

## El “Impuesto Rosa”: Un breve análisis de su evolución en Argentina

Desde la **Comisión de Derecho Tributario y Financiero del Colegio de Abogados de La Plata**, queremos concientizar a las/los matriculadas/os sobre el llamado “Impuesto Rosa”, un sobreprecio históricamente aplicado a productos dirigidos a mujeres en comparación con sus equivalentes masculinos -atendiendo para esa clasificación a una noción binaria, hegemónica-.

Cierto es que su cobro no responde al previo ejercicio de la potestad tributaria normativa por alguna esfera de gobierno; ni consiste, por regla o necesariamente, en el efecto de la aplicación de algún tributo, expresado en un aumento del precio de tales específicos bienes.

Sin embargo, el modo en que habitualmente se designa a aquel mayor costo en el mercado y la circunstancia de constituir una desventaja que afecta especialmente a un sector del consumo -el de quienes se identifican o eligen consumir productos comercialmente identificados como tradicionalmente femeninos-, alertan a esta Comisión y la alientan a colaborar en la difusión del tema.

Pasamos a comentar, entonces, que el fenómeno del “Impuesto Rosa” ha sido objeto de seguimiento por parte de consultoras y organizaciones que analizó la evolución de los precios de estos productos a lo largo del tiempo.

En 2018, se detectó que **14 productos en 7 categorías** presentaban un costo más elevado para las mujeres. Sin embargo, para 2024, el número se redujo a **4 productos en 2 categorías**, lo que muestra una tendencia positiva en la reducción de esta brecha de precios.

Las principales diferencias de precio se observan en el rubro **perfumería**, donde la brecha entre la versión masculina y femenina alcanza hasta un **20%**, especialmente en productos importados.

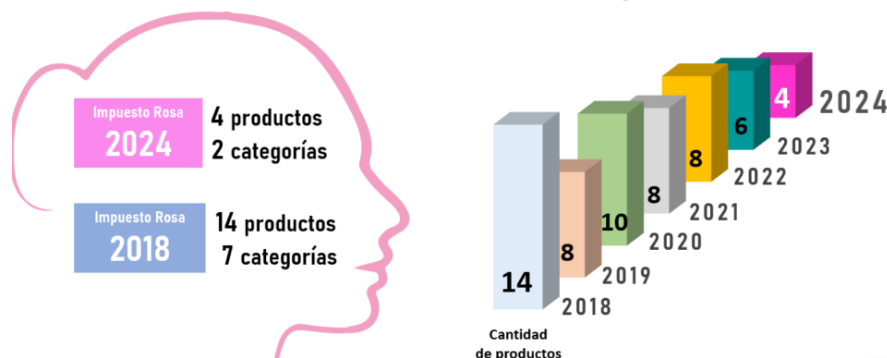
La reducción del Impuesto Rosa en algunas categorías responde en gran parte al **involucramiento de la sociedad y a las políticas públicas de concientización**. Sin embargo, **no ha habido intervención directa del Estado ni regulaciones específicas** para evitar estas diferencias de precios.

En grandes cadenas comerciales, la diferencia de precios ha disminuido gracias a la **responsabilidad social empresarial (RSE)** y una mayor **transparencia en la fijación de precios**. Sin embargo, el sobreprecio persiste en **comercios de barrio y pequeños minoristas**, donde los costos de adquisición y el margen de ganancia dependen de cada comerciante.

Algunos ejemplos detectados en Argentina incluyen:

- Una colonia infantil de **80 ml** que cuesta más en su versión para niña que en su versión para niño.
- Un pack de **tres afeitadoras rosas** con un precio superior al de un pack de **cinco afeitadoras azules**.
- Mochilas escolares, medicamentos como el **ibuprofeno**, maderas y chupetes, donde las versiones dirigidas a mujeres o niñas suelen tener un precio mayor.

### Productos con Impuesto Rosa a través del tiempo



### Intentos de regulación en Argentina

En Argentina, se han presentado diversos proyectos de ley para abordar el “Impuesto Rosa” y la carga fiscal sobre productos esenciales para mujeres:

- **En 2018**, se propusieron dos proyectos de ley en el Congreso para regular el “Impuesto Rosa” y **eliminar el IVA** en productos de higiene femenina.

- **En 2022**, se presentó una tercera iniciativa para **modificar el artículo 8° bis de la Ley 24.240 de Defensa del Consumidor**, con el objetivo de garantizar la equidad de género en los precios de los bienes de consumo.

Sin embargo, hasta la fecha, **ninguno de estos proyectos ha sido aprobado**, y la problemática sigue sin regulación específica.

Es clave que, como profesionales del derecho, estemos informados sobre esta problemática y promovamos **la generación de normativas que garanticen mayor equidad en la estructura de precios**.