

"2021, Año del Reconocimiento al Personal de Salud, por la Lucha Contra el Virus SARS-CoV-2, COVID-19"

H. CONGRESO DEL ESTADO DE OAXACA
LXIV LEGISLATURA

RECIBIDO
23 FEB. 2021
10:28 hrs

San Raymundo Jalpan a 23 de Febrero del 2021

Asunto: Se remite punto de acuerdo

PODER LEGISLATIVO
DEL ESTADO DE OAXACA
LXIV LEGISLATURA

DIRECCION DE APOYO **CCC.**
Lic. Jorge Abraham Gonzalez Illescas
Secretario de Servicios Parlamentarios del
H. Congreso del Estado de Oaxaca
Edificio.

RECIBIDO
23 FEB. 2021
10:22 hrs

SECRETARÍA DE SERVICIOS PARLAMENTARIOS

Por instrucciones de la Diputada Hilda Graciela Pérez Luis, integrante del Grupo Parlamentario de Morena de la LXIV Legislatura Constitucional, adjunto al presente, Punto de Acuerdo por el que la Sexagésima Cuarta Legislatura del Honorable Congreso del Estado Libre y Soberano de Oaxaca exhorta a la Titular de la Delegación de la Procuraduría Federal del Consumidor en el Estado para que en el marco de sus atribuciones, instrumente las acciones necesarias a fin de visibilizar, erradicar y sancionar la imposición del denominado "impuesto rosa" ya que su aplicación es una clara forma de desigualdad y desventaja contra las mujeres, para que sea incluido en la orden del día de la sesión ordinaria del Pleno Legislativo.

Sin otro particular, reciba un cordial saludo.

Atentamente


Licda. Flor de María Arellanes Luna
Asesora Jurídica

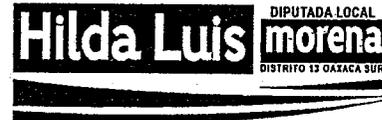


H. CONGRESO DEL ESTADO DE OAXACA
LXIV LEGISLATURA
DIP. HILDA GRACIELA PÉREZ LUIS
DISTRITO XIII
OAXACA SUR



EL CONGRESO DE LA IGUALDAD DE GÉNERO

LXIV
LEGISLATURA
H. CONGRESO DEL
ESTADO DE OAXACA



*"2021, Año del Reconocimiento al Personal de Salud, por la Lucha Contra el Virus
SARS-CoV-2, COVID-19"*

San Raymundo Jalpan, Centro, Oax., a 23 de Febrero del 2021

Dip. Arsenio Lorenzo Mejía García
Presidente de la Mesa Directiva de la
LXIV Legislatura en el Estado de Oaxaca
P r e s e n t e .

La suscrita Diputada Hilda Graciela Pérez Luis, integrante del Grupo Parlamentario del Partido Morena e integrante de la LXIV Legislatura del H. Congreso del Estado Libre y Soberano de Oaxaca, con fundamento en los artículos 50 fracción I de la Constitución Política del Estado Libre y Soberano de Oaxaca; 3 fracción XXXVI, 30 fracción I, 104 fracción I de la Ley Orgánica del Poder Legislativo del Estado de Oaxaca; 3 fracción XXXVII, 54 fracción I, 61 del Reglamento Interior del Congreso del Estado de Oaxaca; someto a consideración del H. Pleno del Congreso del Estado el siguiente Punto de Acuerdo por el que la Sexagésima Cuarta Legislatura Constitucional del Honorable Congreso del Estado Libre y Soberano de Oaxaca, exhorta a la Titular de la Delegación de la Procuraduría Federal del Consumidor en el Estado para que en el marco de sus atribuciones, instrumente las acciones necesarias a fin de visibilizar, erradicar y sancionar la imposición del denominado "impuesto rosa" ya que su aplicación es una clara forma de desigualdad y desventaja contra las mujeres, al tenor de los siguientes:

CONSIDERANDOS

Uno de los problemas de desigualdad de género que afectan gravemente la economía de las mujeres alrededor del mundo, es el denominado impuesto o tarifa rosa, pink tax en inglés.

El impuesto rosa consiste en un aumento en el precio de productos dirigidos al sector femenino, a diferencia de los enfocados al público masculino. Generalmente los productos asociados con la higiene personal de la mujer son los que registran el



LXIV
LEGISLATURA
H. CONGRESO DEL
ESTADO DE OAXACA
EL CONGRESO DE LA IGUALDAD DE GÉNERO



"2021, Año del Reconocimiento al Personal de Salud, por la Lucha Contra el Virus
SARS-CoV-2, COVID-19"

llamado *pink tax*, mismos que pueden sustituirse por algún otro neutro, incluso, por productos similares para hombres.

La Biblioteca del Congreso Nacional de Chile (BCN) explica que el *pink tax*, debe entenderse no propiamente como un impuesto, en cambio, debe tratarse como un sobreprecio aplicado por estrategias mercadológicas, consecuencia de la estrecha vinculación entre la mujer y el hogar, lo que explicaría su mayor peso en las decisiones de compra. Al ser más activas las mujeres en el mercado nos convierte en un objetivo perfecto para las estrategias de consumo.

Violeta Rodríguez del Villar, investigadora del Instituto de Investigaciones Económicas de la UNAM, señala que este impuesto "se aplica normalmente a bienes que son de consumo obligatorio o que cubren necesidades básicas, entonces, de inicio, lo que provoca es que se incremente el costo de sus gastos y esto las lleva a tener una desventaja adicional que no es dimensionada con relación a los hombres".

En un estudio realizado en 2020 por la Procuraduría Federal del Consumidor (Profeco) en el que recabó los precios de algunos productos similares para mujeres y hombres, constató que las mujeres pueden llegar a pagar hasta un 17.22 % más que los hombres.

En ese mismo sentido, la Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros (Condusef), ha señalado que los costos de seguros contratados por las mujeres son más altos que aquellos que son contratados por hombres, la razón es porque las aseguradoras parten del supuesto de que las mujeres vivimos más años que los hombres y además somos más propensas a padecer otras enfermedades, lo que genera que tengamos que pagar hasta un 17.22% más que los hombres.

La única razón de esta disparidad es que son destinados al sector femenino, lo que representa una clara forma de discriminación por razón de género.

Resulta importante que las mujeres tengan conocimiento de la existencia de esta desigualdad de precios en los productos, ya que en la mayoría de los casos la única diferencia entre los mismos productos que son utilizados por hombres y mujeres es el color y la forma de empaque.

"2021, Año del Reconocimiento al Personal de Salud, por la Lucha Contra el Virus SARS-CoV-2, COVID-19"

La falta de información sobre el tema, hace que consumidoras y usuarias tomen decisiones erradas bajo la creencia de que están diseñados exclusivamente para mujeres; lo que sin duda además va en perjuicio de sus intereses económicos.

Cabe mencionar que en fecha 21 de junio de 2019, la Procuraduría Federal del Consumidor publicó en su página de internet: *Impuesto rosa: La utilidad no tiene color.*, el cual a la letra dice:

"También conocido por sus siglas en inglés como Pink Tax, esto es cuando el precio de un producto que va dirigido a niñas y mujeres es mayor, comparado con los de niños y hombres. Si bien esta práctica no está extendida, no significa que no exista.

Son distintas las categorías en las que se ofertan artículos en este tono y su precio es más elevado: ropa, cuidado personal e higiene son las principales. Algunos expertos consideran que se debe a que las marcas invierten más en la presentación de sus productos, empaque, diseño y publicidad, por el hecho de ir dirigidos a la mujer.

De acuerdo con el estudio del Observatorio de Coyuntura Económica y Políticas Públicas OCEPP, las mujeres representan aproximadamente el 70% de las decisiones de compra a escala mundial. El ser las más activas en el mercado las convierte en un objetivo perfecto en las estrategias de consumo.

Justo esa estrecha vinculación entre la mujer y el hogar o lo doméstico, explica su mayor peso en las decisiones de consumo. En ese sentido, la Procuraduría Federal del Consumidor (Profeco) establece como uno de sus principios básicos promover y proteger los derechos y cultura del consumidor y procurar la equidad, certeza y seguridad jurídica en las relaciones entre proveedores y consumidores a través de la Ley Federal de Protección al Consumidor (LFPC)..."

En dicho artículo, señala además que se recabaron precios de algunos productos similares para mujeres y hombres en diferentes establecimientos incluidos en el Programa "Quién es Quién en los Precios (QQP), del 29 de abril al 14 de mayo de 2019, con el objeto de encontrar diferencias en precio, encontrando lo siguiente:



EL CONGRESO DE LA IGUALDAD DE GÉNERO

LXIV
LEGISLATURA
H. CONGRESO DEL
ESTADO DE OAXACA



"2021, Año del Reconocimiento al Personal de Salud, por la Lucha Contra el Virus SARS-CoV-2, COVID-19"

Productos similares para mujeres y hombres con diferencia de precio

(Precios promedio por productos a escala nacional)

Mayor diferencia

Menor diferencia

Producto para la mujer	Precio	Producto para el hombre	Precio	Diferencias	
				(\$)	(%)
Rastrillo desechable, Gillette. Presto Barba (Rosa), paquete c/2.	\$47.17	Rastrillo desechable, Gillette. Presto Barba, paquete c/2.	\$40.24	\$6.93	15%
Ropa interior desechable, Tena, paquete 10 piezas, pants mujer, mediano, pañal para adulto.	\$145.30	Ropa interior desechable, Tena, paquete 10 piezas, pants Discret, CH/M, pañal para adulto.	\$126.03	\$19.27	13%
Máquina para afeitar Gillette Venus breeze para dama, blister 1 pieza.	\$117.24	Máquina para afeitar Gillette Mach3 Sensitive para caballero, blister 1 pieza.	\$108.45	\$8.80	8.1%
Tinte al agua permanente para Dama, L'Elite.	\$122.67	Tinte al agua permanente para Caballero, L'Elite.	\$113.83	\$8.83	7.8%
Cartuchos para afeitar Gillette Venus breeze para dama 2 pzas.	\$117.57	Cartuchos para afeitar Gillette Mach3 sensitive para caballero 2 pzas.	\$111.44	\$6.13	5.5%
Rastrillo desechable, Gillette. Presto Barba 3 (rosa), paquete c/2.	\$66.63	Rastrillo desechable, Gillette. Presto Barba 3 paquete c/2.	\$64.65	\$1.98	3.1%
Rastrillo desechable, Gillette Presto Barba Excel (Rosa), paquete c/2.	\$61.41	Rastrillo desechable, Gillette Presto Barba Excel, paquete c/2.	\$60.43	\$0.98	1.6%
Calzón entrenador niña, Huggies Pull-Ups, extra grande, paquete con 30 pzas.	\$181.67	Calzón entrenador niño, Huggies Pull-Ups, extra grande, paquete con 30 pzas.	\$179.27	\$2.41	1.3%
Desodorante para Dama, Rexona Clinical Clasic, caja c/barra 48g.	\$74.89	Desodorante para Caballero, Rexona Clinical Men Clean, caja c/barra 48g.	\$74.70	\$0.19	0.3%

Fuente: Información recabada del Programa **Quién es Quién en los Precios (QQP)** del 29 abril al 14 de mayo de 2019, por lo que la fecha de publicación de este artículo pudieron haber cambiado.

Si bien hay productos con características específicas para cada sexo, algunos solo difieren en el color de la etiqueta o el personaje que puede acompañar la marca, por lo tanto emiten las siguientes recomendaciones: compara precios, identificar los productos para la mujer, comprar en oferta o al mayoreo, si los productos son iguales y solo cambia el precio por el color rosa, considerar la posibilidad de comprar la versión neutra.

Aunado a lo anterior, no podemos pasar por alto la brecha salarial entre mujeres y hombres ya que de acuerdo a Naciones Unidas, las mujeres siguen ganando en todo el mundo un 23 % menos que los hombres en el mercado de trabajo por el mismo empleo.



LXIV
LEGISLATURA
H. CONGRESO DEL
ESTADO DE OAXACA
EL CONGRESO DE LA IGUALDAD DE GÉNERO



*"2021, Año del Reconocimiento al Personal de Salud, por la Lucha Contra el Virus
SARS-CoV-2, COVID-19"*

Elevar los costos de productos solo porque van dirigidos a las mujeres da muestra de la desigualdad que sigue persistiendo en nuestra sociedad, si no ponemos un alto a esta forma de violencia y discriminación contra las mujeres que se da en la cotidianidad, difícilmente podemos poner fin a las prácticas machistas que siguen vulnerando a las mujeres.

No existe razón válida y suficiente por la que las mujeres tengamos que pagar más por artículos de higiene y cuidado personal e incluso de salud y ropa en comparación con los artículos para hombres.

Ante esta problemática, es urgente la intervención y actuación de la Profeco para hacer visible este fenómeno entre la población, de tal forma que conozca y tome conciencia de esta situación, así también para que emprenda las acciones necesarias para erradicar estas prácticas de abuso por parte de los proveedores de bienes y servicios en perjuicio de un sector de consumidores, en este caso, el sector femenino.

Es de señalar que la PROFECO es la instancia encargada de fomentar permanentemente una cultura de consumo responsable e inteligente, entendido como aquel que implica un consumo consciente, informado, crítico, saludable, sustentable, solidario y activo, a fin de que los consumidores estén en la posibilidad de realizar una buena toma de decisiones, suficientemente informada, respecto del consumo de bienes y servicios, los efectos de sus actos de consumo, y los derechos que los asisten.

Que tiene además como misión, proteger y promover los derechos de los consumidores, garantizando las relaciones comerciales equitativas que fortalezcan la cultura del consumo responsable y el acceso en mejores condiciones de mercado a productos y servicios, asegurando la certeza, legalidad y seguridad jurídica dentro del marco normativo de los Derechos Humanos reconocidos para los consumidores.

Por las razones expuestas, someto a consideración de esta Soberanía el siguiente:



EL CONGRESO DE LA IGUALDAD DE GÉNERO

LXIV
LEGISLATURA
H. CONGRESO DEL
ESTADO DE OAXACA



"2021, Año del Reconocimiento al Personal de Salud, por la Lucha Contra el Virus SARS-CoV-2, COVID-19"

Punto de Acuerdo

La Sexagésima Cuarta Legislatura del H. Congreso del Estado de Oaxaca exhorta a la Titular de la Delegación de la Procuraduría Federal del Consumidor en el Estado para que en el marco de sus atribuciones, instrumente las acciones necesarias a fin de visibilizar, erradicar y sancionar la imposición del denominado "impuesto rosa" ya que su aplicación es una clara forma de desigualdad y desventaja contra las mujeres.

Atentamente

Diputada Hilda Graciela Pérez Luis
LXIV Legislatura del Honorable
Congreso el Estado de Oaxaca



CONGRESO DEL ESTADO DE OAXACA
LXIV LEGISLATURA
DIP. HILDA GRACIELA PÉREZ LUIS
DIPUTADA LOCAL
DISTRITO 11 OAXACA SUR