar el enfoque interseccional	-	-	-	-	-
	Modificaciones en las estadísticas para analizar las múltiples discriminaciones a las que pueden enfrentarse las mujeres en función de su edad, discapacidad, condición rural, raza, origen étnico o social, identidad sexual o de género, orientación sexual, situación migratoria, mono parentalidad, seropositividad y otras circunstancias.	NO	NO	NO	NO	NO
I-3.8 HOMBRES Y MASCULINIDADES	N.º de acciones o medidas orientadas a incorporar el enfoque de las masculinidades	-	-	-	-	-
	% de acciones o medidas dirigidas específicamente a los hombres	-	-	-	-	-
I-3.9 REVITALIZACIÓN DEL EUSKERA	N.º de acciones o medidas orientadas a la promoción del euskera y la protección de los derechos lingüísticos.	30	30	30	30	120
I-3.10 MEDIO AMBIENTE Y EMERGENCIA CLIMÁTICA	N.º de acciones o medidas orientadas a aumentar la información, formación y herramientas de cara a aseguren el doble enfoque (género y cambio climático).	-	-	-	-	-

PLAN PARA LA IGUALDAD DE MUJERES Y HOMBRES

XIII Legislatura

EUSKO JAURLARITZA
GOBIERNO VASCO

TURISMO, MERKATARITZA
ETA KONTSUMO SAILA

DEPARTAMENTO DE TURISMO,
COMERCIO Y CONSUMO