

EMAKUMEEN ETA GIZONEN BERDINTASUNERAKO II. PLANA

Turismo, Merkataritza eta
Kontsumo Saila

2022-2024





AURKIBIDEA

Aurkezpena	2
Hitzaurrea	4
1. Gobernu Programa	9
2. Emakumeen eta Gizonen Berdintasunerako VII. Plana	18
3. Turismo, Merkataritza eta Kontsumo Sailaren plangintza estrategikoa	27
3.1. Diagnostikoaren datu garrantzitsuak	27
3.1.1. Gobernu ona	27
3.1.2. Esku hartzeko ardatzak	32
3.2. Helburu estrategikoak	40
4. Plana kudeatzeko sistema	45
4.1. Berdintasunerako urteko plangintza	46
4.2. Berdintasunerako egiturak	47
4.3. Jarraipen-sistema	47
4.4. Komunikazio-sistema	48
4.5. Aurrekontu-sistema	49



AURKEZPENA

II. Plan hau da Turismo, Merkataritza eta Kontsumo Sailak genero-berdintasunaren arloan duen



konpromiso politikoaren isla. Gizonen eta emakumeen arteko benetako berdintasuna lortzeko, etengabe egin behar da lan. Horregatik, lan hori egiteko beharrezkoak diren aurrekontu-baliabideak, giza baliabideak eta baliabide materialak zuzkitu dira.

Plangintza honen helburua da Sailak hartutako konpromisoen berri ematea herritarrei; eta, era berean, legegintzaldi honetako lehentasunak biltzen dira. Lehentasun horiek urteko planen

bidez garatuko dira. Plan horietan, ezarritako helburuak lortzeko ekintzak eta neurriak zehaztu eta garatzen dira.

Plan honetako helburu estrategikoak bat datoz gobernu-programarekin, Emakunderen gizonen eta emakumeen arteko Berdintasunerako VII. Planarekin, 5. Garapen Jasangarrirako Helburuarekin, Sailaren plan estrategikoarekin, eta martxoaren 3ko 1/2022 Legearekin, Emakumeen eta Gizonen Berdintasunerako Legearen bigarren aldaketa egitekoarekin.

Legegintzaldi honen ardatz nagusiak, batetik, gobernu onerako neurriak izango dira, eta, bestetik, izaera ekonomiko eta sozialeko politika publikoak, helburu dutenak erdietsitako lorpenak finkatzea eta genero-arrakalak desagertzera bideratutako neurriak indartzea, benetako berdintasuna lortzeko.



Horiek dira, hain zuzen, Turismo, Merkataritza eta Kontsumo Sailaren erronka eta betebeharrak, eta, hori dela eta, gogor egingo dugu lan, gizarte bidezko eta berdinzaleagoa lortzeko.

Jgarcia

Sin. Jesus María García de Cos
Turismo eta Merkataritzako sailburuordea



HITZAURREA

Turismo, Merkataritza eta Kontsumo Sailaren Emakumeen eta gizonen arteko berdintasunerako Plana esparru-dokumentua da, eta XII. Legegintzaldian Sail honek berdintasunaren alorrean sustatuko dituen politiken gidalerroak biltzen ditu.

Aipatutako dokumentuarekin, Sailak 4/2005 Legearen aginduari erantzuten dio (*4/2005 Legea, otsailaren 18koa, Emakumeen eta gizonen berdintasuna lortzekoa eta emakumeen kontrako indarkeria matxistarik gabe bizitzekoa*), hau ezartzen baita lege horren 15. artikuluan:

- ⇒ 1. – *Eusko Jaurlaritzak plan orokor bat onartuko du, eta, plan horretan, esku-hartze ildoak eta gidalerroak jasoko dira, koordinatuta eta oro har, euskal botere publikoek emakumeen eta gizonen berdintasunaren arloan izango dituzten jarduerak gidatzeko. Plan hori egiteko orduan, Eusko Jaurlaritzak parte hartzeko aukera eman behar die gainerako euskal administrazio publikoei, talde feministei eta emakume taldeei, beste gizarte-eragile batzuei eta, oro har, herritar guztiei. Halaber, erraztu behar du 3.1 artikulua azken tartekian aipatutako emakumeen interesak ordezkatzen dituzten kolektiboak edo antolakundeak egotea.*
- ⇒ 2. – *Lehenengo paragrafoan aurreikusitako plan orokorraren esku-hartze ildo eta gidalerro horiek garatzerakoan, Eusko Jaurlaritzaren sail bakoitzak bere jarduketan plan propioa egingo du legegintzaldi bakoitzean; plan horiek behar diren giza baliabidez eta baliabide ekonomiko eta materialez hornituta egongo dira, benetan ezarriko direla bermatzeko. Sail bakoitzak zehaztuko du, nork bere ezaugarrien arabera eta efikaziaz irizpideak kontuan hartuta, nola koordinatu bere organismo autonomoekin eta atxikitako edo lotutako erakunde publikoekin, plan horiek egiteko.*

Plan orokor hori VII. Plana da, eta Gobernu Kontseiluak 2018ko ekainaren 19an onartu zuen, Emakumeen eta Gizonen Berdintasunerako 4/2005 Legearen 15.1 artikulua betez.



AURREKARIAK

Emakumeen eta gizonen berdintasunerako plan hau Turismo, Merkataritza eta Kontsumo Sailak XI. legegintzaldirako egin zuen Emakumeen eta Gizonen Berdintasunerako I. Planaren ondoriozkoa da, zeina, era berean, Ekonomiaren Garapen eta Lehiakortasun Sailak X. legegintzaldirako egin zuen berdintasun-planean baitago oinarrituta.

Dokumentu planifikatzaile honetarako, aurrekoan egin zen bezala, gobernu-programako, 5. Garapen Jasangarrirako Helburuko eta EAeko Emakumeen eta Gizonen Berdintasunerako VII. Planeko ekinbideen nahasketa bat egin da, arreta jarrita, batez ere, Turismo, Merkataritza eta Kontsumo Sailaren eskumeneoak diren ekinbideetan eta helburuetan. Hala, ahalegindu gara dokumentuari koherentzia ematen, edukia Sailaren errealitatera egokituz eta operatiboagoa eginez.

DOKUMENTUAREN EGITURA

Emakumeen eta Gizonen Berdintasunerako VII. Plana EAeko botere publikoen jarduera zuzentzeko dokumentua da, legegintzaldi honetan emakumeen eta gizonen berdintasunaren arloan aurrera egiteko. Alde horretatik, Turismo, Merkataritza eta Kontsumo Sailari dagokio esku hartzeko estrategiak definitzea, berdintasun-politikak gauzatzeko bere eskumen-esparruan, dela zuzendaritzetan, dela organismo autonomoetan, sozietate publikoetan edota atxikitako erakundeetan.

Honako hauek dira Emakumeen eta Gizonen Berdintasunerako Planaren edukiak:

- ⇒ Lehenik eta behin, gobernu-programaren barruko konpromisoak laburbilduko dira, eta legegintzaldi-plangintza honen bidez sustatuko diren emakumeen eta gizonen arteko berdintasunerako konpromisoak zehaztuko dira.
- ⇒ Bigarrenik, VII. planaren arabera, Turismo, Merkataritza eta Kontsumo Sailaren eskumeneoak diren programak eta helburuak azalduko dira.



- ⇒ Hirugarrenik, Sailaren plangintza estrategikoa azalduko da, xehe-xehe. Horretarako, gobernu onarekin eta Sailak esku hartzen duen eremuekin lotutako alderdi garrantzitsuen laburpen bat egingo da. Ondoren, XII. legegintzaldirako helburuak zerrendatuko dira.
- ⇒ Eta, azkenik, berdintasunerako urteko plangintzari erreferentzia egiten dion plana kudeatzeko sistema deskribatuko da, legegintzaldiko lehentasunetan, berdintasunerako egituretan eta jarraipen-, komunikazio- eta aurrekontu-sistemetan oinarrituko dena.

PRESTAKETA-PROZESUA

Nabarmentzekoa da, plangintza hau prestatzeko orduan, genero-arrakala nagusien ezagutza hartu dela oinarriztat, baita berdintasunerako politiken ezarpenean alde aurretik egindako ibilbidea bera ere, jarduketa-estrategiak diseinatzeko orduan. Hortik abiatuta, plangintzarako parte hartzeko prozesu bat aktibatu da, eta, prozesu horretan, Saileko zuzendaritza guztiek parte hartu dute, baita Kontsumobide eta Basquetour organismo atxikiek ere, berdintasunerako neurriak sustatzen parte hartzen baitute.

Prozesu hori 2022ko urtarrilean hasi eta 2022ko ekainean amaitu zen. Hona hemen zer egin dugun prozesu horretan:

LAN-FASEAK	DATAK
⇒ Berdintasunerako Saileko Talde Teknikoaren lehen bilera	2022/01/12
⇒ Legegintzaldiko lehentasunak zehaztea	2022/01/12
⇒ Aldebiko bilerak, Berdintasunerako Saileko Taldeko teknikariek, helburuak zehaztu eta ekintzak diseinatzeko.	2022ko martxo



⇒ Zirriborroaren kontraste politikoa.	2022ko ekaina
⇒ Emakundera helaraztea, planari buruzko informazioa emateko eta proposamenak txertatzeko.	2022ko ekaina



ESKUMEN-EGITURA

Jarraian, Turismo, Merkataritza eta Kontsumo Sailaren eskumen-eremuak azaldu dira eskema moduan, emakumeen eta gizonen arteko berdintasuna sustatzeko jarduerak non txertatuko diren zehaztuta.





1 GOBERNU-PROGRAMA

[Eusko Jaurlaritzaren XII. Legegintzaldirako Gobernu Programak](#) 3 printzipio, 4 ardatz, 10 herri-helburu, 25 jarduketa-arlo, 150 konpromiso eta 699 ekinbide biltzen ditu. Helburu estrategiko horien artean dago **Euskadi genero-berdintasunaren indizerik altuena duten Europako 6 herrialdeen artean kokatzea**. EAEn genero-berdintasunaren indizeak, 2017an, 100 puntutik 71,1ekoa izan zen, eta zifra hori Europako batezbestekotik gora dago. Horrenbestez, berretsi egiten da puntuazioa arian-arian hobetuz doala: 2010 (68,8 puntu), 2012 (69,1 puntu) eta 2015 (69,3 puntu).

Jarraian, Turismo, Merkataritza eta Kontsumo Sailari dagozkion konpromisoak eta ekinbideak xehatuko ditugu. Gobernu Programan zehaztuta daude.

TURISMO, MERKATARITZA ETA KONTSUMO SAILAREN KONPROMISOAK ETA EKINBIDEAK XII. LEGEGINTZALDIRAKO

7. Turismo jasangarria eta bikaintasunekoak	
40. konpromisoa	Turismo Jasangarrirako Euskal Estrategia berri bat onartzea.
1. ekinbidea	1. ekinbidea «2030 Turismo Jasangarrirako Euskal Estrategia» berri bat onartzea, epe laburrerako agertoki bat gehitzen duena, COVID-19aren pandemiak eragindako krisi-egoerari erantzuteko eta enpleguari eta jarduerari eusteko. Epe ertainerako eta luzerako agertokian, estrategiak COVID-19aren osteko egoera aztertu behar du, sektorearen erronka eta joera nagusiak aintzat hartuta. EAEn, turismo-jasangarritasunaren alde egin behar du apustu eta interes-talde guztiak mugikortasun jasangarriak eta kultura-ondarea eta natura-ingurunea babesteak duten garrantziaren inguruan sentsibilizatzeko eta kontzientziatzeko balio behar du. Era berean, jasangarritasun ekonomikoa eta soziala sustatuko dira, turismoaren onurak bertako biztanleen probetxurako izateko.
2. ekinbidea	Euskadiko Baliabide Turistikoen Lurralde Plan Sektoriala garatzea, garapen turistikorako esparru zehatz bat ezartzeko.
41. konpromisoa	Euskadi - Basque Country helmuga turistikoa seguru, jasangarria eta arduratsua.



1. ekinbidea	Nazioarteko arauen arabera ziurtatutako kudeaketa-sistemen ezarpena sustatzea, sektore seguruagoa eta jasangarriagoa bultzatzeko, enpresa-erantzukizun sozialeko printzipioak txertatzeko eta sektoreko langileentzako lan-baldintza duinak bermatzeko.
2. ekinbidea	Euskadiko Turismoaren Kode Etikoa ezartzea, sektoreko eragile guztien atxikipena eta sektore turistikoan Garapen Jasangarrirako Helburuen aplikazioa sustatuz.
3. ekinbidea	Genero-berdintasuna bultzatzea sektorean, zehazki, «Enpresa turistikoetako berdintasun-programa» bat garatuz.
4. ekinbidea	Sektorearen profesionalizazioa sustatzea eta lanbide turistikoak babestea.
42. konpromisoa.	Euskadi-Basque Country, bikaintasuneko helmuga turistikoa.
1. ekinbidea	EAEko turismoa lehentasuneko merkatuetan sustatzea, berriazko protagonismoa emanez gure erreferentziako merkatu nagusietan erakartzeko gaitasun handiagoa duten produktu turistikoak, besteak beste, hauei: mendi-ibiliak, bide berdeak, enogastronomia edo turismo industrialaren aldeko apustua, berezitasun eta dibertsifikazio turistikorako elementu gisa.
2. ekinbidea	Murgiltze-errealitateko tresnak sustatzea, atzerriko turistek EAEko paisaiez eta baliabidez gozatzeko.
3. ekinbidea	Sektoreko enprekin elkarlanean, jardunbide turistiko egokien sistema bat egitea, sustatzea eta zabaltzea, gure produktu eta zerbitzu turistikoak kalitatea eta bikaintasuna bermatze aldera.
4. ekinbidea	Sektorearekin batera lan egitea, bidezko xedapenak sustatzeko eta, araudia eguneratzea, kontsumitzailearen babes osoa bermatzeko.
5. ekinbidea	Ekintza turistikoaren bikaintasuna sustatzea, hori helmugan dibertsifikazioarekin eta haien berezitasunekin lotuz eta bestelako eskaintzekin uztartuz: eskaintza gastronomikoa, enologikoa, landakoa, kirolekoa eta kulturala. Aurrekoaz gain, familia-, erosketa-, ongizate- eta negozio-turismoarekin uztartuko da. Helburua bidaiariak eta haien segurtasuna Estrategiaren erdigunean jartzea da.
43. konpromisoa	Euskadi-Basque Country, helmuga turistiko adimenduna.
1. ekinbidea	Turismoko adimen lehiakorren sistema bat garatzea, eragile publiko eta pribatuen laguntzarekin eta koordinazioarekin.
2. ekinbidea	Inguruko jarduerak eta joerak monitorizatzea, erabakiak hartzeko informazio erabilgarria lortzeko, arreta berezia jarriz COVID-19aren osteko agertokian eskaria sustatzeko estrategien diseinuan.
3. ekinbidea	Sektorearen gaikuntza digitalaren diagnostikoa egitea eta eraldaketa digitalerako egokitzapen-plan bat bultzatzea, Itourbask sareko turismo-bulegoak «XXI. mendeko turismo-bulegoaren» eredura egokitzea eta diseinatzea barne.



44. konpromisoa	Euskadi-Basque Country, helmuga turistiko lehiakorra.
1. ekinbidea	2024 Marketin Turistikoko Plan bat onestea eta turismoaren arloko adituen foro bat sustatzea, EAEko sektore turistikoaren lehiakortasuna hobetzeko eta eskaria sustatzeko estrategiak diseinatzen lagunduko duena.
2. ekinbidea	Prestakuntza-plan bat ezartzea, sektoreko profesionalak trebatzeko, bereziki, digitalizazioaren, negozio-eredu berrien, berrikuntzaren eta turismo jasangarriaren eremuetan.
3. ekinbidea	Lanbiderekin koordinatuta, trebakuntza profesionaleko ziurtapen-programa bat sustatzea.
4. ekinbidea	Ekintzailletza eta belaunaldi-erleleboa sustatzen dituzten neurriak bultzatzea.
8. Merkataritza eta Ostalaritza	
45. konpromisoa	2030 Merkataritza eta Ostalaritza Estrategia eta 2021-2025 Merkataritza eta Ostalaritza Plana onestea.
1. ekinbidea	1. ekinbidea «2030 Merkataritza eta Ostalaritza Estrategia» onestea eta abian jartzea, EAEko merkataritzaren eta ostalaritzaren ildo estrategikoak ezarriko dituen eta horien susperraldira eta lehengoratzera eramango duena. 2021-2025 Merkataritza eta Ostalaritza Planak ildo estrategiko horiek bi fase desberdinetan garatuko ditu. Epe laburrerako lehenengo faseak pandemia amaitu arte iraungo du; fase horretan, enpresen likidezia sustatzeko eta enplegua suntsitzea saihesteko neurriak bultzatuko dira, espazio eta establezimendu seguruen protokoloak ezarri, jarduera mantentzea ahalbidetzen duten bitartean, bezeroen segurtasuna bermatuko dutenak. Era berean, kontsumitzailearen konfiantza eta tokiko kontsumoaren aktibazioa sustatuko dira. Bigarren fasea pandemiaren osteko agertokiarekin lotuta egongo da, itzuli beharrik gabeko laguntzen eta abaldun kredituen laguntza-pakete batekin, sektoreko enpresa txikiek irautea ahalbidetzeko. Era berean, sektoreko erronka eta joera nagusiei erantzuten dieten neurriak ezarriko dira, hain zuzen ere, ingurumenaren, ekonomiaren eta gizartearen eremuetako jasangarritasuna bultzatuz, merkataritza eta ostalaritza ekonomiaren susperraldirako politika europarrekin bateratutako etorkizun baterantz proiektatuko dituenak.
46. konpromisoa	Merkataritzaren eta ostalaritzaren lehiakortasuna hobetzea.
1. ekinbidea	Merkataritzaren eremuko berriazko heziketa aurreratuko zentro bat abian jartzea, gure gizartearen errealitatera egokitutako negozio-ereduekin lehiatzeko beharrezkoak diren eskumen berriak dituzten profesional berriak trebatzeko.
2. ekinbidea	Sektoreko enpresen lehiakortasuna hobetzen duen kudeaketa aurreratuko eredu baten ezarpena sustatzea.



3. ekinbidea	Merkataritza eta ostalaritzaren eraldaketa digitalerako plan bat abian jartzea.
4. ekinbidea	Zaintza lehiakorreko sistema bat garatzea, sektorearen bilakaera aztertzen duena eta nazioarteko joerak zein jardunbide egoki berritzaileak identifikatzen eta hedatzen dituena.
5. ekinbidea	Merkataritza eta ostalaritzarako prestakuntza-plan berri bat onestea. «E-learning» plataforma eta prestakuntza-eredu berriak sustatzea, profesionalen gaitasunak indartzeko, betiere eraldaketa digitalarekin lotutakoak lehenetsiz.
6. ekinbidea	Belaunaldi-erreleboa eta enpresa-jarraitutasuna bultzatzea. Sektorearen erakarpene eta berritzea indartzea, gazteak kontratatze laguntzak emanez.
7. ekinbidea	Beren jarduera Merkataritzako Bulego Teknikoetan garatzen duten pertsonen trebakuntza eta horien sareko lana hobetzeko programa bat abian jartzea.
47. konpromisoa.	Tokiko merkataritza eta ostalaritza sustatzea.
1. ekinbidea	Foru-aldundiekin eta udalekin elkarlanean, saltoki txikietan kontsumoa sustatzeko erakunde arteko kanpaina bat garatzea tokiko kontsumoa sustatzeko bonuekin. Kanpaina horrek hurbileko merkataritza eta horrek ekonomian eta enpleguan duen garrantzia nabarmenduko ditu.
2. ekinbidea	Tokiko ekonomia eta produktuak babesten dituzten saltokien zein ostalaritza-establezimendu berezien ikusgarritasuna indartzea eta areagotzea.
3. ekinbidea	Auzoetako merkataritza suspertzea. Merkataritza hobetzeko edo sustapen ekonomikorako barrutiak (Business Improvements Districts) abiaraztea, lankidetzaren zonalak eta enpresen eta erakundearen arteko aliantza sustatzeko, zehazki, lankidetzaren publiko-pribatuko ingurune batean.
4. ekinbidea	Lan-mahaiak sortzea merkataritza-hirigintzaren irizpidea txertatzeko herrien eta hirien diseinuan, hori guztia udalekin koordinazioan eta udalerrien mugikortasun-planaren esparruan, merkataritza-guneetarako irisgarritasuna hobetzeko helburuarekin.
5. ekinbidea	Ekintzaitetza eta merkataritza-negozioko eredu berrien sorkuntza babestea, hutsik dauden lokalak merkataritza-erabilerarako berreskuratzea bultzatuz.
48. konpromisoa	Erakunde arteko gobernantzan sakontzea eta aliantzak indartzea.



1. ekinbidea	Merkataritzako erakunde arteko mahai bat sortzea Eudelen parte-hartzearekin; bertan, merkataritzaren eta ostalaritzaren jarduera bultzatzeko estrategiak eta planak erabakiko dira, erakunde desberdinen jarduketa koordinatuz.
2. ekinbidea	Udalekin batera, jarduketak bultzatzea, eraginkorrak ez diren araudiak identifikatzeko eta beharrezkoak diren jarduketak eta aldaketak bultzatzeko.
3. ekinbidea	Turismoaren eta merkataritzaren arteko aliantzak sustatzea, merkataritza- eta ostalaritza- eskaintza indartuz hiriaren erakargarri turistikoko ardatz gisa.
4. ekinbidea	Merkataritzaren eta ostalaritzaren sektoreetatik sortzen diren lankidetzeta-sinergiak eta eragile guztien ekintzen koordinazioa eta elkarlana sustatzea.
9. Kontsumitzailea	
49. konpromisoa	Kontsumobide kontsumo- eta ordainketa-modu berrietara egokitzea, kontsumitzaileen informazioa eta prestakuntza indartuz.
1. ekinbidea	Kontsumobiden, joeren eta gatazka zein iruzur mota berrien analisia indartzea, analisirako eta prebentzio-neurriak hartzeko beharrezkoak diren tresnak gehituz.
2. ekinbidea	Kolektibo ahulenak identifikatzea eta informazio- eta prestakuntza-kanpainak egitea.
3. ekinbidea	Kontsumitzaileen prestakuntza eta informazioa hobetzea, beren eskubideak eta betebeharrak ezagutu ditzaten eta kontsumo arduratsuagoa lortzeko duten paperaz eta garrantziaz jabe daitezen.
4. ekinbidea	Kontsumo arduratsua eta jasangarria sustatzea. Horretarako, produktuen eta horien ingurumen-eraginaren inguruko informazioa sustatuko da, ingurumenaren kontserbazioa, gizarte-berdintasuna eta langile guztien ongizatea berrmatze aldera.
50. konpromisoa	Kontsumitzaileen eta erabiltzaileen eskubideekiko errespetuzko jokabideak sustatzea enpresetan.



1. ekinbidea	Enpresa-jardunbide egokien kodeen ezarpena sustatzea, akordioak lortuz profesionalen eta enpresen elkarrekin, kontsumitzaileen eta erabiltzeen eskubideen babesa hobetze aldera. Zorroztasunez jardungo da lege-urraketak eta merkatuko jardunbide desegokiak jazartzeko eta ezabatzeke.
2. ekinbidea	Enpresen erantzukizuna eta gardentasuna sustatzea, kontsumitzaileen eskubideak errespetatzeko borondatezko mekanismoak garatuz.
3. ekinbidea	Kontsumo etikoa eta arduratsua eta arbitraje-sistema borondatezko atxikipena, laguntzak, dirulaguntzak eta sariak edo bestelako enpresa-babesak emateko irizpideetan.
51. konpromisoa	Kontsumo-gatazken konponbidean bikaintasuna lortzeko lan egitea.
1. ekinbidea	Kontsumitzaileen erreklamazioak eraginkortasun handiagoz kudeatzea eta Kontsumoko Arbitraje Sistema optimizatzea, administrazio-prozedurak soilduz.
2. ekinbidea	Erreklamazioen izapidetze elektronikoa eta telematikoa bultzatzea, KontsumoNETen erabilera bakarra areagotuz eragile guztientzat.
3. ekinbidea	Bitartekotza sustatzea gatazkek konpontzeko bide gisa, kontsumoko arbitrajera jo aurretik.
52. konpromisoa	Lankidetzaren eta elkarlan-sareak hobetzea kontsumo-politikan.
1. ekinbidea	Kontsumitzaileak defendatzen lan egiten duten erakunde guztien jarduketak koordinatzea, horrela haien eskubideak babesteko ekintzak indartzeko. Kontsumitzaileen babes integrala bermatzea lehenetsiko da, sail zein erakunde arteko lankidetzaren hobetuz. Akordio berriak diseinatuko dira eragile giltzarrekin, eta kontsumo-politikekin lotutako eragile guztien erantzunak homogeneizatuko dira.
2. ekinbidea	Nazioarteko sareetan, bereziki Europako eremuan, parte hartzea bultzatzea, kontsumitzaileen babesa hobetzera zuzendutako lankidetzaren eta elkarlan-jarduerak sustatuz.



Bestetik, ondorengo taulan berdintasuna sustatzeko XII. Legegintzaldirako Gobernu Programan jasotako beste hainbat konpromiso eta ekimen jasotzen dira, eta, Turismo, Merkataritza eta Kontsumo Sailaren eskumen zuzenekoak ez badira ere, plan honekin betetzen lagunduko da:

EMAKUMEEN ETA GIZONEN ARTEKO BERDINTASUNA SUSTATZEKO GOBERNU-PROGRAMAKO KONPROMISOAK ETA EKINBIDEAK	
	1. jarduketa-arloa. Lehentasun bat: Enplegua
4	Enpleguaren kalitatearen hobekuntza
	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 3. ekinbidea: Generoarekin lotutako soldata-arrakala murriztera zuzendutako ekimenak indartzea, berdintasun-planen ezarpena gehituz hitzarmen kolektiboetan. ▶ 4. ekinbidea: Bizitza pertsonala, lana eta familia bateratzea sustatzea, helburu hori erraztera zuzendutako berriazko neurrien bidez, telelana edo lan-ordutegien malgutasuna bultzatuz, betiere enpresa bakoitzaren premiak eta aukerak kontuan hartuz eta familia-errealitate desberdin guztiak barne hartuz.
8	Gizarte-elkarrizketan sakontzea eta EAEko enpresan eredu parte-hartzaile inklusibo bat sustatzea
	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 2. ekinbidea: Honako hauen aldeko neurriak hartzea: Lan-egonkortasuna eta enpresa-lehiakortasuna, soldata-arrakalaren murrizketa, bizitza pertsonal, lan eta familiaren bateratze erantzunkidea, telelana, ordutegi-malgutasuna, lanaren behin-behinekotasunaren murrizketa, nahi gabeko partzialtasunaren murrizketa, langileen etengabeko prestakuntzaren sustapena, laneko segurtasuna eta osasuna lantokian eta «<i>in itinere</i>».
	13. jarduketa-arloa. Genero-berdintasuna
94	Soldata-arrakalaren aurkako txoke-planaren aplikazioa sustatzea
	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 1. ekinbidea: Berdintasun-planak bermatzea 50 langile baino gehiagoko enpresetan eta, 50 langile baino gutxiagoko enpresetan, berdintasun-planen negoziazioa sustatzea, betiere Gizarte Elkarrizketarako Mahaian lortutako akordioei jarraikiz. ▶ 4. ekinbidea: Bizitza pertsonala, lana eta familia bateratzea ahalbidetuko duen enpresa-kultura berri bat abiaraztea sustatzea.



**EMAKUMEEN ETA GIZONEN ARTEKO BERDINTASUNA SUSTATZEKO GOBERNU-PROGRAMAKO
KONPROMISOAK ETA EKINBIDEAK**

	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 6. ekinbidea: Emakumeen laneratzea erraztea etorkizunean eskari handiagoa izango duten lanbideetan. ▶ 7. ekinbidea: Zaintzak berdintasun-politiken erdigunean jartzea, gero eta erantzunkideagoa den gizarte-antolakuntza batean aurrera egiteko eta «kontziliaziotik erantzunkidetasunerako» trantsizioa egiteko.
95	Balio-aldaketa eta emakume eta nesken ahalduntzea ahalbidetzea
	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 3. ekinbidea: Aurrera egitea interseksionalitatean, emakume guztien premia desberdinei hobeto erantzuteko.
	18. jarduketa-arloa. Kultura, Euskara eta Kirola
114	EAEko ondare kulturala babestea eta hori nabarmentzea bultzatzea
	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 2. ekinbidea Ondare ukiezinaren babesa eta nabarmentzea artikulatzea, Ondare Kulturalaren Legea garatuz, arreta berezia jarriz emakumeen legatua ikusaraztean eta nabarmentzean.
	25. jarduketa-arloa. Kudeaketa publiko, garden eta arduratsua
150	Baliabide publikoak erantzukizunez kudeatzea
	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 8. ekinbidea Gizarte-erantzukizunaren eta kalitatezko enpleguaren zerbitzura dagoen kontratazio publikoa sustatzea, kalitatezko enpleguaren eta gizarteratzearen zein laneratzearen aldeko gizarte-klausulak, ingurumen-klausulak eta ordainsari-berdintasunaren aldeko eta soldata-arrakalaren aurkako klausulak txertatuz.



Horrenbestez, Turismo, Merkataritza eta Kontsumo Saileko Emakumeen eta Gizonen Berdintasunerako Plan hau Gobernu Planarekin behar bezala bateratuta dago, eta sailaren konpromisoak eta ekinbideak lortzen laguntzen du, baita bertako berdintasuneko neurri espezifikoak betetzen ere.



2 EMAKUMEEN ETA GIZONEN BERDINTASUNERAKO VII. PLANA

[Emakumeen eta Gizonen Berdintasunerako VII. Planean](#) esku-hartze ildoak eta gidalerroak jasotzen dira, koordinatuta eta oro har, EAEko botere publikoek berdintasunaren arloan izango dituzten jarduerak gidatzeko. Plan hau egiteko, Emakumeen eta Gizonen Berdintasunerako VII. Plana eta [XII. Legegintzaldirako Gobernu Programan](#) hartutako konpromisoak bateratu dira.

Berdintasunerako VII. Planak Emakumeen eta gizonen berdintasunerako eta emakumeen kontrako indarkeria matxistarik gabe bizitzeko otsailaren 18ko 4/2005 Legearen 15. artikulua ezarritako legezko aginduari erantzuten dio. Legeak xedatzen du, esku-hartze ildo eta gidalerro horiek garatzeko, **Eusko Jaurlaritzaren Sail bakoitzak bere jarduketa-plan propioa egingo duela legegintzaldi bakoitzean; plan horiek behar diren giza baliabide, eta baliabide ekonomiko eta materialez hornituta egongo dira, benetan ezarriko direla bermatzeko.**

Alde horretatik, Emakumeen eta Gizonen Berdintasunerako VII. Planaren **xedea** botere publikoak gidatzea da, zertarako eta bizitzaren arlo guztietan emakumeen eta emetasunaren mendekotasuna mantentzen eta justifikatzen duten balioak aldatzeko; balio horiek gizonak ere mugatzen dituzte, nahiz eta oraindik botere-egoeran egon, patriarkatuak haien bizitzak ere baldintzatzen baititu, unibertsala da eta.

Balio horiek aldatzea nahitaezkoa da giza garapen jasangarrirako, eta, horretarako, beste balio batzuk sortu eta finkatu behar dira, androzentrismoak, sexismoak eta matxismoak egituratu gabeak; beste printzipio etiko eta politiko batzuk ere behar dira, emakumeen eta gizonen berdintasuna, emakumeen giza eskubideen errespetua eta herritarren sustapena garatzea eta txertatzea ahalbidetzen dutenak.



VII. planean ezarritako **printzipioek** adierazten dute zein diren plan horrek inspiratutako eta orientatutako helburuen eta jardueren ikuspegi estrategikoak; **bermeek**, berriz, haien operatibitatea eta inpaktua ziurtatzea bilatzen dute.





Helburu hori lortzeko, batetik, **Gobernu Onerako** 5 programa ezartzen ditu. Programa horiek Legeak ezarritako aginduak jaso eta zabaltzen dituzte eta administrazio publiko osorako orokorrak dira. Bestetik, **esku hartzeko ardatzak** definitzen ditu berdintasunaren alorrerako, gizarte bidezkoago eta berdinzaleago baterantz aurrera egiteko:



Esku hartzeko ardatzetan proposatutako ekimenen artean, Emakumeen eta Gizonen Berdintasunerako VII. Planak Eusko Jaurlaritzako zer sailek gauzatu ditzaketen aipatzen du, euren eskumen-esparrua aintzat hartuta. Ondoren, VII. Planaren arabera, Turismo, Merkataritza eta Kontsumo Sailaren eskumeneoak diren **programak eta helburuak** azalduko dira.



Gobernu Onerako programak eta neurriak ¹		
I. PROGRAMA: KONPROMISO POLITIKOA.	BG.1. Berdintasunaren gaiari buruzko berariazko araudia onartzea eta garatzea.	GO1.1 Berdintasunerako berariazko araudia duten erakunde publikoen kopurua handitzea.
	BG.2. Berdintasun-politikak garatzeko aurrekontua handitzea.	GO2.1 Berdintasunerako berariazko aurrekontuak dituzten erakunde publikoen kopurua handitzea. GO2.2 Berdintasunera bideratutako aurrekontua handitu duten erakunde publikoen kopurua handitzea.
	BG.3. Berdintasunerako plangintza eta horren ebaluazioa areagotzea eta hobetzea.	GO3.2 Berdintasunerako barneko planak dituzten erakunde publikoen kopurua handitzea. GO3.4 Berdintasunerako plangintza-prozesuak hobetzea. GO3.5 Erakunde publikoek egindako berdintasun-planen ezarpen-, jarraipen- eta ebaluazio-prozesuak hobetzea. GO3.6 Berdintasunaren arloko kudeaketa publikoan kontuak ematea sustatzea, politiken ebaluazioaren emaitzetatik abiatuta.
	BG.4. Berdintasunerako organo eta unitate administratiboak sortzea eta indartzea.	GO4.1 Berdintasunean trebatutako teknikariz osatutako unitate espezializatua duten eta Eusko Jaurlaritzari atxikita dauden sailen, organismo autonomoen eta erakunde publikoen kopurua handitzea. GO4.2 Berdintasunean trebatutako teknikariak dituen unitate espezializatua duten eta foru-aldundiei atxikita dauden sailen, organismo autonomoen eta erakunde publikoen kopurua handitzea. GO4.3 Berdintasunean trebatutako teknikariz osatutako berdintasun-organismo espezializatua duten tokiko erakundeen kopurua handitzea. GO4.4 Berdintasuneko teknikarien egoera eta maila profesionala hobetzea. GO4.5 Maila organiko egokia eta behar den aurrekontu-zuzkidura duten berdintasunerako unitateen kopurua handitzea.
II. PROGRAMA: BERDINTASUNE RAKO TREBAKUNTZA.	GO.5 Erakunde publikoetako langile guztiak prestatzea, baita politikariak ere.	GO5.1 Beren prestakuntza-planetan berdintasunerako prestakuntza txertatzen duten erakunde publikoen kopurua handitzea. GO5.2 Jarduera politiko eta teknikora egokitutako berdintasunerako prestakuntza-ibilbideak diseinatzen dituzten erakunde publikoen kopurua handitzea. GO5.3 Berdintasunera berariaz bideratzen ez diren baina genero-ikuspegia txertatzen duten prestakuntza-jarduketan ehunekoa handitzea.
III. PROGRAMA: GENERO- IKUSPEGIA LAN-	GO.6 Estatistika eta azterlanetan genero-ikuspegia txertatzea.	GO6.1 Azterlan eta estatistiketan sexu-aldagaia zeharka sartzen duten EAEko erakunde publikoen kopurua handitzea. GO6.2 Informazioaren analisisian eta ustiaketan sexu-aldagaia erabiltzen duten EAEko erakunde publikoen kopurua handitzea.

¹ Erakunde guztien eskumenekoak diren helburuak nabarmentzen dira, baita Ekonomiaren Garapen eta Azpiegitura Sailaren eskumen espezifikoak diren helburuak ere. Berdez azpimarratuta daude legegintzaldirako oinarritzko gaiak direnak.



PROZEDURETA N.		GO6.3 Emakumearen egoerari buruz eta/edo berdintasunaren arloan ikuspegi interseksionala duten berriazko azterlanen kopurua handitzea.
	GO.7 Enplegu publikora sartu eta bertan mailaz igotzeko hautaketa-prozesuetan berdintasunarekin lotutako edukia txertatzea.	GO7.1 EAEko berdintasuneko teknikariak hautatzeko prozesuak, berdintasun-arloko berriazko prestakuntza eskatzen dutenak: ehunekoak handitzea. GO7.2 Emakumeen ordezkaritza txikia denean berdinketa hausteko emakumeen aldeko klausula bat duten enplegu publikoak lortzeko, hornitzeko eta sustatzeko hautaketa-prozesuen ehunekoak handitzea. GO7.3 Beren gai-zerrendan berdintasunari buruzko edukia dituzten enplegu publikoak lortzeko eta sustatzeko hautaketa-prozesuen ehunekoak handitzea.
	GO.8 Komunikazioan berdintasuna txertatzea.	GO8.1 Hizkera ez-sexista erabiltzen duten EAEko aldiakari ofizialetan argitaratutako dokumentuen ehunekoak handitzea. GO8.2 EAEko erakunde publikoen webguneetan, hizkuntzaren eta gainerako komunikazio-elementuen erabilera ez-sexista egiten duten edukien kopurua handitzea. GO8.3 EAEko erakunde publikoek erabiltzen eta berdintasunaren arloko lorpenak agerian jartzen dituzten komunikazio-euskarrien erabilera handitzea (memoriak, webguneak...) GO8.4 Erakunde publikoek onartutako berdintasunaren arloko oinarriko dokumentuak guztientzako eskuragarri jartzea.
	GO.9 Araudian berdintasunaren printzipioa txertatzea.	GO9.1 Generoaren arabera eraginaren ebaluazioak egiten dituzten foru- eta toki-administrazioen kopurua handitzea. GO9.2 Generoaren arabera eraginari buruzko alde aurreko ebaluazioa duten arauen ehunekoak handitzea. GO9.3 Berdintasuna sustatzeko neurriak dituzten arauen ehunekoak handitzea.
	GO. 10 Aurrekontuetan genero-ikuspegia txertatzea.	GO10.1 Aurrekontuak berdintasunean duen eraginaren aurretiko balorazioa egiten duten administrazio publikoaren kopurua handitzea. GO10.2 Genero-ikuspegia aurrekontuetan txertatzen aurrera egiteko jarduketak egiten ari diren administrazio publikoaren kopurua handitzea.
	GO. 11 Genero-ikuspegia sartzea plan sektorial eta zeharkakoetan.	GO11.1 Beren diseinu-, kudeaketa- eta ebaluazio-prozesuetan genero-ikuspegia kontuan hartzen duten plan sektorial eta zeharkakoaren ehunekoak handitzea. GO11.2 Plan sektorial eta zeharkakoaren kopurua handitzea, baldin eta berdintasunerako unitateak egin baditu eta horien jarraipenean parte hartu badu.
	GO.12 Kontratu, dirulaguntza eta hitzarmenetan berdintasunerako klausulak sartzea.	GO12.1 Kontratu eta/edo dirulaguntzetan berdintasunerako klausulak txertatzen dituzten eta betetzen diren ala ez kontrolatzen duten erakunde publikoaren kopurua handitzea. GO12.2 Berdintasunerako klausulak txertatzen dituzten kontratuen ehunekoak handitzea. GO12.3 Berdintasunerako klausulak txertatzen dituzten dirulaguntzen, hitzarmenen eta beken ehunekoak handitzea.
IV. PROGRAMA: KOORDINAZIOA	GO.13 Berdintasunerako koordinazioa eta elkarlana indartzea.	GO13.4 Nazioarteko lankidetzako guneak ugaritzea.



ETA LANKIDETZA.		
V. PROGRAMA: PARTE-HARTZEA ETA ERAGINA.	GO. 14 Emakumeek eta gizonen zuzendaritza-organoean eta/edo organo pluripersonaletan ordezkariak orekatu izan dezaten sustatzea.	<p>GO14.1 Emakumeen eta gizonen ordezkariak orekatu izan diren kide anitzeko zuzendaritza-organoen ehunekoa handitzea.</p> <p>GO14.2 Emakumeen eta gizonen ordezkariak orekatu izan diren epaimahaien edo antzeko organoen ehunekoa handitzea.</p> <p>GO14.3 Emakumeen eta gizonen ordezkariak orekatu izan diren hautaketa-epaimahaien ehunekoa handitzea.</p>
	GO. 15 Kontsultarako eta parte hartzeko guneetan genero-ikuspegia sartzea.	<p>GO15.1 Berdintasunerako herritarren partaidetzako batzorde edo organo bat duten erakunde publikoen kopurua handitzea.</p> <p>GO15.2 Herritarrek parte hartzeko batzordeak eta organoak, beren osieran eta beren funtzio eta helburuen artean berdintasuna txertatzen dutenak, gehitzea.</p> <p>GO15.3 Emakumeek politika publikoetan parte hartzeko batzordeen, organoen, plataformen eta beste modu berri batzuen eragina handitzea.</p>
I. ARDATZA: Emakumeek ahalduzko programak eta helburuak		
1. PROGRAMA: EMAKUMEEN AHALDUNTZE PERTSONALARI ETA KOLEKTIBOARI LAGUNTZA.	1.1 Giza garapen jasangarriko emakumeek eta feminismoak duten zereginaren onarpena sustatzea.	<p>1.1.1 Berdintasunaren arloko gizarte-aurrerapenean emakumeek eta feminismoak egindako ekarpenen agerikotasuna eta onarpena handitzea.</p> <p>1.1.2 Gehien feminizatutako bizitzako eremuen gizarte-balioespena handitzea.</p> <p>1.1.3 Emakumeek eta feminismoak bizitzaren eremu guztietan egiten dituzten lorpenak eta ekarpenak gizarte-komunikabideetan hedatzen laguntzen duten programen eta edukien kopurua handitzea.</p> <p>1.1.4 Emakumeek eta feminismoak gizartean eta historian egindako ekarpenak beren hezkuntza-proiektuen edukietan txertatzen dituzten ikastetxeen kopurua handitzea.</p>
2. PROGRAMA: EMAKUMEEN AHALDUNTZE SOZIAL ETA POLITIKORAKO LAGUNTZA.	2.1. Gizarte- eta herri-mugimenduetatik berdintasuna sustatzea	<p>2.1.1 Emakumeen berdintasuna lortzearen alde lan egiten duten emakume elkartearen kopurua handitzea.</p> <p>2.1.2 Emakumeen eta gizonen arteko berdintasuna lortzea xede duten edo xede hori lortzera bideratutako helburuak beren egitarauetan sartzen dituzten gizarte-erakundearen kopurua handitzea.</p> <p>2.1.3 Munduan emakumeen eta gizonen eskubide-berdintasuna eta, bereziki, emakume errefuxiatuen eta migratuen eskubideak sustatzen dituzten emakume elkartearen eta gizarte-erakundearen kopurua handitzea.</p>
	2.2. Emakumeek gizartean parte har dezaten sustatzea, eremu eta gune guztietan.	<p>2.2.3 Gizarte-, sindikatu-, enpresa- eta politika-erakundeetan parte hartzen duten emakumeen kopurua handitzea.</p> <p>2.2.4 Gizarte- eta politika-arloan parte hartzen duten emakumeen kopurua handitzea, parte hartzeko formula eta/edo gune berrien bidez.</p>
	2.3. Erabaki- eta zuzendaritza-eremuetan emakumeen presentzia eta eragina handitzea	<p>2.3.1 Emakumeen presentzia handitzea ordezkarietako eta/edo ardura politiko publikoko postuetan.</p> <p>2.3.3 Elkarte-mugimenduko, irabazi-asmorik gabeko erakundeetako –kulturaren, kirolaren eta aisialdiaren arlokoak barne–, erakunde politikoetako, sindikatu etako eta enpresa-erakundeetako</p>



		erabaki-postuetan eta -guneetan dauden emakumeen kopurua handitzea.
II. ARDATZA: Eskubideak bermatu ahal izateko ekonomiak eta gizarte-antolamendua eraldatzeko programak eta helburuak		
3. PROGRAMA: AITORTZEA BERDINTASUNA BEHARREZKO BALIOA DELA GIZARTEA ETA EKONOMIA ERALDATZEKO.	3.1. Emakumeen eta gizonen arteko berdintasuna balio sozialtzat aitor dadin laguntzea.	3.1.1 Berdintasuna eta gizarte-aurrerapena lotzen dituzten pertsonen kopurua handitzea. 3.1.2 Emakumeen eta gizonen arteko desberdinkeria gizarte-arazo garrantzitsutzat hartzen duten pertsonen kopurua handitzea. 3.1.3 Emakumei eta gizonei bizitzako hainbat arlotan rol eta estereotipo bereziak esleitzen dizkieten ume, gazte eta helduen kopurua gutxitzea. 3.1.4 Berdintasuna gizarte-balio modura sustatzearekin konpromisoa duten komunikabideen kopurua handitzea. 3.1.5 Gizarte-komunikabideetan neskatoen, mutikoen, gazteen eta helduen presentzia orekatua eta aniztasuneko eta estereotipo sexistarik gabeko irudia sustatzen duten programen eta edukien kopurua handitzea bizitza sozialeko arlo guztietan.
	3.3. Antolaketa- enpresa-kultura berdintasunarekin parekatzea. eta	3.3.1 Kultura eta enpresa-jarduna berdintasunerantz aldatzeko ikuspegia txertatzen duten berdintasun-planak dituzten erakunde publiko, gizarte-eragile, enpresa eta erakunde pribatuaren kopurua handitzea. 3.3.2 Genero-ikuspegia duten kudeaketa aurreratuko sistemak txertatzen dituzten erakunde publiko, gizarte-eragile, enpresa eta erakunde pribatuaren kopurua handitzea. 3.3.3 Berdintasunera bideratutako aldaketarako gogoeta- eta eragin-guneetan parte hartzen duten erakundearen eta enpresen kopurua handitzea.
4. PROGRAMA: EMAKUMEEN AUTONOMIA EKONOMIKOA.	4.1. Lan gehiago eta hobeak sortzea. eta	4.1.1 Emakumeen jarduera- eta okupazio-tasa handitzea, kalitatezko lanpostuetan parte hartuz. 4.1.2 Enplegua eta autoenplegua sustatzen duten emakumeen kopurua handitzea. 4.1.3 Emakumeek sustatutako enpresa-proiektu finkatu, lehiakor eta/edo nazioartekoaren kopurua handitzea. 4.1.6 Prekaritate-baldintza berezietan gauzatzen diren lan feminizatuen lan-baldintzak eta gizarte-estaldura hobetzea; besteak beste, zainketako lan ordainduetan eta lehenengo sektorean egiten direnetan. 4.1.7 Generoen arteko desoreka murriztea emakumeek eta gizonen lan ordaindurako eta prestakuntzarako ematen duten denboran, osoko lan-zama handitu gabe. 4.1.8 Emakumeen eta gizonen batez besteko urteko soldata gordinen arteko aldea txikitzea, batez ere alde handiena duten sektoreetan. 4.1.10 Lantokietan sustapen profesionala izaten duten emakumeen ehunekoa handitzea, jakinarazitako prozesu gardenen bidez.
5. PROGRAMA: ZAINKETEN	5.1. Sozialki onartzea zainketa-lanak ezinbesteko baldintza	5.1.1 Zainketa-lanak naturalki emakumeen ardura direla ukatzen duten eta horiek gizarte-premia bat direla eta horiek hornitzeko gizonak, erakundeak, enpresak eta erakunde publikoak eta gizarte



EKONOMIA FEMINISTA.	direla bizitzaren jasangarritasunerako.	<p>zibila inplikatzeko beharrezkoa dela ulertzen duten gazteen eta helduen kopurua handitzea.</p> <p>5.1.2 Eredu maskulino tradizionala zalantzan jartzen duten eta berdintasunarekin koherenteak diren eta zainketa-lanekiko konpromisoa duten jarrera eta portaerak dituzten gizon gazte eta helduen kopurua handitzea.</p> <p>5.1.3 Gaur egun zainketarako dagoen arreta-eredua hazten ari den zainketen askotariko eskarira egokitzen den aztertzea, erantzuna hobetzeko xedez, erantzunkidetasuneko eta zainketa-lanen onarpen sozial eta ekonomikoko ikuspegi batetik.</p> <p>5.1.4 Eztabaida publikoa sustatzea, zertarako eta, gaur egungo eredu ekonomikoaren bidez, bizitzaren jasangarritasunean oinarritutako garapen-eredu bat bultzatzeko.</p>
	5.3. Zainketen antolakuntza sozial berri bat babestea, horien gaineko ardurak birbanatzeko.	<p>5.3.1 Generoen arteko desoreka murriztea emakumeek eta gizonen ordaindu gabeko zainketa-lanetan ematen duten denboran.</p> <p>5.3.2 Haur eta gazteek zainketa-lanak egiten ematen duten denbora handitzea, mutilei arreta berezia jarritz.</p> <p>5.3.3 Bateratze erantzunkideko neurriei heltzen dieten gizonen kopurua handitzea.</p> <p>5.3.4 Bateratze-neurriei heltzeko gizonen eta emakumeen hautematen duten zailtasun-maila murriztea.</p> <p>5.3.5 Amatasuneko eta aitatasuneko baimenak parekatzeko aukera sustatzea, berdina eta besterenezinak izan daitezten.</p> <p>5.3.6 Sektore pribatuko enpresen zainketako erantzunkidetasuna handitzea.</p> <p>5.3.7 Administrazio eta enpresa publikoek hartutako bateratze erantzunkideko neurrien kopurua handitzea.</p> <p>5.3.9 Herritarrei zuzendutako zerbitzu publikoen ordutegi-malgutasuna handitzea.</p> <p>5.3.10 Bateratze erantzunkidea eta pertsonen autonomia erraztuko duten hirigintza-plangintzako eta etxebizitzaren, gune publikoen eta garraio bide jasangarrien diseinuko irizpideak aplikatzea.</p>

III. ARDATZA: Emakumeen aurkako indarkeriarik gabeko bizitzak lortzeko Programak eta Helburuak

6. PROGRAMA: SENTSIBILIZAZIOA ETA PREBENTZIOA.	6.1. Indarkeria estrukturala eta kulturala murriztea.	<p>6.1.1 Emakumeen eta gizonen berdintasunaren aldeko konpromisoa hartzen duten eta berorren defentsa sustatzen duten pertsonak gero eta gehiago izatea, batik bat adingabeen arduratzen direnak, edo adingabeentzako eredu direnak.</p> <p>6.1.2 Irudi eta eduki mediatikoak kentzea baldin eta adierazten badute pertsonak maila handiagokoak edo txikiagokoak direla sexuaren arabera, edota pertsonak sexu-objektu huts gisa aurkezten badituzte edota emakumeen aurkako indarkeria justifikatzen, hutsaltzen edota bultzatzen badute, berriro ere biktimitza ez daitezten hedabideetan agertuta.</p> <p>6.1.3 Emakumeen kontrako indarkeriaren informazio-trataera hobetzea, genero-desberdintasuna indarkeria sortzen duen elementu gisa ikus eta aurkez dadin, eta emakumeak borrokaren eragile aktibo gisa.</p> <p>6.1.4 Desberdinkeraren eta emakumeen aurkako indarkeriaren arteko harremana agerrarazten duten programa eta jardueretan parte</p>
------------------------------------------------	-------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------



		<p>hartzten duten pertsonen kopurua handitzea –batik bat mutil eta gizonena–, baita prebenitzen laguntzen dutenena eta indarkeriarik gabeko gatazken konponbidea sustatzen dutenena ere.</p> <p>6.1.5 Emakumeen aurkako indarkeria motei eta horiek desberdinkeriarekin duten harremanari buruzko gizarte-pertzepzioa areagotzea, batik bat indarkeriaren modu zorrotz eta ezkutukoenei buruzkoa.</p>
<p>7. PROGRAMA: KALTEA HAUTEMATEA, ARRETA EMATEA ETA KONPONTZEA</p>	<p>7.2. Emakumeen aurkako indarkeriaren biktimei arreta integrala bermatzea, ahalduntzearen ikuspegitik, esku-hartze horretan nazioarteko estandarrekin bat eginez.</p>	<p>7.2.3 Beren lantokian sexu-jazarpenaren eta sexuagatiko jazarpenaren aurkako prebentzio- eta laguntza-protokoloen estaldura duten pertsonen kopurua areagotzea.</p>



3

SAILAREN ESTRATEGIKOA

PLANGINTZA

3.1. DIAGNOSTIKOAREN DATU GARRANTZITSUAK

3.1.1. GOBERNU ONA

Turismo, Merkataritza eta Kontsumo Sailak gobernu onerako duen konpromiso-mailaren diagnostikoa egiteko orduan, honako auzi hauek aztertu dira programa bakoitzerako (VII. Planean eta haren adierazleetan gobernu onerako aurreikusitako neurriekin korrelatiboak):

I. PROGRAMA: KONPROMISO POLITIKOA

Turismo, Merkataritza eta Kontsumo Sailaren konpromiso politikoaren egungo mailaren diagnostikoa egin da, eta honako gai hauek aztertu dira:

Alderdi garrantzitsuak

- ▶ Berdintasunerako Administrazio Unitateari dagokion kostua, 2021. urtean, 46.157,37 eurokoa izan da.
- ▶ 2022. urterako, Berdintasunerako Administrazio Unitaterako aurreikusitako aurrekontuaz gain, 5.000 euroko aurrekontua esleitu zaio BAUri, sailaren zeharkako jarduketak gauzatzeko. Gobernu ona lortzeko berdintasunaren aldeko neurrietara bideratutako aurrekontu hori urtero handituko da, legegintzaldi hau amaitu arte. Era berean, prestakuntza-ekintzetarako esleitutako aurrekontuan, 1.300 euroko zenbatekoa esleitu da berdintasunari buruzko ikastaro espezifikoetarako, sailaren jarduketa-eremuekin lotura duten ikastaroetarako, alegia.



- ▶ Era berean, aurrekontu bat emango zaie saileko zuzendaritzari, berdintasunarekin lotutako ekintza espezifikokoak gara ditzaten. Nabarmendu behar da 2022. urterako 30.000 euroko aurrekontua esleitu zaiola Turismo eta Ostalaritza Zuzendaritzari, berdintasun-programa bat egiteko enpresa turistikoetan.
- ▶ Berdintasunaren arloan, Sailak egin duen plangintzari dagokionez, plan hau da, legegintzako II. plana, orain arte onartu dena (Saila 2017ko apirilean sortu zen).
- ▶ Azkenik, berdintasunerako administrazio-unitateak sortu eta indartzeari dagokionez, nabarmendu behar da Kontsumobidek, organismo autonomo den heinean, eta Basquetourrek, sozietate publiko den heinean (Sailari atxikita daude biak), oraindik ez badaukate ere berdintasunaren alorreko unitaterik eta/edo langile tekniko propio eta aditurik, Berdintasun Saileko Talde Teknikoan parte hartu dutela eta BAUekin batera lan egin dutela dokumentu honetatik eratorritako urteko plan propioak zehaztu eta garatzeko.

II. PROGRAMA: BERDINTASUNERAKO TREBAKUNTZA.

Alderdi garrantzitsuak

- ▶ Turismo, Merkataritza eta Kontsumo Saileko langileek berdintasunaren arloan duten prestakuntza-mailen diagnostikoa egin da, eta honako gai hauek aztertu dira:

Saila 2017ko apirilean sortu zenetik, nabarmen hazi da IVAPek berdintasunarekin lotuta antolatutako ikastaroetan parte hartzen duten teknikarien kopurua.

Berdintasunari buruzko ikastaroei dagokienez, 2022. urtean kontratu, dirulaguntza eta hitzarmen publikoetan dauden klausulei buruzko ikastaro bat antolatu da Saileko langileentzat. Ikastaro horretan, 18 emakumek eta 2 gizonek hartu dute parte.

Legegintzaldi honetako erronketako bat da Saileko langile guzti-guztiek izatea berdintasunaren arloko prestakuntza. Hori lortzeko, ikastaroetan parte hartzea sustatuko da.

III. PROGRAMA: GENERO-IKUSPEGIA LAN-PROZEDURETAN.



Turismo, Merkataritza eta Kontsumo Sailaren lan-prozeduretan genero-ikuspegia txertatuta ote dagoen aztertzeko diagnostikoa egin da, eta honako gai hauek aztertu dira:

Alderdi garrantzitsuak

- ▶ Estatistiketan eta azterlanetan genero-ikuspegia txertatzeari dagokionez, nabarmendu behar da Turismo, Merkataritza eta Kontsumo Sailaren 4 estatistika ofizialetatik 2k nolabait ustiatzen eta interpretatzen dutela sexuaren arabera banakatutako informazioa (taula batzuetan bakarrik); Turismo, Merkataritza eta Kontsumo Sailaren 4 estatistika ez-ofizialetatik 1ek, berriz, informazioa sexuaren arabera banakatuta ustiatzen eta interpretatzen du, eta beste 2k aurreikusten dute 2022ko lehen hiruhilekorako datuak, turismoaren eta merkataritzaren sektoreetako enpleguari buruzkoak, sexuaren arabera ustiatzeko.
- ▶ Enplegu publikora sartu eta bertan mailaz igotzeko hautaketa-prozesuetan berdintasunarekin lotutako edukiak txertatzeari dagokionez, nabarmendu behar da Gobernantza Publiko eta Autogobernu Sailaren Funtzio Publikoak duela, Eusko Jaurlaritzaren barruan, enplegu publikoa eskuratzeko hautaketa-prozesuen eskumena. Turismo, Merkataritza eta Kontsumo Sailaren ardura barne-promozioko kasuetara bakarrik mugatzen da, baita zerbitzu-eginkizunak eta izendapen askeko postuak hornitzera ere.
- ▶ Berdintasuna komunikazioan txertatzeari dagokionez, nabarmendu behar da lan egin dela EAEko dokumentu ofizialetan, Sailaren webgunean eta beste komunikazio-euskarri batzuetan, hizkuntza eta gainerako komunikazio-elementu guztiak sexistak izan ez daitezen.
- ▶ Berdintasun-printzipioa XII. legegintzaldian sartzeari dagokionez, Sailean egindako araudiaren inguruan genero-eraginari buruzko lau txosten egin dira, eta adierazi da txosten horietako hiritan araua neutroa dela emakumeen eta gizonen berdintasunari dagokionez.



► Sailaren aurrekontuetan genero-ikuspegia txertatzeari dagokionez, berriz, nabarmendu behar da 2017az geroztik, Sailaren aurrekontu-programetatik 4tan egin dela generoaren arabera eraginaren alde aurreko balioespenaren analisia. Azken ekitaldian balioztatu da aurrekontu-programa horietatik hiru egokitasunaren arabera azter daitezkeela; bi programa garrantzi handikotzat hartu dira, eta bat garrantzi ertainekotzat.

Kontsumobideren kasuan, azken ekitaldian balioetsi da aurrekontu-programa egokitasunaren arabera azter daitezkeela eta, gainera, garrantzi ertainekoa dela.

► Sailaren zeharkako plan sektorialetan genero-ikuspegia txertatzeari dagokionez, adierazi behar da legegintzaldi honetan honako plan hauek onartzea aurreikusten dela:

- ⇒ «2030 Turismo Jasangarrirako Euskal Estrategia» (2022. urtean zehar onartzea espero da)
- ⇒ 2030 Euskal Merkataritzaren Estrategia
- ⇒ 2021-2025 Euskal Merkataritzaren Plana (lantze-prozesuan)
- ⇒ Turismo, Merkataritza eta Kontsumo Sailaren Dirulaguntzen Plan Estrategikoa
- ⇒ Kontsumobideren Plan Estrategikoa (lantze-prozesuan)

► Sailak legegintzaldi honetarako dituen erronketako bat izango da genero-ikuspegia txertatzea onartuko diren plan sektorial eta zeharkako plan berrietan, berdintasun-diagnostikoa txertatuta, BAUrekin batera parte hartuta eta ebaluazioan genero-adierazleak sartuta.

► Kontratu, dirulaguntza eta hitzarmenetan berdintasunerako klausulak sartzeari dagokionez, nabarmendu behar da aurreko legegintzaldian zehar berdintasun-klausulak sartu direla kontratuen % 88,23an, hitzarmenen % 62,5ean eta dirulaguntzen % 47,91n. Kontratuen kasuan, klausulak kontratuak egiteko baldintza berezien barnean sartu dira.



IV. PROGRAMA: KOORDINAZIOA ETA LANKIDETZA.

Turismo, Merkataritza eta Kontsumo Sailaren koordinazio- eta lankidetzaren prozesuen diagnostikoa egin da, eta berdintasun-politikak ezartzeko honako gai hauek aztertu dira:

Alderdi garrantzitsuak

- ▶ Berdintasunerako koordinazioa eta lankidetzaren indartzeari dagokionez, nabarmendu behar da Berdintasunerako Saileko Talde Teknikoa (STT) XI. legegintzaldiaren hasieran sortu zela (2017). STT zuzendaritza bakoitzeko (Turismo Zuzendaritza eta Merkataritza Zuzendaritza) ordezkari batek, Kontsumobideko ordezkari batek, Basquetourreko beste ordezkari batek eta Saileko berdintasunaren alorreko teknikari batek osatzen dute. Talde hori berriro egin zen XII. legegintzaldian zehar.

V. PROGRAMA: PARTE-HARTZEA ETA ERAGINA.

Turismo, Merkataritza eta Kontsumo Sailaren partaidetza-espazioetan emakumeek eta gizonek parte hartzeko eta eragina izateko prozesuei buruzko diagnostikoa egin da, eta honako gai hauek aztertu dira:

Alderdi garrantzitsuak

- ▶ Partaidetza- eta kontsulta-espazioetan genero-ikuspegia txertatzeari dagokionez, aipatu behar da, XI. legegintzaldian zehar, 6 epaimahai deitu zirela, eta haietatik 4tan sexuen arabera ordezkariak izan zela.
- ▶ Aurrerantzean ere, epaimahaietan edo organoetan, ordezkariak izateko klausulak txertatzen jarraitzea aurreikusi da, eta abiarazten diren kide anitzeko organoetan nahiz zuzendaritza-organo pluripertsonaletan ordezkariak izateko egon dadin ahaleginduko dira.



3.1.2. BERDINTASUNAREN ALORREAN ESKU HARTZEKO ARDATZAK

MERKATARITZAREN AZPIEREMUA²

ALDERDI GARRANTZITSUAK

- » EAEko txikizkako merkataritzan, enplegatutako hamar pertsonatik sei emakumeak dira. Aurreko Barometroei dagokienez, sektoreko enpleguaren feminizazioa egonkor mantendu da 2019ko datuari dagokionez; urte horretan, gizonezkoen enplegu-tasak bigarren gutxienekoa lortu zuen 2010. urteaz geroztik.
- » «Dendako arduradunaren» figura badago, ikusten da oreka handiagoa dela generoari dagokionez. Txikizkako merkataritzaren sektoreko erantzukizun-postuen % 42,3 gizonek betetzen dituzte eta % 49,2k emakumeek.
- » EAEko merkataritzaren sektoreko enpleguan emakumeen presentzia handiagoa izatea jardueraren espezialitatearekin lotuta dago; izan ere, hainbat azpisektoretan (Moda edo Osasuna eta Edergintza) langile gehienak emakumeak dira, hamar enplegatutatik zortzi emakumeak baitira.³
- » 2009ko krisialdiak merkataritzaren sektoreko soldatak murriztu egin zituen, bereziki emakumeenak; krisialdiaren aurretik ere gizonek baino soldata txikiagoa zuten. Horren ondorioz, generoarekin lotutako soldata-arrakala handitu egin zen hileko soldatan, 2008an % 20koa izatetik 2016an % 27koa izatera igaro baitzen –2016an EAE osoan zegoen soldata-arrakala baino portzentajezko 3 puntu gehiago–. Hileko soldata gordina murriztu egin da gizonen eta emakumeen kasuan, baina gizonen kasuan, jaitsiera hori lan egindako orduak jaitsi egin direlako bakarrik gertatu da. Aitzitik, emakumeen kasuan, hileko soldatan izandako jaitsiera lan egindako orduak murriztu direlako gertatu da, baina baita ordu bakoitzeko soldata jaitsi delako ere.

³ Txikizkako euskal merkataritzaren barometroa (2020ko apirila). Webgune honetatik jasoa: Enfokamer Euskadiko Merkataritzaren Behatokia.
https://www.euskadi.eus/contenidos/documentacion/obs_mer_estinf_barometro2020/es_def/adjuntos/informe_minorista_completo_2020.pdf

⁴ De la Rica, S.; Gorjón, L. eta Galean, Ander (2019). *Panorámica laboral sobre el sector turístico en Euskadi*. Iseak.



» Merkataritzaren sektorean lan egiten duen pertsona baten profil nagusia goi-mailako ikasketak dituen 30 urteko emakumea da ⁴

» Merkataritzan lan egiten duten emakumeek (sektoreko soldatiko enplegu guztiaren % 57) 17.741€ irabazten dituzte urtean, batez beste (urtebete lehenago 17.378€ irabazten zituzten); horrek esan nahi du estatuko batezbestekoa kontuan hartzen bada, % 16 gutxiago irabazten dutela (urtebete lehenago % 13 gutxiago); hau da, merkataritzan lan egiten duten emakumeek gizonen baino 6.536€ gutxiago irabazten dituzte (urtebete lehenago 6.452€ gutxiago irabazten zituzten), eta generoarekin lotutako soldata-arrakala % 26,92 da (-% 27,08 urtebete lehenago).⁵

» Jarduera ekintzaileari dagokionez, ikusten da emakumeen Jarduera Ekintzailearen Indizea (EJI), % 4,6, gizonen JEI indizera, hots, % 5,6era hurbiltzen ari dela pixkanaka, baina emakumeen indizea bigarrenaren azpitik dago oraindik ere. Hau da, gizonen jarduera ekintzailea emakumeena baino zertxobait handiagoa da, nahiz eta aldea murriztuz joan den urteetan zehar.

» Prozesu ekintzaileei buruzko datuak, eta adierazi du jardunean 42 hilabete baino gutxiago lanean diharduten enpresak dituzten ekintzaileen artean, % 47,6 emakumeak direla, finkatuen artean % 51,9 emakumeak direla, eta, azkenik, potentzialen artean, % 48,3 emakumeak direla.⁶

» Ekintzaile izateko garaian emakumeek aurkitzen duten eragozpen nagusietako bat kanpoko finantzaketa bilatzea (eta lortzea) izaten da. Izan ere, adierazten da kanpoko inbertsioaren % 75 baino gehiago beren baliabideekin finantzatzen dutela. Gizonen abian jarritako negozioak sektore konplexuago eta lehiakorragoetan sortu ohi dira, eta negozio horiek finantzaketa-premia handiagoak izaten dituzte. Sektore horiek, askotan, hazteko aukera handiagoak izaten dituzte, eta kreditu-erakundeek modu positiboan balioesten dute hori. Emakumeek, bestalde, osasunarekin, hezkuntzarekin, zerbitzu pertsonalekin eta abarrekin lotutako eremuetan sortzen dituzte negozioak.

⁵CCOO *Se mueve contra la brecha* (2021eko otsaila). CCOO Servicios webgunetik jasoa: <https://www.ccoo-servicios.es/archivos/Informe-brecha-salarial-2021.pdf>

⁶Global Entrepreneurship Monitor Informe GEM España (2020-2021) GEN España Sarearen webgunetik jasoa: https://gemspain-my.sharepoint.com/personal/comunicacion_gem-spain_com/_layouts/15/onedrive.aspx?id=%2Fpersonal%2Fcomunicacion%5Fgem%2Dspain%5Fcom%2FDocuments%2FINFORMES%2FREGIONALES%2Fpa%20Vasco%2FInforme%2DGEN%2DEuskadi%2D2020%2D2021%2Epdf&parent=%2Fpersonal%2Fcomunicacion%5Fgem%2Dspain%5Fcom%2FDocuments%2FINFORMES%2FREGIONALES%2Fpa%20Vasco



Finantza-zerbitzuetako hornitzaileek sektore horiek hazteko aukera txikia duten eta balio erantsi txikia duten sektoretzat hartzen dituzte askotan.⁷

» AED Emakumezko Enpresarien Elkarteak merkataritzaren eremuko emakumezko enpresaburuak elkartzen ditu. Elkarte horren behatokiak adierazten duenez, emakumezko enpresaburu horiek erabiltzen dituzten finantza-iturrien artean baliabide propioak eta finantza-erakundeak nabarmentzen dira. Gainera, adierazten dute emakume horietako oso gutxi erabiltzen dituztela laguntzak eta dirulaguntzak beren negozioak sortzeko hasierako fasean, ez baitakite horrelakorik dagoenik.⁸

TURISMOAREN ETA OSTALARITZAREN AZPIEREMUA

ALDERDI GARRANTZITSUAK

EAE bisitatzen duten emakumeen batez besteko adina gizonena baino zertxobait txikiagoa da (48 eta 50 urte, hurrenez hurren). EAE bisitatzen duten emakumeen % 35ek 40 urte baino gutxiago dituzte; proportzio hori, aldiz, % 28koa da gizonen kasuan. Kontrako aldean, senior turismoa (50 urtekoa eta gehiagokoa) gizonen % 49 eta emakumeen % 45 da.

Jarduerari dagokionez, emakumeen % 8k etxeko lanetan dihardute, baina gizonetatik bat ere ez ia (% 0,1). Egoera hori dela-eta turista landunen proportzioa askoz ere txikiagoa da emakumeen kasuan (% 64) gizonen kasuan baino (% 71).

EAEra bidaiia egiten duten emakumeen ia erdiek taldean egiten dute, helduez bakarrik osatutako taldeak nagusitzen dira. Gizonek gehien hautatzen duten aukera bikotean bidaiatzea da (% 52).

⁷ *Mujeres con impacto. Ecosistema de mujeres emprendedoras sociales en España*. (2021eko urria) ASADEn webgunetik jaso: <https://www.esade.edu/esocialhub/centro-de-conocimiento/recursos/mujeres-con-impacto>

⁸ *Emakumezko Enpresari eta Zuzendarien Elkartearen Behatokia* (2016) Bizkaiko Emakumezko Enpresari eta Zuzendarien Elkartearen webgunetik jaso: <http://www.aedbiz.org/files/observatorio-aed.pdf>



» Bidaiaren helmuga zein izango den erabakitzeko garaian nahiz bidaia antolatzeko informazioa bilatzeko garaian, gizonen eta emakumeen informazio-iturri nagusiak hurbileko pertsonak eta Internet dira. Hala ere, emakumeek badute nolabaiteko joera turismoari buruzko artikuluen edo erreportajeen bidez informatzeko.

Emakumeek (% 89) gizonek baino gehiago (% 82) erreserbatzen dute alde aurretik zerbitzu motaren bat EAera etortzeko. Gehienetan, gizonek nahiz emakumeek zerbitzu independenteak erreserbatzen dituzte, baina bidaia osoa pakete turistiko baten bidez erreserbatzen duten emakumeen datua garrantzitsua da: % 14 (gizonak, aldiz, % 9 dira). Bi kasuetan, ohikoagoa izaten da erreserbak erreserba-zentral baten bidez egitea, dela webgunearen bidez, dela aplikazio espezifikoaren bidez, dela ostatuarekin harremanetan jarritz.

» Gizonen eta emakumeen ibilgailua (pribatua edo alokatua) erabiltzen dute garraio nagusi gisa EAera etortzeko, baina ez dute proportzio berean egiten (% 73 eta % 67, hurrenez hurren). Alde hori emakumeen kasuan gertatzen da garraio publikoak erabiltzeko joera handiagoa dutelako (emakumeen % 31; gizonen kasuan, aldiz, % 26).

Behin helmugan daudenean, emakumeek joan-etorriak oinez egiten dituzte, gizonen baino gehiago, eta berriro ere nabarmendu behar da emakumeek gehiago erabiltzen dutela garraio publikoa.

» Ikusten da behin helmugan egonda, emakumeek orientazio turistikoaren premia handiagoa dutela gizonen baino (% 46 eta % 41, hurrenez hurren). Nahiz eta gaua emateko establezimenduak diren lehentasuneko informazio-iturri bi kolektiboentzat, aipatu behar da gizonen zertxobait gutxiago erabiltzen dituztela, baina emakumeek baino gehiago jotzen dutela turismo-bulegoetara.

Emakumeek (% 35), oro har, gizonen baino gehiago erabiltzen dituzte sare sozialak turismo-helburuekin (% 28). Facebook, Instagram eta Twitter dira, ordena horretan, bi taldeek gehien erabiltzen dituztenak, baina ikusten da emakumeek gehiago erabiltzen dutela Instagram eta, gizonen, aldiz, Twitter.

» Emakumeek gizonen baino aktiboagoak dira monumentuak edo ondarea bisitatzeari dagokionez eta kultura eta ohiturak ezagutzearekin lotutako jardueri dagokienez. Bestalde, gizonen joera handiagoa dute jarduera gastronomikoak egiteko, esate baterako, pintxoak jatera joatea otorduetatik kanpo, eta gutxiago egiten badute ere, upategiak eta sagardotegiak bisitatzeko.

Turistek EAEn gehien bisitatu dituzten udalerrien artean, **emakumezko turistek** txango gehiago egiten dituzte Bilbora, Bermeora eta Portugaletera. Gipuzkoako hiriburua da **gizonezko turistek** txangoak egiteko gehien aukeratzen duten norakoa.

» Pertsona bakoitzak egun bakoitzean EAEn ordaindutako gastu guztia kontuan hartzen badugu, 4 euroko aldea besterik ez dago gizonen egiten duten gastuaren (122€) eta emakumeek egiten dutenaren artean



(118€). Kontsumoaren kontzeptu desberdinen artean egindako gastuaren proportzioan ere ia ez dago alderik.

Jardueretan egiten dituzten gastuak, pakete turistikotik kanpo, kontratatuta bazeukaten, oso antzekoa da bi sexuetan (% 67). Hala eta guztiz ere, horrelako gastuak egiten dituzten gizonak batez beste 97 euro gastatzen dituzte, eta emakumeek, 85.

Emakumeen % 48k eta gizonen % 44k gastuak egiten dituzte erosketetan EAEn; pertsona bakoitzeko 49€ eta 46€ gastatzen dituzte, batez beste, hurrenez hurren. Nahiz eta bi taldeek hiru produktu-kategoria nagusiak partekatzen dituzten (ehunak, oinetakoak eta/edo osagarriak, orogarriak eta produktu gastronomikoak), emakumeen ehuneko handiago batek aukeratzen du ehunen kategorian; gizonak, aldiz, produktu gastronomikoen atalean nabarmentzen dira.⁹

» Espainian, ostalaritza-sektorean ikusten da emakumeek duten goi-mailako ikasketen maila ez datorrela bat emakumeek dituzten lanpostuekin, eta zuzendaritza-postuak ez dituztela gizonak betetzen dituzten proportzio berean betetzen.

» Turismoaren arloan emakumeak, ostalaritzan eta sukaldaritzan etxeko lanaren luzapentzat hartzen diren jarduerak egiten dituzte gehien bat.

Lan turistikoen, eta oso bereziki ostalaritzaren azpisektorean egiten diren lanek ezaugarri hauek izaten dituzte: lan-karga estresagarria, lanordu luzeak, lan-ordutegi malguak asteburuetan edo tradizionalki oporraldiak direnean. Jarduera horietan kokatutako postuak gure lan-merkatuko talde ahulenek, hala nola gazteek, etorkinek eta emakumeek bete ohi dituzte, eta horrek handitu egiten du lan-prekaritatea pairatzeko arriskua. Lan horiek lan-merkatuan sartzeko modu bat bezala ikusten dituzte normalean gazteek, eta etorkinen kasuan, bitarteko sektore gisa edo komodin gisa, premia izanez gero. Emakumezko etorkinen kasuan, nolabaiteko geldialdia gerta daiteke lan-segregazioaren eta hobekuntza soziolaborala lortzeko eragozpenen ondorioz. Egoera hori bera bizi izango luke emakumeen kolektibo osoak. Hori bat etorriko litzateke lehen esan dugunarekin, hots, genero-rol tradizionalak daudela oraindik ere; izan ere, emakumeak ostalaritza-jarduerako lan jakin batzuetan kokatuko liriateke, lan-baldintza okerragoak izango

⁹ Ibiltur (132612) Turismo, Merkataritza eta Kontsumo Sailaren Estatistika Ofiziala: https://www.euskadi.eus/contenidos/informacion/tur_estatis_ibiltur_port/es_def/adjuntos/Informe_IBILTURROCIO2019EUSKADI.pdf



lituzkete, eta, azkenean, emakumezkoen ghetto bihurtuko lirateke. Lan horietan, gainera, hiru ezaugarri hauek batera dituzten azpitaldeak sor daitezke: emakumea, gaztea eta etorkina.

» Sektore turistikoaren behin-behinekotasunaren tasa asko igo da 2011tik 2017ra, % 35etik gorakoa baita. 2012an eta 2015ean bi jaitsiera txiki izan badira ere, sektorearen behin-behinekotasunaren tasa ia hiru puntu igo da 2008az geroztik. Tasa hori zerbitzuen sektorearen tasa baino handiagoa da, oro har, denboraldi honetan. Lan-testuinguru horretan, Espainian turismoaren sektorean lan egiten duten emakumeen kopurua jaitsi egin zen 2008tik 2013ra bitarte, baina 2014. urtetik aurrera gora egin zuen. Hala ere, Eurostaten datuei esker (2018c), zehaztu behar da emakumeek turismoaren sektorean duten garrantzia 2012tik 2014ra bitarteko aldiaren zela handiena, garai hartan turismoaren lan-indarraren % 46 baitzen. Urtebete geroago puntu bat jaitsi zen, eta ehuneko horretan jarraitu zuen 2017. urtera arte.

» Emakumezkoen lana lanaldi partzialeko kontratuekin lotzen da normalean, eta Espainiako turismoaren industriak ere horrela jokatu du. Izan ere, emakumeak dira gehienbat mota horretako jardunaldiak dituztenak; izan ere, 2017an, turismoaren sektoreko lanaldi partzialeko lanpostuen % 73 emakumeek betetzen zituzten Espainian. Gainera, mota horretako kontratuen kopurua, aurreko urteko aldi berekoa baino handiagoa da emakumeen kasuan; gizonen kasuan, aldiz, jaitsi egin zen.

» Soldatei buruzko VI. Adecco Urteko Monitoreak nabarmentzen du jarduera-sektore desberdinen artean soldata-arrakala igo egin dela 2012tik 2017ra bitarte. Jarduera-atalen arabera, aztertutako jarduera guztien artean, Ostalaritzak izan du batez besteko soldatarik txikiena, 2017an mila euroak gainditu baitzituen ozta-ozta, nahiz eta azken bost urteetan igoera txiki bat izan.

Espainiako ostalaritzan lan egiten duten emakumezko langileen soldatak sektore horretan lan egiten duten gizonenak baino zertxobait txikiagoak dira 2008tik 2016ra bitarte; alde hori hiru mila eta berrehun eurotik gorakoa da Soldata Egituraren Urteko Inkestan eskuragarri dagoen azken urtean. Soldaten joera orokorra, aipatutako denboraldian, onuragarriagoa izan da emakumezko langileentzat gizonezko lankideentzat baino, emakumezkoen soldatak portzentajezko 1,6 puntu igo baitira. Hala eta guztiz ere, azterketan agertzen diren azken bi urteetan, hots, 2015ean eta 2016an, soldata-igoera handiagoa da gizonezkoentzat, eta bi sexuen arteko aldea etengabe igo da 2013az geroztik.

» Sektore turistikoa tradizionalki emakumeek betetzen duten enplegu-hobia izan bada ere, eta sektorean zuen garrantzia krisi ekonomikoan areagotu den arren, egia da nolabaiteko atzerakada ikusten dela susperraldi-urteetan.



Horrek garrantzi berezia hartzen du COVID-19ak eragindako krisi sanitarioak turismoaren arloko lan-indarrean, oro har, eta turismoaren arloko lan-kolektiboetan, bereziki, izan ditzakeen ondorioak kontuan hartzen baditugu.¹⁰

KONTSUMOAREN AZPIEREMUA

ALDERDI GARRANTZITSUAK

» Genero-arrakala dago etheen kontsumoan. Zehazki, familiaburua emakumea denean etxeek urtean 452 euro gehiago gastatzen dituzte oinarrizko ondasun eta zerbitzuetan familiaburua gizona denean baino. Alde hori handiagoa da errenta-maila txikienetan (batez bestekoaren azpitik, 25.200 euro urtean). Hau da, etheen buru emakumeak direnean, hain funtsezkoak eta garrantzitsuak ez diren beste gastu-partida batzuk murriztu egiten dituzte, eta oinarrizkoagoak diren ondasun eta zerbitzuen kontsumoari ematen diote lehentasuna.

» Elikagaietan egindako gastua da etheen kontsumoan garrantzi handiena duen partida, eta gastu hori da, hain zuzen ere, alde handienak dituena genero-arrazoiengatik; izan ere, gastu hori 183 euro handiagoa da emakumeak buru diren etxeetan. Bigarren lekuan jantzietan eta oinetakoetan egindako gastua dago, 170 euroko aldea baitago urtean; izan ere, gastu hori ere handiagoa da emakumeak buru diren etxeetan. Hirugarren eta laugarren postuetan zerbitzuen kontsumoa (151 euro gehiago emakumeak buru diren etxeetan) eta higiene pertsonaleko ondasunen kontsumoa (101 euro gehiago emakumeak buru diren etxeetan) daude.

» Omnikanaltasuna gailentzen ari da kontsumo-ohituretan. Generoa kontuan hartuta, badirudi emakumeak gizonak baino omnikanalagoak direla. Emakumeak dira etxeko erosketa egitera joaten direnak edozein egunetan eta, era berean, online kanala gizonak baino gehiago erabiltzen dute oinarrizko ondasunen eta zerbitzuen eremuan. 2018. urtean, lehen aldiz, online erosle gehienak emakumeak izan ziren (% 52; gizonak, aldiz, % 48 izan ziren).

» Emakumeek egiten dituzten joan-etorriak konplexuagoak dira; izan ere, garraio bide modu gehiago konbinatzen dituzte joan-etorri txikiagoak egiteko; gainera, joan-etorriak kargatuta (erosketekin, adibidez) eta norbaiti lagun eginez (oro har, aurreko edo ondoko ahaideak) egiten dituzte. Etxerako ondasunak eta

¹⁰Martínez-Gayo G. eta Martínez Quintana V. (2020ko urria-abendua). Precariedad laboral en el turismo español bajo la perspectiva de género. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 18, 4. zk. Hemendik jasoa: <https://ojsull.webs.ull.es/index.php/Revista/article/view/1881>



zerbitzuak erostera joatea da emakumeek lanegun batean sarrien egiten duten bigarren joan-etorria (hirugarrena gizonen kasuan).

» Emakumeek gehiago baloratzen dute produktuen eta zerbitzuen prezioa erosteko ezaugarri erabakitzailerako bat bezala eta gizonek, aldiz, garrantzi handiagoa ematen diote denbora aurrezteari. Horregatik, erosketa bakoitzean egindako batez besteko gastua txikiagoa da emakumeen kasuan gizonen kasuan baino.

» Etxeko erosketaz emakumeak arduratzeko aukera gizonek ardura hori hartzeko aukera baino 5 aldiz handiagoa da. Arropari eta oinetakoei dagokienez, emakumeek gizonen produktua erosten dituzte, dela bikotekidearentzat, dela aitentzat edo semeentzat. Beraz, emakumeak dira etxeko finantzen kudeatzaileak eta etxeko beste kideentzat erosi ohi dute, gizonen baino askoz gehiago.

» Ingurumenari dagokionez, emakumeen kezka handiagoa da eta gizonen baino portaera jasangarriagoak dituzte. Izan ere, emakumeen artean ohikoagoa da tokiko produktuak erostea tokiko merkataritza sustatzeko eta ingurumen-kutsadurarik ez sortzeko asmoz. Emakumeen % 49,2k dute portaera hori produktuaren marka aukeratzeko garaian; aitzitik, zifra hori % 39,0ra jaisten da gizonen kasuan. Portaera hori bat dator MPAC Partaidetza Mahaian (2019) azaldutakoarekin: emakumeek saltoki txikietan, denda espezializatuetan eta udal-azoketan erosten dituzte produktu galkorrak; gizonen, aldiz, nahiago dituzte supermerkatuak eta hipermerkatuak.

» Emakumeak nabarmentzen dira gizonen baino gehiago hartzen dutelako kontuan garraio-prozesuan eragindako kutsadura, 12,8 puntuko aldea baitago gizonekin alderatuta.

» MPACren txostenaren arabera (2019), emakumeen % 4k bakarrik ez du ingurumen-kutsadura murrizteko neurri bat sartzen bere kontsumo-ohituretan; zifra hori, ordea, % 10eraino igotzen da gizonen kasuan.

» Emakumeek gizonen baino gehiago gauzatzen dute ekonomia zirkularraren eredia (murriztea, berrerabiltzea, birziklatzea); izan ere, MPACk 2019an egindako inkestaren arabera, portzentajezko 6 puntuko aldea dago ekintza hauei dagokienez: plastikozko poltsak berrerabiltzea (emakumeen % 78; gizonen kasuan, aldiz, % 72) eta plastikozko poltsak erabili ordez poltsa berrerabilgarriak erabiltzea (emakumeen % 69; gizonen kasuan, aldiz, % 63); eta portzentajezko 5 puntuko aldea hondakinak bereizteari dagokionez (emakumeen % 84; gizonen kasuan, aldiz, % 79).¹¹

¹¹ *Coste de oportunidad de la brecha de género en el consumo*. Resumen ejecutivo (2020) Closingap webgunetik jaso: <https://closingap.com/wp-content/uploads/2020/11/Resumen-ejecutivo-consumo-y-mujer.pdf>



3.2. HELBURU ESTRATEGIKOAK

BERDINTASUNAREN ARLOAN ESKU HARTZEA

TURISMO, MERKATARITZA ETA KONTSUMO SAILAREN HELBURU ESTRATEGIKOAK	Arduraduna	Kronograma		GOBERNU- PROGRAMAREKIKO KORRESPONDENTZIA				VII. PLANAREKIKO KORRESPONDENTZIA													
								GOBERNU ONA		1. ARDA TZA		2. ARDAT ZA		3. ARDATZA							
		2022	2023	2024	1.	2.	3.	4.	1.I	2.I	3.I	4.I	5.I	1.L	2.L	3.I	4.L	5.L	6.L	7.I	8.L
LEHENTASUNA DUTENAK	Zuzendaritza guztiak																				
	Sailari atxikitako organismo autonomoak eta erakunde publikoak	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	13			<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	1. (GO.2) Berdintasun-politikak garatzeko aurrekontuak gehitzea.																				



<p>► 2. (GO.4) Berdintasunerako administrazio-unitateak eta organoak indartzea.</p>	Zuzendaritza guztiak																			
	Sailari atxikitako organismo autonomoak eta erakunde publikoak	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	13			<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Zuzendaritza guztiak																			
	Sailari atxikitako organismo autonomoak eta erakunde publikoak	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	13			<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

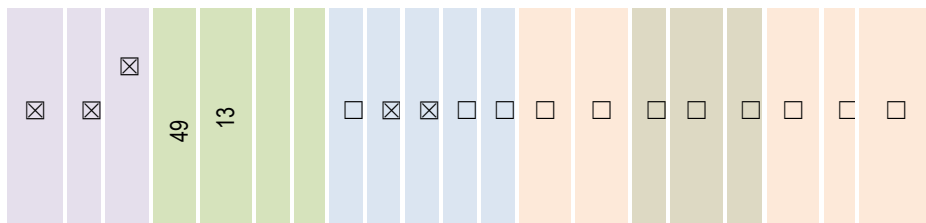


	<p>► 9. Turismoaren eta merkataritzaren eremuetan enplegua sustatzen duten emakumeen eta emakume ekintzaileen kopurua handitzea.</p>	Turismo eta Ostalaritzako Zuzendaritza	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	7+8	13	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		Merkataritza Zuzendaritza	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	<p>► 10. (GO.8) Komunikazioan berdintasuna txertatzea.</p>	Zuzendaritza guztiak	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		Kabinete eta Komunikazio Zuzendaritza	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
GAINERAKO HELBURUAK	<p>► 11. (GO.12) Kontratu, dirulaguntza eta hitzarmenetan berdintasunerako klausulak sartzea.</p>	Zuzendaritza guztiak	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		Sailari atxikitako organismo autonomoak eta erakunde publikoak	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	13			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



- ▶ 12. Kontsumoarekin lotura duen eta genero-ikuspegia duen informazioa eta prestakuntza areagotzea.

Kontsumobide



4 PLANA KUDEATZEKO SISTEMA

Atal honetan Turismo, Merkataritza eta Kontsumo Saileko Emakumeen eta Gizonen Berdintasunerako Plana modu koordinatuan eta gardenean ezartzea bermatuko duen kudeaketa-eredua azaldu dugu. Eredu horrek, aldi berean, Sailean eskuratutako aurrerapenak eta lorpenak ebaluatzeko aukera emango du, baita gizartean eta herritarrekin izan dituenak ere, emaitza horiek gizarteratze aldera.

Turismo, Merkataritza eta Kontsumo Saileko Emakumeen eta Gizonen Berdintasunerako Planak ezartzen du berdintasunaren arloan zer esku-hartze ildo hartu behar dituzten kontuan XII. Legegintzaldian Sailari atxikitako zuzendaritzek eta erakundeek. Urte anitzeko dokumentu honetan helburu generiko eta estrategikoak aurreikusten dira, eta horiek orientatuko dituzte urteko plangintzan ondoren jasoko diren jarduerak, izaera operatibo eta zehatzagoarekin. Atal honetan nabarmendu behar da bai Basquetour (Eusko Jaurlaritzako Turismo, Merkataritza eta Kontsumo Sailaren sozietate publikoa) bai Kontsumobide-Euskal Kontsumoko Euskal Institutua (Turismo, Merkataritza eta Kontsumo Sailaren organismo autonomoa) legegintzaldi honetako plangintzaren barruan sartzen diren arren, bakoitzak bere urteko plan espezifikoak izango duela, baita Sailak ere. Hala, legegintzaldiko plan honen ondorioz, urteko hiru plan egingo dira:

- ▶ Turismo, Merkataritza eta Kontsumo Sailaren emakumeen eta gizonen arteko berdintasunerako urteko plana
- ▶ Basquetourren emakumeen eta gizonen arteko berdintasunerako urteko plana



- ▶ Kontsumobideren emakumeen eta gizonen arteko berdintasunerako urteko plana

4.1. BERDINTASUNERAKO URTEKO PLANGINTZA

Horrenbestez, **urteko plan** bat prestatuko da berdintasun-politikak ezartzeko, eta hura bera ebaluatuko da ondoren. Esandako plan horretan, helburuak, ekintzak, kronograma (lau hilekoa) eta aurrekontua zehaztu beharko dira. Prozesu hori estandarizatzeko, plangintza-eredu bat erabiliko da.

Gainera, urteko plangintzaren osagarri modura, urteko planari buruzko informazio laburtua jasotzeko aukera ematen da, sailarteko eta sailen barruko koordinazio-egiturei haren berri eman ahal izateko.



4.2. BERDINTASUNERAKO EGITURAK

Jarraian, Sailak berdintasun-politiken alorrean zer oinarrizko egituratan parte hartzen duen azalduko da modu eskematikoan, planaren esparruan betiere:



4.3. JARRAIPEN-SISTEMA

Turismo, Merkataritza eta Kontsumo Saileko Emakumeen eta Gizonen Berdintasunerako Planaren jarraipen-sistema oinarrizko tresna izango da; haren bidez, Sailak XII. Legegintzaldian egindako berdintasun-politikaren jardunak, lorpenak eta inpaktuak hausnartu ahal izango dira. Alde horretatik, emaitza positiboak izan dituzten jardunbideak eta kudeaketa-ereduak zein diren



adieraziko du, baita hobetzeko beharra dutenak ere; aldi berean, hasieran aurreikusi gabeko jarduerak baina ezarpen-prozesuak aurrera egin ahala egokitzat jotakoak zein diren ere identifikatuko du. Azkenik, erabaki politikoak eta teknikoak hartzen laguntzeko, berdintasuna Sailaren erakunde-kulturan, jardunean eta esku-hartzean biltzen dela bermatzeko.

Turismo, Merkataritza eta Kontsumo Sailak onartu dituen konpromisoen **3 jarraipen mota** egingo dira:

- ▶ Lehenik eta behin, Sailak eta haren erakunde publikoek **urtero informazioa xehatua emango diote Emakunderi**, Emakumeen eta Gizonen Berdintasunerako VII. Plana ebaluatzeko, erakunde publiko guztietarako apropos diseinatutako segimendu mekanizatua eta telematikoa egiteko sistemaren bidez: *Berdintasunerako Planaren ebaluazioa eta segimendua egiteko aplikazioa*.

Jarraipen horren emaitza urtero jasoko da **Agintari publikoen jardunari buruzko memoria** batean, Emakunde argitaratzen duen berdintasun-plana betearazteko. Txosten horietan, emandako informazioa eta EAEko administrazio publiko guztiaren jarduketan analisi kuantitatiboa eta kualitatiboa jasotzen dira: *Politika publikoen ebaluazioa*

Horrez gain, EAEko administrazioek egindako jarduerekin lotutako informazioa biltzeko eta zabaltzeko beste sistema batzuk ere gaitu dira: Berdintasun-mapa eta jardunbide egokien bankua.

<http://www.emakunde.euskadi.eus/u72-20021/eu/x57aEAIWar/comunJSP/x57ConsultaInOP.do?accion=idioma&lang=eu>

<http://www.emakunde.euskadi.eus/u72-20021/es/x56aBbpiWar/x56aJSP/x56aCambioldioma.do?idioma=es>

- ▶ Bigarrenik, Sailak legegintzaldiko bi unetan informatu beharko du, Emakunde koordinatzen duen Emakumeen eta Gizonen Berdintasunerako Sailarteko Batzordearen bitartez: eskumenen babesean identifikatu diren **legegintzaldiko lehen tasunen**



ezarpenaren betetze-mailaren tarteko eta amaierako jarraipena, horretarako diseinatutako txantiloia bidez.

- ▶ Azkenik, Sailak berak informazioa jasotzeko metodo soila eta arina aurreikusi du; haren bidez, **urteko dokumentu labur batean** Sailaren Emakumeen eta Gizonen Berdintasunerako Planaren betetze-maila jasoko da. Esandako dokumentu horren bidez, Emakumeen eta Gizonen Berdintasunerako Sailarteko Batzordean urteko planaren egikaritze-maila adieraziko dute.

4.4. KOMUNIKAZIO-SISTEMA

Turismo, Merkataritza eta Kontsumo Sailaren Emakumeen eta Gizonen Berdintasunerako Planaren beste oinarrietako bat –diseinuaren, kudeaketaren, ezarpenaren eta ebaluazioaren fasean– Saileko langileen inplikazioa lortzea da, direla politiko, direla tekniko, sailaren barruko koordinazio bikain baten bidez.

Alde horretatik, planak komunikazio ona beharko du **barruan zein kanpoan**, Sailak, bere eskumen-esparruan, emakumeen eta gizonen berdintasun-politikak sustatzeko hartzen dituen konpromisoak gizarteratu ahal izateko. Esandako komunikazio-plan horrek bi une garrantzitsu izango ditu egikaritzean: plana onartzeko faseko komunikazioa eta plana ezartzeko garaiko komunikazioa.

4.5. AURREKONTU-SISTEMA



Gogoratu behar da ezinbestekoa dela beharrezkoak diren bitartekoak edukitzea, plan hau ezarriko bada.

Alde horretatik, **Emakumeen eta Gizonen Berdintasunerako eta emakumeen aurkako indarkeria matxistarik gabeko bizitzetarako martxoaren 18ko 4/2005 Legeak 14. artikuluan ezartzen duenez, autonomia-, foru- eta toki-administrazioek, *urtero, lege honetan jasotako eginkizunak betetzeko eta neurriak egikaritzeko behar dituzten ekonomia-baliabideak izendatuko eta zehaztuko dituzte bakoitzaren aurrekontuetan.* Gainera, honako hau zehazten du: **Euskal Autonomia Erkidegoko Administrazio publikoak modu aktiboan eta progresiboan sustatuko du Euskal Autonomia Erkidegoko aurrekontu orokorren % 1, gutxienez, emakumeen eta gizonen berdintasunerako politikak garatzera bideratzea.****

lido berean, **administrazio autonomikoa eta foru-administrazioa ordezkatzeko dituen Emakumeen eta Gizonen Berdintasunerako Erakundearteko Batzordeak 2016ko uztailaren 21ean *adostu zuen poliki-poliki handitu beharko dela esandako administrazio horietan berdintasun-politketara bideratutako aurrekontuen ehunekoa.***

Horrenbestez, bitarteko horiek modu xeheagoan ipini beharko dira urteko planetan, legegintzaldi-plan hau haien bidez zehaztuko baita. Nolanahi ere, azpimarratzekoa da honela banatuko dela aurrekontua: batetik, berdintasunerako administrazio-unitate baterako partida espezifiko bat, eta, bestetik, urteko planetan aurreikusitako ekintzak ezartzeko aurrekontu propio bat.



**UNA
ADMINISTRACION
PÚBLICA
QUE PROMUEVE
LA IGUALDAD**