

Consumidoras: ¿Qué es el impuesto rosa?

Este término se utiliza para describir los productos que pagan más, por ser destinados a mujeres. Aquí algunos ejemplos.

Con el fin de describir el cobro de precios más altos para productos que consumen las mujeres, se acuñó el término "impuesto rosa". Lo que se hace es comparar bienes y servicios idénticos y lo que pagan ellas respecto de ellos.

Esta alza se aplica desde ropa y juguetes hasta productos de higiene personal, solo porque están etiquetados para mujeres.

Camila Castro, directora de la carrera de Contador Auditor de la UDLA, explica cómo afecta el bolsillo femenino esta práctica de mercado y cuáles son las principales áreas detectadas:

* **Higiene personal:** Desodorantes y productos de afeitado suelen tener precios más altos que insumos del mismo tipo, pero para hombres. Por ejemplo, uno para ellas cuesta en promedio un 30% más.

* **Ropa:** Existen marcadas diferencias, incluso cuando se trata de prendas idénticas. A modo de ejemplo, una camisa de vestir para mujeres alcanza, en promedio, 40% más.

* **Juguetes:** Este ítem para niñas, como muñecas y juegos de té, suele tener precios más altos que



los destinados a niños. Por ejemplo, una muñeca alcanza valores un 20% más que un juego de construcción de tamaño y complejidad similar.

* **Servicios de peluquería:** Cortarse el pelo también es más caro

para ellas. Puede costar un 30% más.

Como explica la especialista, este sistema se considera discriminatorio y ha sido objeto de debate en Chile y en otros países. Incluso, algunas naciones han tomado medidas para prohibir o limitar dicha práctica.

Acá, por ejemplo, se presentó un proyecto de ley el año 2020 que buscaba modificar la Ley del Consumidor. Este pretende establecer que los productos o servicios comercializados para mujeres no pueden tener un precio superior a aquellos que son idénticos y para hombres. Se establecen sanciones para aquellos que incumplan esta normativa.

Ello incluye multas y la obligación de reducir los precios para igualarlos a los de los productos o servicios dirigidos a hombres. Por ahora aún no ha sido aprobado, continuando su discusión en el Congreso, aclara la experta.

A su juicio, "es importante avanzar en la eliminación de esta práctica tributaria con el objetivo de promover la igualdad de género y reducir las barreras económicas que enfrentan las mujeres en la sociedad".