

<b>N.º ACTA</b>	
<b>PROPUESTAS A SOMETER A COMISIÓN PERMANENTE DE MESA DE TRABAJO DE</b>	<b>SESIÓN EN QUE SE APRUEBA</b>
<b>NOMBRE PROPUESTA</b>	
Campaña publicitaria: Y tú, ¿contratas o abusas?	
<b>OBJETIVOS</b>	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sensibilización contra el abuso y la explotación laboral en el sector cuidados.</li> <li>2. Implicación de la administración pública como principal defensor y cuidador de la ciudadanía.</li> <li>3. Motivación, movilización y colaboración ciudadana contra el abuso laboral en el sector cuidados</li> <li>4. Visibilización de las condiciones abusivas del sector cuidados y su estigmatización</li> <li>5. Transformar y fomentar la responsabilidad pública, social e individual en el sector cuidados</li> <li>6. Visibilizar a la administración como motor de cambio y apoyo ciudadano</li> </ol>	
<b>FUNDAMENTOS</b>	
<p>Todos y todas somos interdependientes: dependemos de los demás, de nuestro entorno y de la naturaleza. Todxs cuidamos y todxs necesitamos de los cuidados. Y hay momentos vitales que hacen más palpable la necesidad de los cuidados, en la infancia, en la enfermedad, en la vejez, en momentos complicados de la vida, ... momentos en los que aflora y se hace más evidente que necesitamos que la sociedad haga posible el cuidado de la vida de las personas más vulnerables, para lograr una sociedad más justa.</p> <p>De hecho, la vida se mantiene porque unas personas cuidan de las otras, porque las redes sociales suponen un soporte de mantenimiento, de interrelación, de refuerzo mutuo, y, porque muchas veces, desde el silencio y la invisibilidad muchas mujeres cuidan de sus hogares y contribuyen al mantenimiento de la vida. Las instituciones tienen una misión fundamental, un mandato social, cuidar de la ciudadanía.</p> <p>La fundamentación de nuestro proyecto-propuesta de acción pasa por la necesidad de reconocer, desde la administración, la importancia de los cuidados. Asignatura pendiente por parte de las administraciones y en este caso la local, la más próxima a la ciudadanía.</p> <p>Esta asignatura pendiente, que no ha sido avalada por normas o por prestaciones de servicios que la pudieran visibilizar (Estado Central, Autonomías, diferentes departamentos implicados); ha quedado en evidencia durante esta pandemia, la mayor crisis de cuidados que quizás hayamos vivido.</p> <p>No hemos sido capaces de dar respuesta a esta situación, y más allá de experiencias loables y altruistas, como las redes solidarias de los barrios y otras formas de apoyo mutuo, esta crisis en vez de una oportunidad para “saldar esa deuda histórica” ha conseguido agravar las condiciones de vida de muchas cuidadoras.</p> <p>Esta crisis de los cuidados supone para las mujeres que trabajan en el sector:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Fomento del empleo sumergido</li> <li>● Menores cotizaciones a la seguridad social</li> <li>● Reducción del número de pensiones contributivas o la cuantía de las mismas</li> <li>● Mayor exclusión social de sectores precarizados</li> <li>● Mayor demanda de ayudas sociales</li> <li>● Mayor dependencia de las administraciones públicas</li> </ul>	

Podemos hablar en femenino y de mujeres migrantes, como el colectivo más vulnerable frente a esta crisis, de tal manera que se han dado situaciones de semiesclavitud, padeciendo como sociedad una especie de “disonancia cognitiva”, donde si bien se ha hablado y mucho de cuidados, de profesiones esenciales, de cuidar la vida, por otro lado nos hemos encontrado con que se ha propiciado e incluso se ha “validado” la explotación en un entorno de pandemia que hacía de paraguas y que ocultaba estas situaciones por el bien mayor de evitar los contagios.

Este abuso laboral condiciona, no solo la vida de las mujeres afectadas, sino también los recursos sociales y económicos que las administraciones deben destinar para mitigarlos.

¿Que puede hacer ante esta realidad una administración local?, un Ayuntamiento con pocas atribuciones competenciales, pero con la máxima de que todo lo que ocurre a sus vecinos es de su incumbencia.

Una propuesta que más adelante vamos a desgranar sería la de articular mecanismos de denuncia y favorecer que estas situaciones de semiesclavitud afloren. Para ello, desde el servicio de igualdad, se podría generar una campaña de concienciación: mupis, vinilización de autobuses, campañas publicitarias en medios, presencia mediática mediante la realización de debates, foros, encuentros, difusión en redes, creación de un teléfono y una web para denunciar situaciones de abuso y/o acoso... Dando luz a estas situaciones de abuso y poniendo en marcha un servicio de información, asesoramiento y denuncia, público, gratuito y anónimo.

Pondremos a disposición de la ciudadanía la información en diferentes formatos (infografías, carteles, dípticos) en espacios tanto públicos (centros de salud, centros municipales de servicios sociales, casa de las culturas, etc.) como privados (farmacias, establecimientos, etc.).

Es por ello, que al igual que ocurre en otros ámbitos como la salud, la administración pública hace uso de estas técnicas de marketing social para buscar cambios sociales y conductuales en la ciudadanía con el objetivo, de que de manera voluntaria, se acepte y asuma la responsabilidad individual en el bienestar social.

Una vez realizada esta cotejación y recogida de datos, en el periodo que se estime, poder elevar informes a las instancias competentes: Justicia, Instituto Nacional de la Seguridad Social, Gobierno de Aragón, Instituto Aragonés de la Mujer, Secciones Sindicales y así de esta manera cumplir con la máxima de aflorar estas situaciones de vulnerabilidad y reconocer que el empleo de hogar y de cuidados constituye en este momento, un sector esencial para el funcionamiento de la sociedad. Las empleadas de hogar y cuidados nos son invisibles, más bien esta sociedad no las quiere ver, rompamos esa cadena injusta y desigual.

#### **EXPERIENCIAS EXISTENTES EN OTROS ÁMBITOS A NIVEL LOCAL, NACIONAL O INTERNACIONAL**

Se han realizado numerosas campañas basadas en el marketing social con el objetivo de influir y transformar un comportamiento haciéndolo más saludable y beneficioso para la sociedad.

Algunas de estas campañas más conocidas en el Estado español son:

1. Seguridad Vial:
  - Si bebes no conduzcas
2. Sanidad:
  - Póntelo, pónselo
3. Medio Ambiente:
  - Si tú reciclas, él recicla

Empresas privadas y otras administraciones han realizado campañas conocidas utilizando las herramientas del marketing social para buscar una transformación social más justa, segura y responsable:

- Volkswagen - Eyes on the road: concienciación sobre el uso de dispositivos móviles al volante
- EEUU - Guns with stories: uso responsable de armas

Con todas ellas se consiguió:

- Población mejor informada sobre el problema
- Población con recursos para evitar o reducir el problema
- Población concienciada y sensibilizada ante la problemática
- Disminución de la problemática (contabilizada en menor número de accidentes, mortalidad en la carreteras, contagio de enfermedades de transmisión sexual, ciudades menos contaminantes, etc.)
- Valoración positiva del compromiso de la administración con la sociedad
- Disminución del coste de la administración destinado a mitigar las consecuencias

**NORMATIVA VIGENTE DE REFERENCIA**

- Real Decreto 1620/2011, de 14 de noviembre, por el que se regula la relación laboral de carácter especial del servicio del hogar familiar, aumentando los derechos de las personas trabajadoras, al aplicar en la medida de lo posible la regulación general establecida en el Estatuto de los Trabajadores, con exclusión expresa del fondo de garantía salarial.
- Ley 27/2011, de 1 de agosto, sobre actualización adecuación y modernización del Sistema de Seguridad Social encargada de la integración del régimen especial de empleados de hogar en el régimen general de la seguridad social.
- Real Decreto 1596/2011, de 4 de noviembre, por el que se desarrolla la disposición adicional quincuagésima tercera de la Ley General de la Seguridad Social, texto refundido aprobado por el Real Decreto legislativo 1/1994, de 20 de junio, en relación con la extensión de la acción protectora por contingencias profesionales a los trabajadores incluidos en el Régimen Especial de la Seguridad Social de los Empleados de Hogar.
- Real Decreto-ley 29/2012, de 28 de diciembre, de mejora de gestión y protección social en el Sistema Especial para Empleados de Hogar y otras medidas de carácter económico y social, que introduce una serie de cambios en el régimen especial de empleados de hogar
- Real Decreto-ley 16/2013, de 20 de diciembre, de medidas para favorecer la contratación estable y mejorar la empleabilidad de los trabajadores
- Real Decreto 231/2020, de 4 de febrero, por el que se fija el salario mínimo interprofesional para 2020.

**VOTOS DE LA PROPUESTA EN LA MESA (DETALLAR EL DEBATE Y VOTOS EN FAVOR Y EN CONTRA O UNANIMIDAD)**

**La Presidenta/o**

**La Secretaria/o**