

Una comitiva de la Confederación Argentina de la Mediana Empresa (CAME), encabezada por su titular, Fabián Tarrío, le expresó al presi...

08/03/18 COMUNICADO

9

DIA DE LA MUJER: ELLAS PAGAN HASTA UN 30% MÁS POR UN MISMO PRODUCTO

Con más de 500 puntos de ventas relevados en todo el país, es la primera vez que en Argentina se lleva a cabo una investigación del "Impuesto rosa". En Latinoamérica tampoco existen estudios al respecto.

En el Día Internacional de la Mujer, la Confederación Argentina de la Mediana Empresa (CAME) dio a conocer un informe que evidencia que, por algunos productos, las mujeres llegan a pagar casi un 30% más que los hombres. Es lo que se conoce como "Impuesto rosa".

Pese a que las trabajadoras ganan un 35% menos que sus compañeros, a la hora de comprar determinada mercadería -generalmente relacionadas con la salud, juguetes, artículos de librería y el cuidado personal- deben desembolsar más dinero. Aunque el producto sea el mismo, solamente por el hecho de estar orientado el marketing al público femenino aumenta su precio.

Por ejemplo, un desodorante a bolilla de 50 ml cuesta en su versión masculina \$49 y en su versión femenina, \$51,70, habiendo una diferencia de 5,5% entre ambos. Lo mismo sucede con el desodorante en aerosol: por un envase de 150 ml, ellos pagan \$53,30 mientras que ellas abonan \$58. La brecha, en este caso, asciende al 8,8%. Un envase de colonia de 80 ml sale para las mujeres \$96,60 y \$81,50 para los varones (la diferencia es de 18,5%).

En el caso de las maquinitas de afeitar, las distancias entre los precios dependen de su calidad, pero siempre será más cara la que está orientada al público femenino. Una afeitadora 3 hojas 2 en 1 se consigue a \$69,60 en su versión femenina y a \$60,90 en su versión masculina. La diferencia es de 14,3%. La misma asciende al 29,6% cuando se trata de afeitadoras de tres hojas para pieles sensibles: \$33,30 cuesta la "rosa" mientras que la "men", \$25,70.

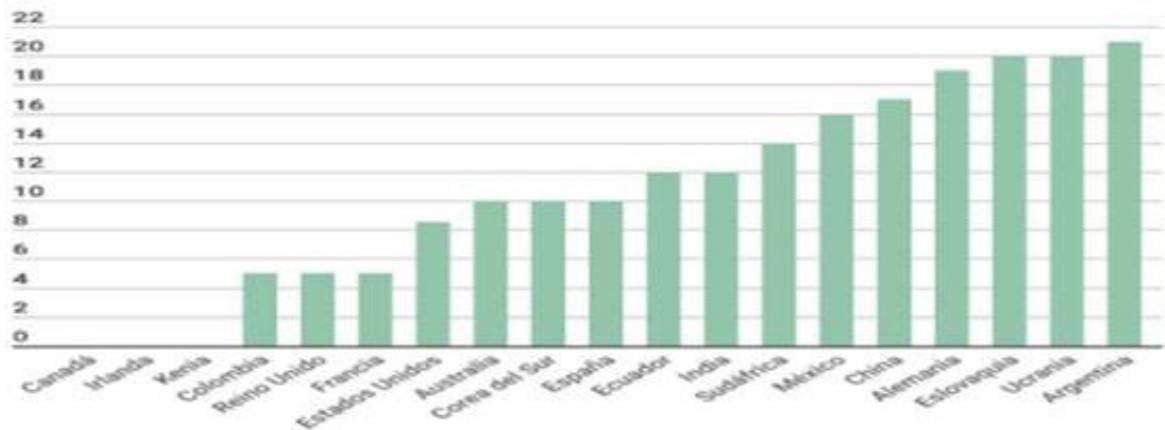
Incluso, en algo tan delicado como los medicamentos existe esta discriminación de género. Una caja de ibuprofeno de 10 unidades cuesta \$35,40, sin embargo ese precio sube a \$37,28 cuando la misma apunta al consumo de ellas, muy requerido durante el período menstrual. Eso equivale a un 5,3% más.

Algunos ejemplos de productos con Impuesto rosa

		+ 5,5%			+ 8,8%
Desodorante Mujer (Bolilla) 50ML \$ 51,70	Desodorante Hombre (Bolilla) 50 ML \$ 49,00		Desodorante Women (Aerosol) 150ML \$58,00	Desodorante (Aerosol) 150ML \$53,30	
		+ 18,5%			+ 14,3%
Colonia Mujer 80ML \$96,60	Colonia Chicos 80ML \$81,50		Afeitadora Woman 3 hojas 2 en 1 \$69,60	Afeitadora Hombre 3 Hojas 2 en 1 \$60,90	
		+ 14,2%			+ 29,6%
Afeitadora WOMEN 3 Hojas \$23,30	Afeitadora Hombre 3 Hojas \$20,40		Afeitadora Women 3 Hojas Piel Sensible \$33,30	Afeitadora Hombre 3 Hojas Piel Sensible \$25,70	
		+5,3%			
Ibuprofeno Mujer x 10 \$ 37,28	Ibuprofeno hombre x 10 \$ 35,40				

Por otra parte, los productos de higiene femenina como tampones o compresas menstruales no están exentos de impuestos en Argentina como sí lo están en Canadá, Irlanda y Kenia. Pagan el 21% del IVA como cualquier otra mercancía, convirtiendo al país en uno donde estos elementos son más caros.

Tasa a los productos de higiene femenina (en porcentaje)



¿Por qué sucede esto? Desde CAME lo relacionan a que la mujer tiene mayor poder de decisión en la compra y es por eso que las grandes marcas encarecen los precios.

Informe sobre el impacto de las mujeres en la economía

En el día de ayer, CAME también presentó en el Congreso Nacional el “Informe sobre el impacto de las mujeres en la economía”. Esta encuesta realizada a 2.600 personas, arrojó como resultado que el 74% entiende que en el país no existen las mismas oportunidades laborales para las mujeres en relación a los hombres, mientras que el 78% considera que hay diferencias para acceder a niveles jerárquicos.

En América Latina, el 20% de los puestos directivos están ocupados por mujeres y el 48% de las empresas no cuentan con ellas para la alta dirección. En Argentina, la proporción de empresas en las que el género femenino no participa en puestos gerenciales tocó un récord de 53% en 2017. Pero otro dato preocupante es que la cantidad de directoras en el país se redujo de 18% en 2016 a 15% en el año pasado. Además, la brecha salarial entre ambos sexos es de 25%, considerando las remuneraciones percibidas ante un mismo trabajo.

Ciudad Autónoma de Buenos Aires, 8 de marzo de 2018