

CÁNCER DE MAMA

ERES TU MEJOR ALIADA

Objetivo

Sensibilizar a las mujeres sobre el cáncer de mama, para lograr aumentar la atención y apoyo a la detección temprana y el tratamiento de esta enfermedad. También darles a conocer la Ley Olimpia que tiene la finalidad de sancionar la violencia digital en los medios de comunicación y la iniciativa aprobada en materia fiscal a productos femeninos de gestión menstrual, tasa 0%.

Justificación

La información sobre los signos y síntomas del cáncer de mama, así como la autoexploración y la realización de la mastografía, son de gran utilidad para fomentar la toma de conciencia entre las mujeres en situación de riesgo y la búsqueda de atención temprana.

La violación de datos o información privada mediante el uso de tecnologías, ha dado inicio a promover proyectos que regulan la violencia digital al ser considerado un delito, por ello es importante, hacer del conocimiento las reformas legislativas realizadas a la Ley General de Acceso de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia y al Código Penal Federal que dio origen a la creación de la Ley Olimpia como una iniciativa encargada de sancionar la violencia digital (CIBERVIOLENCIA).

El nuevo sistema tributario con perspectiva de género, eliminó el IVA en los productos de higiene menstrual, al considerarlos de primera necesidad para las mujeres. El IVA representaba un impuesto sexista que iba en perjuicio de la igualdad entre las mujeres y los hombres en el sistema fiscal mexicano.

Además, el consumo de artículos de higiene menstrual representa un paso hacia la eliminación de sesgos de género y la inclusión de perspectiva de género en la política fiscal.



CGED-DEC

FICHA EDUCATIVA DEL PAQUETE DIDÁCTICO 3.23



ECONOMÍA
SECRETARÍA DE ECONOMÍA

PROFECO
PROCURADURÍA FEDERAL
DEL CONSUMIDOR

CÁNCER DE MAMA ERES TU MEJOR ALIADA

El Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) considera al cáncer de mama como la primera causa de muerte en mujeres al desarrollar tumores en distintas partes de la mama; para la Organización Mundial de Salud (OMS) es mucho más mortal entre las mujeres de 20 a 59 años en el mundo. Tan solo en 2017, México registro 6,854 decesos por esta enfermedad.

El mes de octubre se estableció como el mes de la sensibilización sobre el cáncer de mama.

DETECTA Y ACTÚA

La OMS asegura que la detección temprana es la principal prevención del control de esta enfermedad al mejorar el pronóstico y subsistencia a quien la padece. Existiendo dos métodos de prevención:

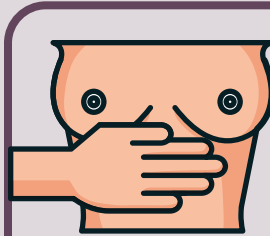
1

Tener el conocimiento de los primeros signos y síntomas de la enfermedad.

2

Realizarse una mastografía que indique alguna anomalía.

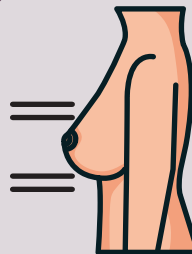
De acuerdo con la Secretaría de Salud, la mastografía sigue siendo la mejor herramienta para su detección temprana, al detectar hasta el 90% de los cánceres en mujeres sin signos, ni síntomas. Al respecto, la Norma Oficial Mexicana NOM – 041-SSA2-2011 para la prevención, diagnóstico, tratamiento, control y vigilancia epidemiológica del cáncer de mama, establece tres acciones básicas para fomentar su detección.



La autoexploración que debe iniciar a los 20 años, cada mes.



El examen clínico, a partir de los 25 años de manera anual.



La mastografía en mujeres de 40 a 49 años cada dos años.

Estudios clínicos básicos

Mastografía o mamografía: radiografía que sirve para la detección de nódulos (masa de células redonda, abultada y dura de tejido) o quistes a veces muy pequeños imposibles de detectar con el examen manual.



2

FICHA EDUCATIVA DEL PAQUETE DIDÁCTICO 3.23



ECONOMÍA
SECRETARÍA DE ECONOMÍA

PROFECO
PROCURADURÍA FEDERAL
DEL CONSUMIDOR

En la cual existen dos tipos:

1

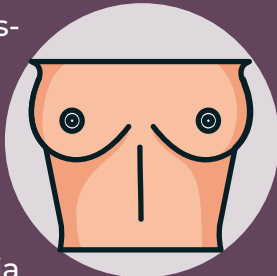
La detección en mujeres aparentemente sanas.

2

El diagnóstico, cuando el resultado en la exploración clínica se presenta alguna lesión sospechosa.

Es recomendada cada dos años en mujeres de 40 a 50 años de edad y a mujeres de 50 años o más, anualmente.

Ultrasonido mamario: estudio complementario a la mastografía, que utiliza ondas de sonido para observar el interior de alguna parte del cuerpo. Brindando información complementaria sobre la dureza y la vascularidad de los tejidos del busto. Es aconsejable para mujeres de 30 a 35 años en adelante o cuando sea considerado complemento de la mastografía. El radiólogo especializado en imagenología mamaria, es el encargado de realizar los estudios por medio de análisis, determinando si son normales o no.



El jefe del departamento de tumores mamarios del Instituto Nacional de Cancerología, afirma que los signos comunes son cambios en la piel, retracción del pezón, masa palpable y secreción por el pezón, entre otros.

Existen dos características particulares de riesgo de contraer cáncer de mama.

1

No modificables: Ser mujer, edad, antecedentes familiares, menstruación a edad temprana, mutaciones genéticas, menopausia a una edad tardía, embarazo y lactancia entre otros.

2

Modificables: Sobrepeso, alimentación poco saludable y consumo de alcohol.

Si bien la enfermedad debe ser tratada por un oncólogo -médico especializado en cáncer-, también se aconseja buscar atención en algún centro especializado en esta enfermedad, que tenga un equipo multidisciplinario de profesionales.



FICHA EDUCATIVA DEL PAQUETE DIDÁCTICO 3.23



ECONOMÍA
SECRETARÍA DE ECONOMÍA

PROFECO
PROCURADURÍA FEDERAL
DEL CONSUMIDOR

“LEY OLIMPIA” Y EL COMBATE A LA VIOLENCIA DIGITAL

Es considerada un conjunto de reformas legislativas a la Ley General de Acceso de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia y al Código Penal Federal que reconoce la violencia digital (CIBERVIOLENCIA) como un delito y es sancionado con multas económicas o pena de cárcel a quienes violen la intimidad sexual de las personas a través de medios digitales, también conocida como ciberviolencia.

Se les conoce como Ley Olimpia, debido a la activista Olimpia Coral Melo quien realizó la promoción de proyectos que regularán la violación digital al ser víctima de la difusión de un video íntimo, sin su consentimiento.

La “Ley Olimpia” contempla sanciones de tres a seis años de prisión para quienes realicen estas acciones y multas que van de 500 a 1,000 Unidades de Medida y Actualización (UMA). En 2023 la UMA tiene un valor de 103.74 pesos diarios, según el Inegi.

Tan solo en 2019, 17.7 millones de personas que utilizaron internet fueron víctimas de esta infracción.

Se busca reconocer y sancionar el ciberacoso como un delito ya que éste genera violencia sexual a través de internet, concientizar a la sociedad sobre los derechos sexuales y la violencia digital y proteger el derecho a la intimidad personal, para salvaguardar la integridad de las personas.

El proyecto de dictamen definió los siguientes conceptos:

¿Qué es la violencia digital?

Es una conducta mediante actos de acoso, hostigamiento, amenazas, insultos de odio, vulneración de datos o información privada la cual se comparte, manipula o comercializan imágenes, videos o audios de una persona con contenido íntimo, sin su consentimiento mediante el uso de tecnologías con la amenaza de difundir esa información.

¿Qué es la violencia mediática?

Son actos de publicación o difusión de mensajes e imágenes a través de cualquier medio masivo que de manera directa o indirectamente promueve estereotipos sexistas de violencia contra las mujeres que permiten la discriminación de género o desigualdad entre mujeres y hombres.

¿Qué conductas atentan contra la intimidad sexual?

El video grabar, audio grabar, fotografiar o realizar videos reales o simulados de contenido sexual íntimo de una persona sin su consentimiento o mediante engaño a sabiendas de que no existe consentimiento.



TASA CERO

EN PRODUCTOS DE GESTIÓN MENSTRUAL

¡POR UNA MENSTRUACIÓN DIGNA Y UNA GESTIÓN SUSTENTABLE!

La Gestión Menstrual es considerada un tema de importancia y forma parte de los programas que promueve el Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF).

México fue el primer país de América Latina en aplicar el primero de enero de 2022 la tasa del Impuesto al Valor Agregado (IVA) a productos de higiene menstrual a 0%, como una política tributaria.

Objetivo de la política de Tasa 0%

Representa un avance importante en el acceso a dichos productos para las mujeres al brindarles mejores condiciones de igualdad de género particularmente en niñas y adolescentes en posición de pobreza cuya salud y educación están en riesgo.

La pobreza menstrual está definida por la falta de acceso a productos de gestión menstrual, la estigmatización y la falta de educación al respecto.

Logro para quienes consumen estos productos

Este logro conlleva esfuerzos de coordinación entre el sector empresarial y diversas instancias de gobierno encargadas de regular los precios al consumidor, para garantizar que todas las mujeres adolescentes y adultas puedan gestionar su periodo con dignidad.

En México la Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares (ENIGH) 2018, mostró que habitaban 64.4 millones de mujeres de las cuales entre los 10 y 54 años representaban el 66.65% de esta población.

66.65%

Mujeres de
10 y 54 años

64.4 millones de mujeres



FICHA EDUCATIVA DEL PAQUETE DIDÁCTICO 3.23



ECONOMÍA
SECRETARÍA DE ECONOMÍA

PROFECO
PROCURADURÍA FEDERAL
DEL CONSUMIDOR

Productos de Gestión Menstrual

La menstruación (también llamada periodo o regla) es un proceso que no se elige y que está presente en más de la mitad de la población femenina mexicana. En el que dicho proceso biológico mensual requiere de diversos productos, como toallas sanitarias, tampones o copas menstruales y recursos financieros, lo cual evidencia situaciones de desigualdad.

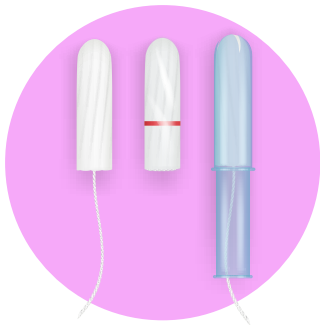
Productos que entran en la Tasa 0%

Toalla sanitaria



Durante la segunda guerra mundial, las enfermeras advirtieron que la celulosa mostraba ser 5 veces más absorbente que el algodón, siendo por esto el inicio de las toallas femeninas al ser utilizados los remanentes de las vendas de tela ultra absorbente.

Tampón



El tampón actual fue inventado en 1929, por EAELE HASS; siendo patentado hasta 1931, permaneciendo sin ninguna modificación hasta ahora. Fue diseñado para que las mujeres tuvieran una mejor movilidad, comodidad y seguridad.

UNICEF estima que en México el 43% de niñas y adolescentes prefieren quedarse en casa, que ir a la escuela durante su periodo menstrual. Por lo cual muchas de ellas dejan de asistir a clases e interrumpen su aprendizaje, lo que orilla a disminuir su participación activa en la sociedad y genera desigualdad.



43%



Solo el 5 % de niñas y adolescentes tiene conocimientos precisos sobre la menstruación.

Copa menstrual

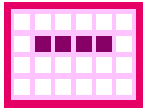


La norteamericana LEONA W. CHALMERS mostró la copa menstrual en los años 30, pero se continuaron originando patentes hasta 1963 al percatarse que no era remunerador por la falta de látex y su poco éxito comercial. Siendo hasta 1987 que se empezó a producir la copa menstrual de látex, en 2 tamaños y reutilizable. Produciéndose y comercializándose en el año 2000 la primera copa de silicona en el uso de espacios con condiciones de salubridad adecuadas.

LO QUE DEBES SABER

Cambio de toallas sanitarias o tampones

Se recomienda hacerlo cada 4 horas, en promedio se utilizan:



De **20 a 30** de estos productos al mes.



300 toallas o tampones al año, aproximadamente.



De **10 a 15 mil** piezas a lo largo de la vida.

El precio por menstruar

Aproximadamente son utilizadas 13 mil toallas femeninas al comenzar a menstruar a partir de los 13 años hasta los 50 años al llegar la menopausia.

El gasto promedio en toallas sanitarias a lo largo de la vida es de \$26,000 si se considera el costo de cada toalla de \$2.00 a \$3.00 y en tampones, considerando su precio promedio de \$4.00 por cada uno, sería de \$30,000.



Impacto de la Tasa 0%

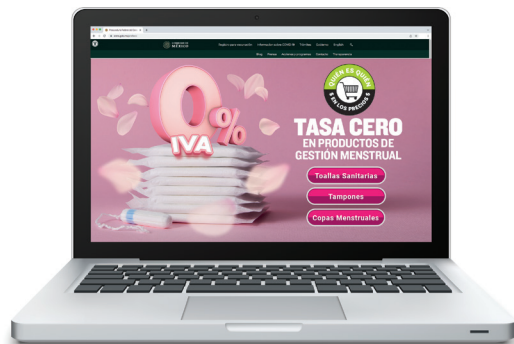
Se verá reflejado en una disminución gradual en los precios de toallas sanitarias, tampones y copas menstruales a partir de la entrada en vigor de la tasa 0% de IVA, beneficiando con ello al consumo de este producto de primera necesidad en más de la mitad de la población femenil del país.

El logro de tal disminución requiere de la colaboración de los principales actores tanto del mercado como del Gobierno.

Portal de información para el consumidor

La Procuraduría Federal del Consumidor (PROFECO) creó un portal especializado en el tema, está disponible en la siguiente dirección electrónica: <https://consumidoras.profeco.gob.mx/>

En el portal se podrá visualizar la información relacionada a las características de una variedad de productos destinados a la gestión menstrual y los costos ofrecidos por los comerciantes. Ya con esta información se podrán tomar mejores decisiones de compra. Los precios mostrados se deben considerar como costos de referencia, siendo actualizada la información mensualmente.



CONCLUSIONES

Las mujeres son un ejemplo de inteligencia, fuerza, responsabilidad y dedicación, lo que se refleja en su capacidad para superar las adversidades que se les presentan.

Se debe tomar conciencia sobre el cáncer de mama, así como tomar acciones preventivas enfocadas al bienestar, mediante la atención médica oportuna que lleve a una detección temprana, diagnóstico preciso y tratamiento apropiado.

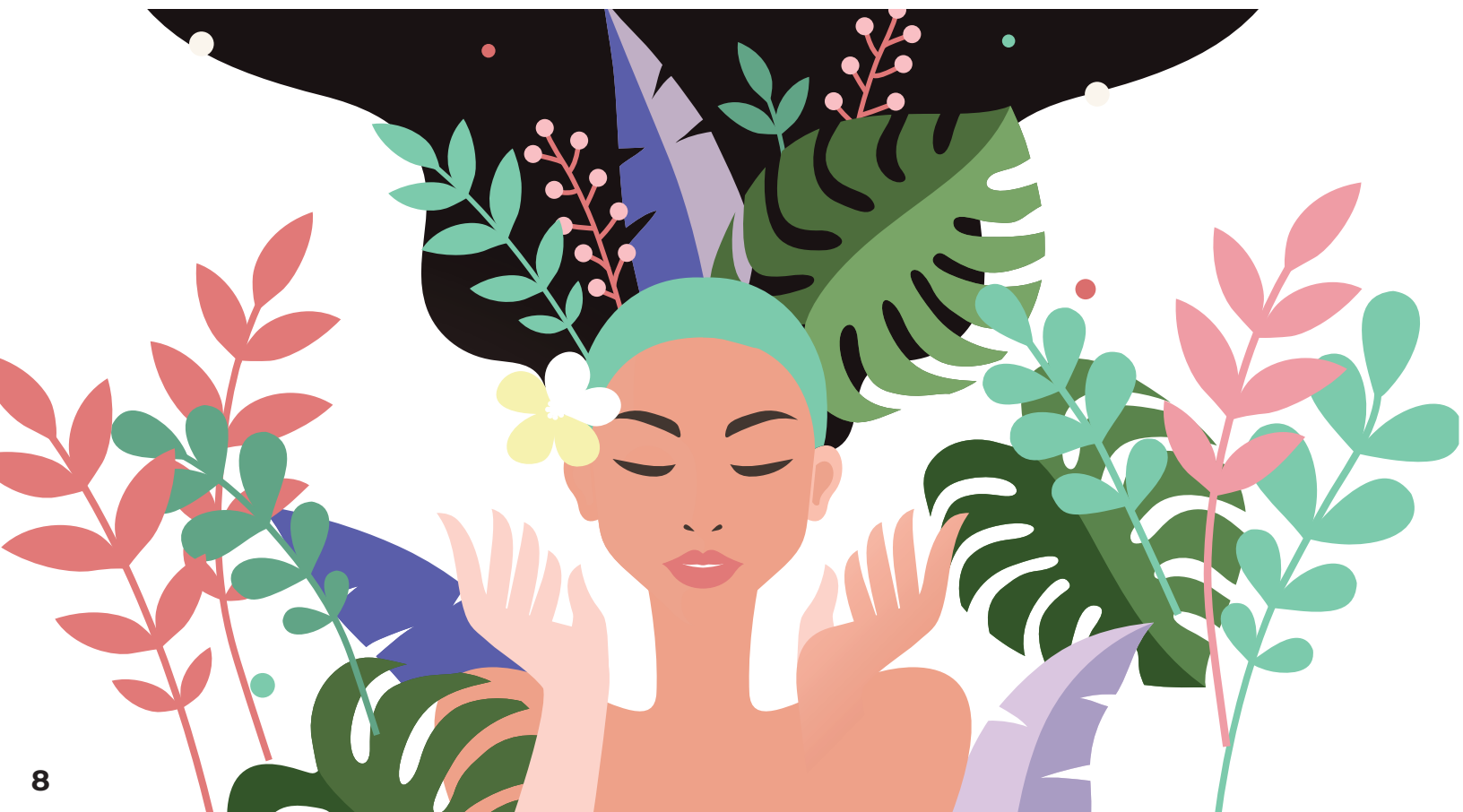
La violencia digital es un problema que en los últimos años no ha dejado de aumentar debido a las nuevas plataformas y formas de comunicación, es uno de los tipos de violencia que más ponen en riesgo a todos, pero principalmente a la mujer, la Ley Olimpia tiene como objetivos el sancionar, concientizar y principalmente proteger a las personas sin distinción de género; todos tenemos derecho a la intimidad personal,

así como el ejercicio libre y protegido de los derechos sexuales.

El IVA de 16% a los productos de gestión menstrual afectaba a aquellas que menos tenían, por lo que fue fundamental establecer la tasa 0%, sin el acceso a estos productos de menstruación, la mujer quedaba vulnerable y daba origen a las posibilidades de ausentismo y deserción escolar y laboral.

Se logró un avance importante en México al impulsar políticas públicas con perspectiva de género y su acceso a dichos productos de gestión menstrual con menos obstáculos para su obtención.

Es de suma importancia que las mujeres y la población en general, tengan la información y orientación adecuada y actual sobre diversos temas.



BIBLIOGRAFÍA

Profeco (2017). Cáncer de mama, prevención y detección. Revista del Consumidor (488), pp.24-29. Recuperado del sitio issuu.com en Revista del Consumidor Octubre 2017 BY PROFECO - ISSUU
https://issuu.com/profeco/docs/edicio__n_nu__mero_488_octubre_2017



Profeco (2019). El cáncer de mama. Revista del Consumidor (512), pp. 20-25. Recuperado del sitio issuu.com en Revista del Consumidor Octubre 2019 BY PROFECO - ISSUU
https://issuu.com/profeco/docs/revista_del_consumidor_octubre_2019



Profeco (2020). TD: Barras de Avena. Revista del Consumidor (524), pp.34-35. Recuperado del sitio issuu.com Revista del Consumidor Octubre 2020 BY PROFECO-ISSUU
<https://issuu.com/profeco/docs/revistadelconsumidor524octubre2020>



Profeco (2021). La “Ley Olimpia” y el combate a la violencia digital. Revista del Consumidor(529),pp.60–61.Recuperado del sitio issuu.com Revista del Consmidor Marzo 2021 BY PROFECO-ISSUU
<https://issuu.com/profeco/docs/revistadelconsumidor529marzo2021>



Procuraduría Federal del Consumidor (26 de abril de 2021), La “Ley Olimpia” y el combate a la violencia digital, recuperado el 23 de febrero de 2023
<https://www.gob.mx/profeco/es/articulos/la-ley-olimpia-y-el-combate-a-la-violencia-digital?idiom=es>

Profeco (2022). Tasa cero en productos de gestión menstrual. Revista del Consumidor (539), pp. 88-93. Recuperado del sitio issuu.com Revista del Consumidor Enero 2022 BY PROFECO-ISSUU
<https://issuu.com/profeco/docs/revistadelconsumidor539enero2022>



VIDEOS DE APOYO

CÁNCER DE MAMA. ERES TU MEJOR ALIADA

¿Qué debo saber sobre el cáncer de mama? <https://www.youtube.com/watch?v=zfty6FxtDpc>

#HazloPorTi | Día Mundial del Cáncer de Mama <https://www.youtube.com/watch?v=aHQVjlg6Z6g>

¿Qué estudios hacer para detectar cáncer de mama? <https://www.youtube.com/shorts/xlz-D3y7d2M>

Cáncer de mama <https://www.youtube.com/watch?v=upnM73xY4R4>

Cáncer de mama <https://www.youtube.com/watch?v=h0ksluxH1yY>



Cáncer de mama https://www.youtube.com/watch?v=7_HAIfb6XgM

Iniciativa Mundial contra el Cáncer de Mama de la OMS https://www.youtube.com/watch?v=K1i-ja_m1y0

Cáncer de mama en México: en 2020 hubo más de 15 MIL CASOS en México
<https://www.youtube.com/watch?v=iIFytRawcgU>

LA “LEY OLIMPIA” Y EL COMBATE A LA VIOLENCIA DIGITAL

La “Ley Olimpia” y el combate a la violencia digital <https://www.youtube.com/watch?v=IE9w4DStlgQ>

¿Sabes qué es la Ley Olimpia? https://www.youtube.com/watch?v=eX-_cAn2IHg

La Ley Olimpia: ¿qué es y cómo funciona? <https://www.youtube.com/watch?v=G6RwI1Uppjs>

La #LeyOlimpia y la violencia digital <https://www.youtube.com/watch?v=dcLh7VhwQ9w>

TASA CERO EN PRODUCTOS DE GESTIÓN MENSTRUAL. POR UNA MENSTRUACIÓN DIGNA Y UNA GESTIÓN SUSTENTABLE

Hacienda propone quitar IVA a toallas sanitarias, tampones y copas menstruales
https://www.youtube.com/watch?v=fP_ekSfZXw0

Adiós al IVA en productos menstruales en México <https://www.youtube.com/watch?v=1MLklClxqGo>

Tasa cero productos de higiene menstrual <https://www.facebook.com/watch/?v=5382085648484557>

¡Adiós IVA! Estos productos NO LO TENDRÁN en el 2022 <https://www.youtube.com/watch?v=xlgaMq99Zb0>

Iniciativa “menstruación digna” en México <https://www.youtube.com/watch?v=XvN0suglw8U>

La Jefa del SAT México, nos cuenta por qué #TasaCero en productos de gestión menstrual
<https://www.facebook.com/watch/?v=253644850153602>

El impuesto rosa

<https://www.tucochinito.com/noticias/propone-hacienda-eliminar-iva-a-toallas-sanitarias-copas-y-tampones/>
<https://www.youtube.com/watch?v=95jrXYKhO6c&t=10s>

.....
Elaboró: Rafael Arturo Rivera Ruiz, Supervisor de Promoción y Capacitación de Consumo.

Diseñó: Daniel Eduardo Wilson Oropeza, Diseñador Gráfico de la DEC.

Revisó: Alicia Ivon Castañeda Cerda, Jefa de Departamento A, adscrito a la Dirección de Educación para el Consumo.

Validó: Marcos Moisés Macías Torres, Director de Educación para el Consumo.

