

INICIATIVA QUE REFORMA LOS ARTÍCULOS 1, 24 Y 58 DE LA LEY FEDERAL DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR, A CARGO DE LA DIPUTADA OLGA PATRICIA SOSA RUIZ, DEL GRUPO PARLAMENTARIO DEL PES

Quien suscribe, Olga Patricia Sosa Ruiz, integrante del Grupo Parlamentario del Partido Encuentro Social en la LXIV Legislatura de la Cámara de Diputados, con fundamento en lo dispuesto en los artículos 71, fracción II, y 72, inciso h), de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, así como 6, numeral 1, 77 y 78 del Reglamento de la Cámara de Diputados, somete a consideración de este Congreso la presente iniciativa con proyecto de decreto, por el cual se reforman los artículos 1, 24 y 58, de la Ley Federal de Protección al Consumidor, al tenor de la siguiente

Exposición de Motivos

En el panorama que vivimos hoy las mujeres, resulta un eufemismo denominar “circunstancias” al prolongado camino de iniquidad al que nos enfrentamos, el vasto registro de injusticia, exclusión y opresión que a lo largo de innumerables siglos nos ha vulnerado.¹

Las mujeres continúan siendo uno de los sectores más pobres, ya que son las que cargan con las más graves consecuencias del analfabetismo y la educación básica. Como grupo social, padecemos graves efectos de violencia social por el simple hecho de ser mujeres: enfrentamos la agresión sexual bajo las formas de acoso, violación y abusos diversos; enfrentamos la discriminación por cuestión de género; y nos enfrentamos a un legado cultural que nos coloca constantemente en desventaja frente a los hombres.²

De acuerdo con lo anterior, la discriminación es definida de la siguiente manera en el artículo 1 de la Ley Federal para prevenir y eliminar la Discriminación:

toda distinción, exclusión, restricción o preferencia que, por acción u omisión, con intención o sin ella, no sea objetiva, racional ni proporcional y tenga por objeto o resultado obstaculizar, restringir, impedir, menoscabar o anular el reconocimiento, goce o ejercicio de los derechos humanos y libertades, cuando se base en uno o más de los siguientes motivos: el origen étnico o nacional, el color de piel, la cultura, el sexo, el género, la edad, las discapacidades, la condición social, económica, de salud o jurídica, la religión, la apariencia física, las características genéticas, la situación migratoria, el embarazo, la lengua, las opiniones, las preferencias sexuales, la identidad o filiación política, el estado civil, la situación familiar, las responsabilidades familiares, el idioma, los antecedentes penales o cualquier otro motivo.

También se entenderá como discriminación la homofobia, misoginia, cualquier manifestación de xenofobia, segregación racial, antisemitismo, así como la discriminación racial y otras formas conexas de intolerancia.

A escala internacional, el ordenamiento en materia de derechos humanos prohíbe la discriminación por motivos de sexo y contempla garantías para que los hombres y las mujeres puedan disfrutar en condiciones de igualdad sus derechos civiles, culturales, económicos, políticos y sociales.³

La Convención sobre la Eliminación de Todas las Formas de Discriminación contra la Mujer establece en el artículo 15 que los Estados que la han ratificado deben reconocer a la mujer la igualdad con el hombre. Asimismo, los Estados parte de la convención se comprometen a adoptar todas las medidas adecuadas, incluso de carácter legislativo, para modificar o derogar leyes, reglamentos, usos y prácticas que constituyan discriminación contra la mujer.⁴

México la firmó en 1980 y la ratificó el 23 de marzo de 1981 y desde este momento ha constituido como un compromiso ineludible para la creación e implementación de políticas públicas para lograr la igualdad entre mujeres y hombres, y para enfrentar la discriminación y la violencia contra mujeres y niñas.⁵

Sin embargo, en las más recientes décadas se ha desarrollado un fenómeno económico y social, que ha sido denominado *impuesto rosa*, consistente en la existencia de una “versión femenina” de productos ofrecidos en el mercado, los cuales también cuentan con una versión neutra o una “masculina”, notoriamente más baratas.

Resulta necesario hacer énfasis en que el nombre que ha adquirido este fenómeno dista mucho de ser real, esto debido a que los impuestos son recaudaciones realizadas por los gobiernos y que tienen como finalidad solventar el gasto público. Sin embargo, en este caso, las ganancias se concentran en aquellos que lucran con la comercialización y distribución de los productos o servicios que perpetúan constructos sociales que discriminan a las mujeres y fomentan los estereotipos de género.⁶

La Procuraduría Federal del Consumidor (Profeco) publicó en junio de 2019 que los productos centrados en el sector femenino suelen ser hasta 17 por ciento más caros en comparación que los neutros o destinados a hombres.⁷

Entre abril y mayo de 2019, la Profeco recabó mediante el programa *Quién es Quién en los Precios* información de diversos productos que en esencia resultan similares y que generan los mismos beneficios, esto con el objetivo de hacer evidentes las diferencias entre los precios de estos productos, dependiendo el sector poblacional al cual se encuentra dirigido.⁸

Tabla 1.- Productos similares para mujeres y hombres con diferencia de precio. (Precios promedio por productos a escala nacional)⁹

Productos 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	17.2%
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	15.3%
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: Programa Quien es Quien en los Precios (QQP) del 29 de abril de 2019 a 14 de mayo de 2019.

Como identificamos en la tabla anterior, elaborada por la Profeco, y en concordancia con las declaraciones de Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros (Condusef), los

productos asociados con la higiene personal de las mujeres son los que registran en mayor medida el sobreprecio en cuestión, mismos que pueden llegar a sustituirse por algún otro genérico, incluso, por productos similares para hombres.¹⁰

Las autoridades pese a que reconocen que hay productos con características específicas para cada sexo, y que algunos difieren sólo en el color de las etiquetas o del producto y en las imágenes que acompañan la marca,¹¹ su respuesta ha sido únicamente la emisión de las siguientes recomendaciones:

- Compara precios.
- Identifica los productos para la mujer.
- Compra en oferta o al mayoreo.
- En el caso de los productos para bebés o niños, considera la adquisición de artículos neutros.
- Si los productos son iguales y solo cambia el precio por el color rosa, considera la posibilidad de comprar la versión neutra.
- Ciertamente hay muchos productos que no pueden ser reemplazados por las versiones masculinas, brinda la oportunidad a otra opción, puede resultar mejor y hasta de menor precio.

Si bien a los consumidores resultarán útiles dichas recomendaciones emitidas por la Profeco, también es cierto que el contexto en el cual se desarrollan estas actividades, las cuales pueden percibirse como discriminatorias y abusivas, dañan económicamente a un importante sector de la población.

Por tanto, la presente reforma tiene como finalidad que se establezca en la Ley Federal de Protección al Consumidor, que los proveedores en ningún caso podrán establecer precios distintos entre bienes y servicios que son esencialmente similares, que cumplan la misma función o que provean el mismo beneficio, por estar dirigidos a un género en particular, en sus marcas, mercadotecnia, etiquetado, denominación, textos, diálogos, sonidos, imágenes, y otras descripciones sobre el bien o servicio.

Asimismo, mediante la presente reforma, los proveedores que lleven a cabo estos actos se harán acreedores a una infracción por la Profeco, según lo establecido en el artículo 127 de la ley en comento. Dicha infracción consiste en una sanción pecuniaria de entre 545.74 y 1 millón 746 mil 360.37 pesos.

El siguiente cuadro comparativo resume los alcances de la propuesta de reforma de la Ley Federal de Protección al Consumidor:

LEY FEDERAL DE PROTECCION AL CONSUMIDOR	
Texto Vigente	Propuesta de Reforma
<p>ARTÍCULO 1.- La presente ley es de orden público e interés social y de observancia en toda la República. Sus disposiciones son irrenunciables y contra su observancia no podrán alegarse costumbres, usos, prácticas, convenios o estipulaciones en contrario.</p> <p>El objeto de esta ley es promover y proteger los derechos y cultura del consumidor y procurar la equidad, certeza y seguridad jurídica en las relaciones entre proveedores y consumidores.</p> <p>Son principios básicos en las relaciones de consumo:</p> <p>I. [...] a IX. [...]</p> <p>X. La protección de los derechos de la infancia, adultos mayores, personas con discapacidad e indígenas, y</p> <p>XI. [...]</p> <p>Los derechos previstos en esta ley no excluyen otros derivados de tratados o convenciones internacionales de los que México sea signatario; de la legislación interna ordinaria; de reglamentos expedidos por las autoridades administrativas competentes; así como de los que deriven de los principios generales de derecho, la analogía, las costumbres y la equidad.</p>	<p>ARTÍCULO 1.- La presente ley es de orden público e interés social y de observancia en toda la República. Sus disposiciones son irrenunciables y contra su observancia no podrán alegarse costumbres, usos, prácticas, convenios o estipulaciones en contrario.</p> <p>El objeto de esta ley es promover y proteger los derechos y cultura del consumidor y procurar la equidad, certeza y seguridad jurídica en las relaciones entre proveedores y consumidores.</p> <p>Son principios básicos en las relaciones de consumo:</p> <p>I. [...] a IX. [...]</p> <p>X. La protección de los derechos de la infancia, adultos mayores, personas con discapacidad, mujeres e indígenas, y</p> <p>XI. [...]</p> <p>Los derechos previstos en esta ley no excluyen otros derivados de tratados o convenciones internacionales de los que México sea signatario; de la legislación interna ordinaria; de reglamentos expedidos por las autoridades administrativas competentes; así como de los que deriven de los principios generales de derecho, la analogía, las costumbres y la equidad.</p>
<p>ARTÍCULO 24. La procuraduría tiene las siguientes atribuciones:</p> <p>I. [...] a XXI. [...]</p> <p>XXII. Coadyuvar con las autoridades competentes para salvaguardar los derechos</p>	<p>ARTÍCULO 24. La procuraduría tiene las siguientes atribuciones:</p> <p>I. [...] a XXI. [...]</p> <p>XXII. Coadyuvar con las autoridades competentes para salvaguardar los derechos</p>

de la infancia, adultos mayores, personas con discapacidad e indígenas;	de la infancia, adultos mayores, personas con discapacidad, mujeres e indígenas;
XXIII. [...] a XXVII. [...]	XXIII. [...] a XXVII. [...]
<p>ARTÍCULO 58.- El proveedor de bienes, productos o servicios no podrá negarlos o condicionarlos al consumidor por razones de género, nacionalidad, étnicas, preferencia sexual, religiosas o cualquiera otra particularidad.</p> <p>Los proveedores de bienes y servicios que ofrezcan éstos al público en general, no podrán establecer preferencias o discriminación alguna respecto a los solicitantes del servicio, tales como selección de clientela, condicionamiento del consumo, reserva del derecho de admisión, exclusión a personas con discapacidad y otras prácticas similares, salvo por causas que afecten la seguridad o tranquilidad del establecimiento, de sus clientes o de las personas discapacitadas, o se funden en disposiciones expresas de otros ordenamientos legales. Dichos proveedores en ningún caso podrán aplicar o cobrar tarifas superiores a las autorizadas o registradas para la clientela en general, ni ofrecer o aplicar descuentos en forma parcial o discriminatoria. Tampoco podrán aplicar o cobrar cuotas extraordinarias o compensatorias a las personas con discapacidad por sus implementos médicos, ortopédicos, tecnológicos, educativos o deportivos necesarios para su uso personal, incluyéndose el perro guía en el caso de invidentes.</p> <p>Los proveedores están obligados a dar las facilidades o contar con los dispositivos indispensables para que las personas con discapacidad puedan utilizar los bienes o servicios que ofrecen. Dichas facilidades y dispositivos no pueden ser inferiores a los que determinen las disposiciones legales o normas oficiales aplicables, ni tampoco podrá el</p>	<p>ARTÍCULO 58.- El proveedor de bienes, productos o servicios no podrá negarlos o condicionarlos al consumidor por razones de género, nacionalidad, étnicas, preferencia sexual, religiosas o cualquiera otra particularidad.</p> <p>Los proveedores de bienes y servicios que ofrezcan éstos al público en general, no podrán establecer preferencias o discriminación alguna respecto a los solicitantes del servicio, tales como selección de clientela, condicionamiento del consumo, reserva del derecho de admisión, exclusión a personas con discapacidad y otras prácticas similares, salvo por causas que afecten la seguridad o tranquilidad del establecimiento, de sus clientes o de las personas discapacitadas, o se funden en disposiciones expresas de otros ordenamientos legales. Dichos proveedores en ningún caso podrán aplicar o cobrar tarifas superiores a las autorizadas o registradas para la clientela en general, ni ofrecer o aplicar descuentos en forma parcial o discriminatoria. Tampoco podrán aplicar o cobrar cuotas extraordinarias o compensatorias a las personas con discapacidad por sus implementos médicos, ortopédicos, tecnológicos, educativos o deportivos necesarios para su uso personal, incluyéndose el perro guía en el caso de invidentes.</p> <p>Los proveedores en ningún caso podrán establecer precios distintos entre bienes y servicios esencialmente similares, que cumplan la misma función o que provean el mismo beneficio, por estar dirigidos a un género en particular, en sus marcas, mercadotecnia, etiquetado, denominación, textos, diálogos, sonidos, imágenes, y otras descripciones sobre el bien o servicio.</p> <p>Los proveedores están obligados a dar las facilidades o contar con los dispositivos indispensables para que las personas con discapacidad puedan utilizar los bienes o servicios que ofrecen. Dichas facilidades y dispositivos no pueden ser inferiores a los que determinen las disposiciones legales o normas oficiales aplicables, ni tampoco podrá el</p>
proveedor establecer condiciones o limitaciones que reduzcan los derechos que legalmente correspondan al discapacitado como consumidor.	proveedor establecer condiciones o limitaciones que reduzcan los derechos que legalmente correspondan al discapacitado como consumidor.

Por lo expuesto y fundado someto a consideración de esta asamblea la presente iniciativa con proyecto de

Decreto por el cual se reforman diversas disposiciones de la Ley Federal de Protección al Consumidor

Único. Se **reforman** los artículos 1, 24 y 58 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, para quedar como sigue:

Artículo 1. La presente ley es de orden público e interés social y de observancia en toda la república. Sus disposiciones son irrenunciables y contra su observancia no podrán alegarse costumbres, usos, prácticas, convenios o estipulaciones en contrario.

El objeto de esta ley es promover y proteger los derechos y cultura del consumidor y procurar la equidad, certeza y seguridad jurídica en las relaciones entre proveedores y consumidores.

Son principios básicos en las relaciones de consumo

I. a IX. [...]

X. La protección de los derechos de la infancia, adultos mayores, personas con discapacidad, **mujeres** e indígenas; y

XI. [...]

Los derechos previstos en esta ley no excluyen otros derivados de tratados o convenciones internacionales de los que México sea signatario; de la legislación interna ordinaria; de reglamentos expedidos por las autoridades administrativas competentes; así como de los que deriven de los principios generales de derecho, la analogía, las costumbres y la equidad.

Artículo 24. La procuraduría tiene las siguientes atribuciones:

I. a XXI. [...]

XXII. Coadyuvar con las autoridades competentes para salvaguardar los derechos de la infancia, adultos mayores, personas con discapacidad, **mujeres** e indígenas;

XXIII. a XXVII. [...]

Artículo 58. El proveedor de bienes, productos o servicios no podrá negarlos o condicionarlos al consumidor por razones de género, nacionalidad, étnicas, preferencia sexual, religiosas o cualquiera otra particularidad.

Los proveedores de bienes y servicios que ofrezcan éstos al público en general, no podrán establecer preferencias o discriminación alguna respecto a los solicitantes del servicio, tales como selección de clientela, condicionamiento del consumo, reserva del derecho de admisión, exclusión a personas con discapacidad y otras prácticas similares, salvo por causas que afecten la seguridad o tranquilidad del establecimiento, de sus clientes o de las personas discapacitadas, o se funden en disposiciones expresas de otros ordenamientos legales. Dichos proveedores en ningún caso podrán aplicar o cobrar tarifas superiores a las autorizadas o registradas para la clientela en general, ni ofrecer o aplicar descuentos en forma parcial o discriminatoria. Tampoco podrán aplicar o cobrar cuotas extraordinarias o compensatorias a las personas con discapacidad por sus implementos médicos, ortopédicos, tecnológicos, educativos o deportivos necesarios para su uso personal, incluyéndose el perro guía en el caso de invidentes.

Los proveedores en ningún caso podrán establecer precios distintos entre bienes y servicios esencialmente similares, que cumplan la misma función o que provean el mismo beneficio, por estar dirigidos a un género en particular, en sus marcas, mercadotecnia, etiquetado, denominación, textos, diálogos, sonidos, imágenes, y otras descripciones sobre el bien o servicio.

Los proveedores están obligados a dar las facilidades o contar con los dispositivos indispensables para que las personas con discapacidad puedan utilizar los bienes o servicios que ofrecen. Dichas facilidades y dispositivos no pueden ser inferiores a los que determinen las disposiciones legales o normas oficiales aplicables, ni tampoco podrá el proveedor establecer condiciones o limitaciones que reduzcan los derechos que legalmente correspondan al discapacitado como consumidor.

Transitorio

Único. El presente decreto entrará en vigor el día siguiente al de su publicación en el Diario Oficial de la Federación.

Notas

1 Estella Serret, “Discriminación de género, la inconsecuencia de la democracia”, Conapred, fecha: 2008, fecha de consulta: 29 de septiembre de 2019, disponible en

https://www.conapred.org.mx/documentos_cedoc/CI006.pdf

2 Estella Serret, “Discriminación de género, la inconsecuencia de la democracia”, página 7.

3 *Lucha contra la discriminación de la mujer*, OACDH, fecha: 2009, fecha de consulta: 29 de septiembre de 2019, disponible en

<https://www.ohchr.org/SP/AboutUs/Pages/DiscriminationAgaInstWomen.aspx>

4 *Lucha contra la discriminación de la mujer*, OACDH.

5 “Hombres y mujeres en México 2018”, CEDOC e Inmujeres, fecha: 2018, fecha de consulta: 29 de septiembre de 2019, disponible en

http://cedoc.inmujeres.gob.mx/documentos_download/MHM_2018.pdf

6 “En México, los artículos de mujer son 17 por ciento más caros. Y ellas ganan hasta 34 por ciento menos que los hombres”, en *Sin Embargo*, fecha: 13 de septiembre de 2019, fecha de consulta: 29 de septiembre de 2019, disponible en

<https://www.sinembargo.mx/13-09-2019/3643994>

7 *Impuesto rosa: la utilidad no tiene color*, Procuraduría Federal del Consumidor, fecha: 21 de junio de 2019, fecha de consulta: 29 de septiembre de 2019, disponible en

<https://www.gob.mx/profeco/articulos/impuesto-rosa-la-utilidad-no-tiene-color?idiom=es>

8 *Ibidem*, *Impuesto rosa: la utilidad no tiene color*, Procuraduría Federal del Consumidor.

9 *Ibidem*, *Impuesto rosa: la utilidad no tiene color*, Procuraduría Federal del Consumidor.

10 “*Pink tax*, o impuesto rosa”, Condusef, fecha: julio de 2019, fecha de consulta: 29 de septiembre de 2019, disponible en

<https://www.condusef.gob.mx/Revista/index.php/usuario-inteligente/consejos/1125-pink-tax-o-impuesto-rosa>

11 *Ibíd.*, *Impuesto rosa: la utilidad no tiene color*, Procuraduría Federal del Consumidor.

Palacio Legislativo de San Lázaro, a 3 de octubre de 2019.

Diputada Olga Patricia Sosa Ruiz (rúbrica)

S I L