

Impuesto rosa hace que las mujeres paguen hasta 40 por ciento más en higiene personal, ropa y otros servicios

Basado en estereotipos de género e impulsado por la mercadotecnia, el impuesto rosa afecta significativamente en el bolsillo de las consumidoras

El impuesto rosa es aquel sobreprecio que se aplica de manera sistemática e invisible a productos y servicios dirigidos específicamente a la población femenina. Es decir, las mujeres pagan más por un artículo o un servicio que cumple exactamente la misma función que su equivalente masculino, este incremento se puede notar en rastrillos, ropa interior, desodorantes, cremas, champús, tintes y cortes de cabello, etcétera.

La doctora Diana Lizette Becerra, Profesora del Departamento de Métodos Cuantitativos e Investigadora de la Plataforma de Economía de Jalisco del [Centro Universitario de Ciencia Económico Administrativas \(CUCEA\)](#) [1], **destacó que este aumento en supermercados locales asciende entre el 17 y el 25 por ciento, mientras que en servicios como cortes de cabello, seguros médicos, atención financiera, etcétera, este incremento puede llegar hasta el 40 por ciento.**

“El fenómeno del impuesto rosa se debe a una segmentación de mercado basada en estereotipos de género. **Históricamente, las marcas han identificado que las mujeres, por presiones sociales vinculadas en su mayoría al cuidado personal y la estética, tienen patrones de consumo específicos**”, dijo.

Este incremento es influenciado también por factores sociales y de consumo, así lo mencionó Becerra: “La demanda no es completamente libre, desde la infancia hay un fuerte condicionamiento mercadológico que dicta qué productos debemos usar las mujeres para ser aceptadas socialmente. **Con el marketing de género se diseñan empaques diferenciados y campañas publicitarias que asocian un producto con la feminidad y con eso las empresas justifican un margen de ganancia mayor.** Además, algunas empresas asumen que las consumidoras están dispuestas a pagar más por ese diseño exclusivo”.

Hasta este momento, **ni nuestro país ni Jalisco ha presentado alguna legislación para frenar esta desigualdad entre los precios de los productos “femeninos” y los “masculinos”**, sin embargo, la lucha logró a partir del 2022, eliminar el IVA en productos de higiene menstrual (tampones,

copas menstruales, toallas sanitarias).

“Se han presentado iniciativas para reformar la Ley Federal de Protección al Consumidor y así prohibir la discriminación de precios por estereotipos de género, aunque **no se ha concretado nada aún**”, agregó la profesora.

Esta falta de legislación y de atención en este sector, afecta considerablemente los bolsillos de millones de mujeres dentro de nuestro país, impactando negativamente en términos de igualdad: “En México, existe una marcada brecha salarial: las mujeres ganan menos que los hombres por realizar el mismo trabajo. **Al ganar menos y pagar más por productos básicos, el poder adquisitivo, la capacidad de ahorro y la autonomía financiera se ven mermadas.** Además, aunque el impuesto rosa no se paga directamente al gobierno, al ser productos más caros, **las mujeres terminamos pagando una cantidad mayor de IVA por el mismo nivel de consumo que los hombres; este efecto fiscal regresivo profundiza la desigualdad**”, dijo.

Para combatir poco a poco este incremento y mejorar la economía de las mujeres, la maestra Diana recomienda:

- **Cruzar el pasillo al hacer compras:** no quedarse solo en la zona exclusiva de cuidado femenino, revisar la sección de farmacia general y atreverse a revisar la sección masculina.
- **Comparar los ingredientes y no los empaques:** Fijarse en el ingrediente activo de un analgésico, de una crema hidratante o de un desodorante, generalmente es el mismo y en la misma concentración en una versión neutra o para hombre y tiene un menor precio.
- **Usar el poder de consumidora y castigar:** Si se identifica una marca que está cobrando un 40 por ciento más solo por un envase rosa, entonces es momento de actuar y dejar de consumirla al optar por marcas neutras; el mercado responde más rápido cuando cae la demanda.

Atentamente

“Piensa y Trabaja”

“40 Años de la Feria Internacional del Libro de Guadalajara”

Guadalajara, Jalisco, 5 de marzo de 2026

Texto: Anashely Fernanda Elizondo Corres

Fotografía: Adriana González

Etiquetas:

[Diana Lizzette Becerra](#) [2]

URL Fuente:

<https://comsoc.udg.mx/noticia/impuesto-rosa-hace-que-las-mujeres-paguen-hasta-40-por-ciento-mas-en-higiene-personal-r opa-y>

Links

[1] <https://www.cucea.udg.mx/>

[2] <https://comsoc.udg.mx/etiquetas/diana-lizzette-becerra>