



MARZO

DÍA DE LA MUJER



REVISTA THADERCONSUMO. NÚMERO 35

MARZO 2022

- ¿Sabes qué es el 'femvertising'?
- El número de hipotecas para viviendas llega a su máximo en once años
- Primera autovía de pago en España
- La ropa de segunda mano está de moda en España
- Un 43% de los anuncios de alimentación y bebidas presentan un valor nutricional bajo
- Nueva estafa que suplanta la imagen de Nespresso
- Pilar Fernández Alcaraz
- 8 de marzo Día Internacional de la Mujer en las Asociaciones de Amas de Casa, Consumidores y Usuarios
- 15 de marzo Día del Consumidor en las Asociaciones de Amas de Casa, Consumidores y Usuarios
- Primera guía de actuación ante la violencia sexual hacia las mujeres
- Entrega de premios 8 de Marzo por la CARM

8 DE MARZO DÍA INTERNACIONAL DE LA MUJER ¿SABES QUÉ ES EL 'FEMVERTISING'?

Durante años para hacer productos "para mujeres" sólo había que "shrink it, and pink it" (hacerlo más pequeño y en rosa). De hecho hoy día si vamos a una tienda todavía encontramos los pasillos rosas y azules en la vuelta al cole o para las campañas de Navidad, o polémicas recientes con objetos para mujeres como bolígrafos y calculadoras de color de rosa.

Los términos **feminismo** y **advertising** dan nombre al movimiento Femvertising. Se trata de campañas publicitarias de empoderamiento femenino que muestran una mujer real, sin estereotipos de género. Es la publicidad que se realiza a favor de la mujer, con mensajes e imágenes que empoderan a mujeres y niñas.



Teresa López Fernández, Presidenta del Colegio de Veterinarios de la Región de Murcia presenta la revista nº35 de THADERCONSUMO.

EL NÚMERO DE HIPOTECAS PARA VIVIENDAS LLEGA A SU MÁXIMO EN ONCE AÑOS, AUMENTÓ UN 23% EN 2021

El número de hipotecas para comprar una vivienda durante el año pasado se elevó un 23,6% con respecto a 2020 en España y además alcanzó su nivel más alto en once años, aunque aún apenas supone la tercera parte de las que se firmaban en 2007, justo antes del estallido de la burbuja inmobiliaria.

Los datos difundidos por el Instituto Nacional de Estadística (INE), han detallado que en 2021 se cerraron 417.501 hipotecas para adquirir una vivienda, frente a las 337.752 de 2020, cuando la irrupción de la pandemia alteró notablemente el mercado inmobiliario.

El valor conjunto de las hipotecas firmadas en 2021 fue de 57.582,1 millones de euros (el 26,5 % más) y el importe medio fue de 137.921 euros, lo que supone un encarecimiento del 2,4 % respecto a un año antes.

El tipo de interés medio de las hipotecas para comprar una vivienda en el año 2021 fue del 2,51%: Del 2,20 % en hipotecas a tipo variable y del 2,73 % a tipo fijo.

Dos de cada tres hipotecas sobre viviendas (el 67,7 %) que se firmaron en diciembre fueron a un tipo de interés fijo. Este porcentaje lleva ocho meses seguidos por encima del 60 %.

Las comunidades con mayor número de hipotecas constituidas sobre viviendas durante el año 2021 fueron **Andalucía** (83.636, el 31,3 % más), **Comunidad de Madrid** (73.383, el 19,4 % más) y **Cataluña** (69.805, el 27,6 % más).



ASÍ HA QUEDADO EL ACUERDO SOBRE LAS ENTRADAS DE NOCHEVIEJA EN LA PLAZA DE TOROS DE MURCIA

La empresa encargada de organizar la fiesta de Nochevieja en la Plaza de Toros de Murcia que no se pudo celebrar por las restricciones de la COVID-19, ha llegado a un acuerdo con la DG Consumo y con los representantes de los clientes afectados para ofrecer un bono a todos los reclamantes por el importe íntegro del valor de la entrada adquirida en su día. El bono podrá ser canjeado tanto para el evento de Nochevieja Plaza de Toros 2022 y además para otros eventos llevados a cabo por terceros con los que se ha negociado para este fin.

En el caso de que el bono no haya sido canjeado total o parcialmente en el plazo de un año con las opciones propuestas, se podrá solicitar la devolución del importe. Las opciones para canjear el bono son:

- Entrada Nochevieja Murcia Plaza de Toros 2022.
- Entradas para cualquier concierto en la sala REM durante la temporada comprendida entre el 15 de septiembre de 2022 y el 15 de junio de 2023 (aprox. 54 conciertos).
- Entrada para cualquier concierto en la Plaza de Toros de Murcia durante noviembre, diciembre 2022 y enero de 2023 (aprox. 16 conciertos).
- Abono general/Abono VIP/Abono Premium Animal Sound 2022.
- Abono general/Abono VIP Fan Futura Fest. 2022.

En caso de que la entrada del espectáculo elegido tuviera un valor superior al importe a compensar, el cliente deberá abonar la diferencia.

Cómo canjear el bono:

El cliente deberá introducir su código de entrada a partir del 31 de marzo en el siguiente enlace: www.laplazamurcia.es. De esta forma, se generará un bono por el importe íntegro de la entrada pagada en su día. En el bono aparecerán todas las instrucciones para su uso (el importe que se debe compensar no incluirá en ningún caso los gastos de gestión y distribución).



ENTRA EN FUNCIONAMIENTO LA PRIMERA AUTOVÍA DE PAGO EN ESPAÑA

La A-636, conocida como autovía de **Deskarga**, en el tramo que une las localidades de Beasain y Bergara, se ha convertido en la **primera autovía de pago de España**.



Los conductores tendrán que pagar dos euros y medio por un total de 22,9 kilómetros. Se trata de una **autopista de peaje sin cabinas**, es decir, no habrá que detenerse para abonar el peaje, sino que se hará de forma telemática (lo que se conoce como **telepeaje**).

El sistema se conoce como **Free Flow** (flujo libre): los vehículos circulan sin detenerse y son identificados a través de la placa por cámaras de vigilancia en los distintos accesos y a lo largo de la vía. Los sistemas de identificación de matrículas calculan el importe en función del trayecto recorrido y cargan el precio del peaje al dispositivo asociado.

Los usuarios de la primera autovía de peaje deben estar dados de alta en la plataforma de pago que gestiona la empresa **Bidegi**.

Multas por no pagar el peaje: la Diputación Foral de Guipuzcoa ha decidido cobrar por el uso de este tramo de autovía a todos los vehículos, salvo las motocicletas.

Algunos conductores podrán beneficiarse de descuentos en función del número de veces que se utilice la vía. Con la nueva Ley de Tráfico y Seguridad Vial, no pagar un peaje se ha convertido en una infracción leve que se sanciona con 200 euros.

Aunque no ha sido una decisión del Gobierno central, la puesta en marcha del tramo de peaje en la autovía A-636 es un adelanto de lo que puede suceder en otras muchas autovías españolas si sale adelante el plan del Ejecutivo de crear un **sistema de pago por uso en vías de alta capacidad**.

El Ministerio de Transportes lleva meses trabajando en un proyecto que supondría la implantación de peajes en buena parte de las autovías y autopistas españolas. De momento, no hay fecha de aplicación (de hecho, la propuesta no ha sido recogida en la nueva Ley de movilidad).



LA ROPA DE SEGUNDA MANO ESTÁ DE MODA EN ESPAÑA

Cada vez hay más personas que se suman a la compra de ropa de segunda mano. Esto se refleja en el crecimiento de las aplicaciones, plataformas o tiendas físicas que se dedican a la compraventa de prendas de segunda mano, pero también a la gran repercusión que está teniendo en las redes sociales. Desde **2015** la venta de ropa de segunda **mano ha aumentado en España un 38%**, ha sido clave la **influencia de la crisis del coronavirus**. La pandemia, ha frenado “en seco” la lenta recuperación económica desde la crisis de 2008. Las diferentes aplicaciones, plataformas y empresas de mensajería han hecho que el mercado de ropa de segunda mano deje de ser local, poniendo al alcance de cualquier persona prendas mucho más baratas que las que ofrecen la mayoría de empresas textiles.

Los precios son más bajos y adecuados al escaso poder adquisitivo de los jóvenes, a quienes se considera los principales consumidores de moda de segunda mano.

Aunque cada vez parece que esta práctica se hace más común, no todos los sectores de la población se han sumado a ella ya que creen que las prendas se encuentran en mal estado. Pero las nuevas generaciones parecen haber **normalizado el consumo de este tipo de prendas**.



Las **redes sociales han contribuido a este auge**, y no solo en el ámbito textil. Un informe publicado por la compañía *ThredUp* prevé que el **mercado de segunda mano se duplique en los próximos cinco años**. Esta compañía también revela que el mercado de la reventa crece a un ritmo once veces superior al del comercio al por menor. A pesar de los datos que aporta este informe se considera que **la economía circular crecerá**, pero no supondrá una amenaza a la economía lineal. La costumbre de comprar “*ropa de temporada*” está tan arraigada que es difícil suponer que el auge del mercado de ropa de segunda mano pueda llegar a representar una seria **amenaza a las cadenas textiles**.



UN 43% DE LOS ANUNCIOS DE ALIMENTACIÓN Y BEBIDAS PRESENTAN UN VALOR NUTRICIONAL BAJO

El concepto mediterráneo en los anuncios de alimentación y bebidas no es siempre apropiado, cerca de un 43% de los productos presentados en este tipo de publicidad cuentan con un valor nutricional bajo o muy bajo.

Según un estudio elaborado por investigadores de la Universitat Oberta de Catalunya (UOC) y la Universidad Pompeu Fabra (UPF), solo un 13,6% de los productos publicitados bajo el reclamo ‘mediterráneo’ tenían un valor nutricional alto.

A través de su valor Nutri-Score, descubrieron que solo un 13,6% de los productos publicitados bajo el reclamo ‘mediterráneo’ tenían un valor nutricional alto. Otra 13,6% contaban con uno muy bajo y un 29,13%, bajo. Un 25,27% obtuvo un valor nutricional medio y un 19,42%, medio-alto.

A la hora de analizar las palabras clave empleadas en los anuncios, se percataron de que muchos de esos productos se vinculaban a la dieta mediterránea, creando así la falsa sensación de que son saludables. Entre los productos alimentarios vistos que más recurren a este concepto, se encuentran el tomate frito y las salsas, seguidos de sopas y precocinados. Respecto a las bebidas, el 89% que lo emplean corresponden a bebidas alcohólicas.

Como solución, recuerdan la necesidad de aplicar una regulación más rigurosa y formar al consumidor para que este entienda las etiquetas.

Si en 2011 solo seis artículos de alimentación utilizaban el reclamo ‘mediterráneo’, en 2020 lo reproducían en 20. Mismo caso en bebidas: si en 2011, ocho productos usaban este concepto, en 2020 lo hacían 16.

¿QUÉ DIFERENCIA HAY ENTRE CONSUMO PREFERENTE Y CADUCIDAD?

¿Se puede consumir un alimento "caducado"? ¿Cómo saber si la fecha indicada en el alimento es la fecha de caducidad o la fecha de consumo preferente? ¿hay diferencias entre ambas?

En el etiquetado de los alimentos podemos encontrar dos tipos de fechas para garantizar el consumo seguro de alimentos:

- **Consumo preferente:** Es la fecha hasta la cual el alimento conserva sus propiedades. El alimento sigue siendo seguro para el consumidor una vez pasada la fecha de **consumo preferente**, siempre que se respeten las instrucciones de conservación y su envase no esté dañado. Antes de tirar el alimento por haber pasado su fecha de consumo preferente, compruebe si tiene buen aspecto y si huele y sabe bien, cerciorándose antes de que el envase está intacto.
- **La fecha de caducidad:** indica el momento hasta el cual el alimento puede consumirse de forma segura. Aparece en productos muy perecederos, como el pescado fresco o la carne picada. No consuma ningún alimento una vez pasada la fecha de caducidad.



Siga las instrucciones de conservación, de lo contrario, el alimento se estropeará antes y usted se arriesgará a sufrir una intoxicación alimentaria. En todo caso THADERCONSUMO te recuerda que está **totalmente prohibido vender** estos productos, tanto pasados de fecha preferente como caducados.

NUEVA ESTAFA QUE SUPLANTA LA IMAGEN DE NESPRESSO

Está circulando por WhatsApp bulo de un anuncio que utiliza la imagen de las cafeteras Nespresso y el reclamo del Día de la Mujer. Hay que llevar cuidado con este tipo de mensajes y no entrar nunca a los enlaces. Es totalmente falso ya que el correo electrónico del enlace no es oficial, sino uno ubicado en Rumanía: la terminación **.ru** así lo indica.



“UNA MUJER QUE PROMUEVE LA CONCILIACIÓN COMO MEDIO PARA CONSEGUIR UNA IGUALDAD REAL ENTRE HOMBRES Y MUJERES”

Pilar Fernández Alcaraz presidenta de la Federación de Mujeres de Lorca dinamiza un nutrido grupo de mujeres en Lorca y sus pedanías. Está inmersa en todas y cada una de las organizaciones locales, regionales y estatales relevantes de activismo en la lucha por la igualdad, lo social y los derechos de las mujeres en todos sus ámbitos. De 2009 al 2011 fue Secretaria de la Federación de Organizaciones de Mujeres de Lorca. Desde entonces lleva cinco legislaturas como presidenta de la Federación de Organizaciones de Lorca. Además, Pilar es vocal del Fórum de Política Feminista Estatal. A nivel estatal es vocal de la junta directiva de la Confederación de Organizaciones de Mujeres por la Igualdad (COMPI).



Pilar afirma que las mujeres a día de hoy, no hemos conseguido nuestros objetivos básicos: justicia, igualdad, libertad. Las violencias machistas aumentan. La pobreza tiene un rostro de mujer. Las mujeres seguimos sufriendo la dominación masculina, la división social y sexual en todas las esferas de la sociedad, continuamos con el trabajo de cuidado, un trabajo que certifica y acentúa la entrega femenina en el ritmo de la crisis y los recortes de servicios públicos. Una gran mayoría de mujeres no tenemos acceso a un trabajo que nos permita poder disfrutar realmente del derecho a decidir, del derecho a vivir como queremos.

“Necesitamos más que nunca la fuerza colectiva de las mujeres. Necesitamos un feminismo solidario con las luchas de las mujeres del mundo porque sabemos que los avances o retrocesos de algunas tienen repercusiones sobre las luchas de las otras.”

Hemos conseguido visibilizar a las mujeres lorquinas, sensibilizar a la juventud en relaciones igualitarias y no tóxicas. Ser independientes a pesar de los años de dificultades que hemos tenido (terremotos, inundaciones, incendios). Hemos conseguido formar parte de organizaciones estatales (red de mujeres) haciendo incidencia política desde lo local a lo global.



PILAR FERNÁNDEZ, UNA MUJER VALIENTE

En 2003 contribuyó con la Concejalía de la Mujer del Ayuntamiento de Lorca en el área de integración social. En 2004 trabajó para Iniciativas Locales coordinando programas de corresponsabilidad en Lorca y Puerto Lumbreras, proponiendo programas de búsqueda activa de empleo y desarrollo de habilidades sociales. Entre 2006 y 2009 en la Concejalía de la Mujer del Ayuntamiento de Lorca organizó cursos de formación, coordinando las campañas de 25 de noviembre, las del 8 de marzo y las de Mujer Rural. En 2007 elaboró junto con el coordinador, dentro de la oficina técnica de la Concejalía de la Mujer, el II Plan de Igualdad de Oportunidades del Ayuntamiento de Lorca. En 2008 y 2009 promueve y organiza el primer y segundo encuentro de asociaciones de mujeres de Lorca.



ACTIVIDADES PARA EL 8 DE MARZO POR EL DÍA INTERNACIONAL DE LA MUJER EN LAS ASOCIACIONES DE AMAS DE CASA, CONSUMIDORES Y USUARIOS

HOY NO ME FELICITES POR SER
MUJER
HOY EXIGE QUE RECONOZCAN
MIS DERECHOS
ISON TUS DERECHOS!

Pacto de Estado
contra la violencia de género
016

Región de Murcia

THADERCONSUMO
Federación Murciana de Asociaciones de Amas de Casa, Consumidores y Usuarios

CONTACTA CON NOSOTROS

Teléfono: 968 20 32 46
Correo: murcia@thader.org

SEMANA DE LA MUJER 2022

8 MARZO
DÍA DE LA MUJER

PROGRAMA DE ACTIVIDADES
THADERCONSUMO

Asociación de MULA
26 de febrero
10:00 h - Desayuno de Convivencia

Asociación de SANTOMERA
4 de marzo
Exposición de fotos de mujeres relevantes de Santomera en Casa Grande

5 de marzo
21:00h - Cena de convivencia de la Asociación

Asociación de ABARÁN
5 de marzo
12:00h - Lectura teatralizada en la Biblioteca

Asociación de CARTAGENA
7 de marzo
18:00h - XII entrega de premios DÍA DE LA MUJER Teatro Romano "Mujeres en la Fotografía"

Asociación de ÁGUILAS
8 de marzo
14:00h - Comida de convivencia de la Asociación

Asociación de SAN JAVIER
8 de marzo
12:00h - Lectura del Manifiesto
14:00h - Comida de convivencia de la Asociación

Asociación de CEHEGÍN
8 de marzo
12:00h - Lectura del Manifiesto
14:00h - Comida de convivencia
Participación vídeo homenaje mujeres de Cehegín

24 de marzo
17:30h - Taller de autoestima en el Espacio Joven "El arte de quererse y aceptarse una misma"

Asociación de ROLDÁN
8 de marzo
Reparto de macetas en la plaza de la Iglesia
17:00h - Merienda de convivencia de la Asociación

Asociación de MURCIA
29 de marzo
19:00h - Mujeres con Valor Añadido Fundación Caja Murcia (Las Claras)

Asociación de TORREPACHECO
12 de marzo
17:30h - Taller de autoestima en el Salón Centro Cívico "El arte de quererse y aceptarse una misma"
19:00h - Chocolatada en la Asociación

Asociación de MULA
17 de marzo
17:30h - Taller de autoestima en el Salón del Casino "El arte de quererse y aceptarse una misma"

Asociación de ALCANTARILLA
25 de marzo
17:30h - Taller de Autoestima en Asociación "El arte de quererse y aceptarse una misma"

Autoestima: el arte de quererse y aceptarse una misma

ACTIVIDADES PARA EL 15 DE MARZO POR EL DÍA DEL CONSUMIDOREN LAS ASOCIACIONES DE AMAS DE CASA, CONSUMIDORES Y USUARIOS

CONTACTA CON NOSOTROS

Teléfono: 968 20 32 46
 Correo: murcia@thader.org
 Web: www.thader.org

15 DE MARZO

El 15 de marzo de 1962 se estableció por primera vez el **Día Mundial de los Derechos del Consumidor**, coincidiendo con el discurso que pronunció el presidente John F. Kennedy y donde sus palabras fueron: **"Consumers by definition, include us all"** (consumidores, por definición, nos incluye a todos) y además decretó que todas las personas sin distinción de clases, tuvieran derecho a disfrutar de ciertos beneficios como consumidor.

En 1985 la **Organización de las Naciones Unidas** (ONU), estableció un decreto para la protección de los consumidores, logrando de esta manera reivindicar, reconocer y legitimar los derechos de estas personas a nivel internacional.




PROGRAMA DE ACTIVIDADES DÍA DEL CONSUMIDOR





efederacion.thaderconsumo



ethaderconsumo



THADERCONSUMO Federación Murciana



Asociación de LORCA

3 de marzo
 18:00 h - Charla D. Juan Ignacio Pérez de Ontiveros
 Sala del Centro Cultural de la Ciudad José María Campoy Camacho sobre:
"Solución de conflictos en materia de consumo a través de la junta arbitral"

15 de marzo
 18:00h - Conferencia sobre ganadería extensiva
 Sala de la Dirección General de la CARM

Asociación de MURCIA

11 de marzo
 11:00h - Acto solidaridad con COAG

Asociación de CARTAGENA

14 de marzo
 17:30h - Charla Talle con D. Manuel Padin Teninete alcalde de Cartagena y Concejal de Turismo, Comercial, Sanidad y Consumo, y D. Celestino Ortiz, responsable de la OMIC de Cartagena
 Sala Multiusos de OMIC



Asociación de MURCIA

15 de marzo
 12:00h - Participación en el programa "Quédate conmigo" Especial día del consumidor con Encarna Talavera - 7TV

Asociación de ALGUAZAS

Del 14 al 18 de marzo
 Talleres en Colegios e Institutos
"Dale la vuelta a la etiqueta"

Asociación de ABARÁN

10 de marzo
 17:30h - Taller Economía Circular y Sostenible
"Stop al Comer Emocional"
 Sala Suárez Centro CIMA

Asociación de ÁGUILA

15 de marzo
 17:30h - Taller Economía Circular y Sostenible
"Stop al comer emocional"
 Salón Casa del Huerto

Asociación EL ALGAR

22 de marzo
 17:30h - Taller de Economía Circular y Sostenible
"Stop al comer emocional"
 Sala Multiusos de la Asociación

Asociación de SANTOMERA

1 de abril
 17:30h - Taller Economía Circular y Sostenible
"Stop al comer emocional"
 Salón de Actos de la Asociación

Asociación de CUEVAS DE REYLLO

2 de abril
 18:00h - Taller de Economía Circular y Sostenible
"Stop al Comer Emocional"
 Casa de la Cultura

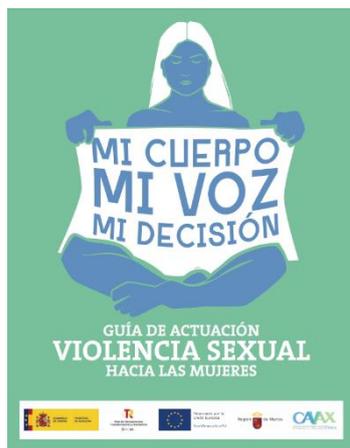
YA ES OFICIAL LA PRIMERA GUÍA DE ACTUACIÓN ANTE LA VIOLENCIA SEXUAL HACIA LAS MUJERES EN LA COMUNIDAD

La Consejería de Mujer, Igualdad, LGTBI, Familias y Política Social ha editado la primera guía de actuación ante la violencia sexual hacia las mujeres que proporciona información, pautas de actuación e identifica los diferentes tipos de violencia y abusos en el ámbito sexual, y da a conocer cómo actuar y dónde se puede acudir ante estas situaciones.

En 2021 se prestó servicio y asesoramiento profesional a **211 nuevas usuarias**, un **67,4 por ciento más que en 2020**. Las intervenciones totales fueron **2.163**, la gran mayoría de ellas referidas a atención psicológica a las víctimas, alcanzando las **1.260 atenciones en 2021**, frente a las **898 en 2020**, un aumento del **40 por ciento**.

La guía consta de tres partes:

- Conocer la violencia sexual.
- Identificar sus diferentes tipos.
- Saber cómo actuar ante una situación de violencia sexual.



La publicación incide además en aspectos fundamentales como explicar qué es el consentimiento sexual, que es libre, voluntario y no vinculante, ya que su vulneración es la puerta de entrada a los distintos delitos que conforman la violencia sexual como agresiones, violaciones, abusos o acoso.

Dentro de las actividades esenciales de concienciación y sensibilización que recoge esta primera guía en este ámbito está saber cómo actuar si hemos padecido violencia sexual o nos encontramos con alguien que la haya padecido y dónde acudir: **teléfono de emergencias 112; de asistencia a víctimas de violencia de género, 016; asistencia e información 24 horas de agresiones y abusos sexuales, 722 515 148 o a través de cita previa de la Dirección General de Mujer en el 900 710 06**. La guía de actuación ante la violencia sexual hacia las mujeres estará disponible en la web <https://igualdadyviolenciadegenere.carm.es/>

PREMIO A ESPERANZA RAMÍREZ POR SU IMPLICACIÓN COMO MUJER EN EL SECTOR DE LA AGRICULTURA EN LOS PREMIOS DEL 8 DE MARZO



Este martes 8 de marzo de 2022, día Internacional de la Mujer se celebró en la Comunidad Autónoma la sexta edición de los '**Premios 8 de marzo**', celebrada en el Auditorio Víctor Villegas de Murcia, a **mujeres de diferentes ámbitos por su implicación en la defensa de los valores de la igualdad**. El jurado de los galardones, formado por representantes del ámbito social, sindical, entidades vinculadas a la mujer, del periodismo y representantes de la Consejería de Mujer, Igualdad, LGTBI, Familias y Política Social.

Los **Premios 8 de marzo** constan de cuatro categorías, el premio a la mujer murciana que se ha distinguido en cualquier ámbito de la vida social, cultural, política o económica fue para **Esperanza Ramírez**, que desde COAG y la Confederación de Mujeres del Mundo Rural trabaja por la igualdad en este sector. El galardón a la **mujer murciana que ha destacado por su lucha a favor de la igualdad fue para Ana Correa**, que a través de COEC promueve la inserción laboral de las mujeres y la erradicación de la brecha salarial. En cuanto al **premio a la mujer murciana referente en el ámbito local, éste ha sido para la actriz Leo Andreu**, en cuyos espectáculos teatrales se priorizan las inquietudes y reivindicaciones de las mujeres. Finalmente, el **premio al colectivo que ha destacado por su trabajo para la igualdad ha recaído en el Centro de Educación Infantil y Primaria Juan González de Lorca**. Este centro desarrolla desde 2020 una notable labor entre su alumnado para la visibilización de la figura de la mujer y la erradicación de estereotipos machistas.