

SENADO DE PUERTO RICO

R. del S. 28

18 de enero de 2017

Presentado por el señor *Nadal Power*

Referido a la Comisión de Asuntos Internos

RESOLUCIÓN

Para ordenar a la Comisión de Asuntos del Consumidor y Servicios Públicos, y a la Comisión de Asuntos de la Mujer del Senado de Puerto Rico investigar si existe en Puerto Rico discriminación de precios en los artículos y servicios a base del género a quien están dirigidos; los efectos que esta discriminación pueda tener en las personas afectadas; posibles alternativas para detener este tipo de discriminación; y para otros fines relacionados.

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

La discriminación de precio a base de género ocurre cuando compañías o comerciantes ofrecen productos o servicios a un precio diferente por el mero hecho de que la persona es un hombre o una mujer. Desde hace muchos años, otras jurisdicciones dentro y fuera de Estados Unidos, así como organizaciones e instituciones privadas, han realizado estudios para conocer si hay discriminación de precio a base del género a quien se le vende el artículo o servicio. El consenso de estos estudios es que, generalmente, los artículos y servicios dirigidos a niñas y mujeres tienden a ser más costosos que sus contrapartes dirigidas a niños y hombres. Esta diferencia que tienen que pagar las mujeres se le ha llamado impuesto por género (*gender tax*), impuesto a la mujer (*woman tax*), impuesto rosado (*pink tax*), entre otros.

Uno de los primeros estudios sobre este asunto lo realizó el estado de California en el 1996. El mismo reveló que las mujeres pagaban aproximadamente \$1,351 anuales más por los mismos productos y servicios que recibían los hombres. Este acontecimiento movió al estado de California a ser el primer, y único, estado en la unión americana en prohibir el discrimen de precio a base de género. Sin embargo, hay otras jurisdicciones en Estados Unidos que también

prohíben este tipo de discriminación, incluyendo la ciudad de Nueva York y el condado Miami-Dade en Florida.

Otros estudios han confirmado los hallazgos del estado de California. En el 2010, un estudio de *Consumer Reports* reportó que las mujeres generalmente pagan más que los hombres en artículos como cremas de afeitar, desodorantes, analgésicos, revitalizadores de ojos, jabones y navajas de afeitar. En este estudio salió a relucir que las mujeres pueden pagar hasta 50% más que los hombres por productos similares, aunque no se descartó la posibilidad de que algunos productos de mujeres costaran más que los de hombres en elaborarse.

En diciembre del año pasado, el Departamento de Asuntos del Consumidor de la ciudad de Nueva York realizó un estudio en donde se compararon los precios de las versiones masculinas y femeninas de alrededor de 800 productos. El estudio reflejó que, en promedio, los productos mercadeados para mujeres y niñas en Nueva York costaban 7% más que su equivalente para hombres y niños. A modo de ejemplo, el periódico *The Washington Post* en su versión digital, reseñó el estudio de la ciudad de Nueva York y utilizó como muestra el precio de un scooter rojo para niños y un scooter rosado para niñas en una tienda en particular. Además del color, los productos tenían muy pocas diferencias entre sí, sin embargo, el scooter de niños tenía un precio de \$24.99 mientras que el de niñas era de \$49.99.

El estudio de Nueva York encontró que la categoría de productos en donde se presentaba una mayor discrepancia de precios fue en la de cuidado del cabello, en donde los precios de los productos femeninos eran 48% más alto, en promedio, que el de un producto equivalente de hombres. En segundo lugar estuvo la categoría de las navajas de afeitar en donde el precio era 11% más alto para los productos de mujeres que el de los hombres. En total, en el 42% de los productos evaluados, la versión femenina era más costosa que la versión masculina, mientras que sólo el 18% del tiempo el producto masculino era más costoso que su versión femenina.

La Universidad de Florida Central (*University of Central Florida*) ha realizado estudios con resultados similares. En particular, destacó que el precio de los desodorantes de mujeres tiende a ser 30% más alto que su equivalente de hombres. En el estudio se reafirma que la única diferencia discernible era el olor, ya que, en la mayoría de los productos evaluados, ambas versiones femenina y masculina tenían los mismos ingredientes activos. Muchos otros estudios se han realizado en donde comparan otros artículos y servicios, desde el lavado en seco, planes médicos, préstamos hipotecarios, recortes de pelo y la venta de automóviles, los cuales han

concluido que existe una diferencia de precio por el producto o servicio de acuerdo al género de la persona.

Este fenómeno no sólo ocurre en Estados Unidos. El periódico inglés *The Times* hizo un estudio de artículos dirigidos a un género en particular, y encontró que aquéllos mercadeados para mujeres eran 37% más costos, en promedio, que aquéllos mercadeados para hombres. Como si fuera poco, según data federal, las mujeres en Estados Unidos ganan alrededor de 79 centavos por cada dólar que se le paga a un hombre. En otras palabras, las mujeres, en general, ganan menos que los hombres por trabajos similares y tienen que pagar más por productos similares.

Aunque en ciertas instancias las diferencias de precios pueden ser legítimas, es inconcebible que en países como Estados Unidos se esté cobrando más por productos y servicios de mujeres, iguales en sus propiedades o contenidos en comparación con sus equivalentes para hombres. Esta es una práctica que se tiene que eliminar, creando mecanismos que velen por la justicia y equidad de los géneros. En Puerto Rico, no tenemos un panorama claro que indique si hay discriminación de precios en productos y servicios a base del género para el que están dirigidos los mismos. Por ende, esta Asamblea Legislativa considera esencial realizar una investigación exhaustiva para descubrir si existe este tipo de discriminación. De haber algún tipo de discrimen en los precios, mediante esta resolución se ordena a elaborar alternativas de legislación para atender esta situación lo antes posible.

RESUÉLVASE POR EL SENADO DE PUERTO RICO:

1 Sección 1.- Se ordena a la Comisión de Asuntos del Consumidor y Servicios Públicos,
2 y a la Comisión de Asuntos de la Mujer del Senado de Puerto Rico investigar
3 exhaustivamente si existe en Puerto Rico discriminación de precios en los artículos y
4 servicios a base del género a quien están dirigidos; los efectos que esta discriminación pueda
5 tener en las personas afectadas; posibles alternativas para detener este tipo de discriminación;
6 y recomendar la legislación necesaria para detener este tipo de prácticas.

7 Sección 2.- La Comisión de Asuntos del Consumidor y Servicios Públicos, y a la
8 Comisión de Asuntos de la Mujer del Senado de Puerto Rico realizarán el referido estudio y

1 rendirán un informe con sus recomendaciones, conclusiones, hallazgos y propuestas de
2 legislación para consideración del Senado del Estado Libre Asociado de Puerto Rico en un
3 plazo no mayor de noventa (90) días luego de aprobada esta Resolución.

4 Sección 3.- Esta Resolución entrará en vigor inmediatamente después de su
5 aprobación.