

## El precio invisible de los estereotipos

Evita caer en la trampa de los productos rosas para proteger tu economía.

**E**l entorno actual, saturado de publicidad y ofertas relámpago, es el escenario perfecto para tomar decisiones de compra no planificadas, motivadas por un deseo momentáneo y poco razonado.

Los descuentos "por tiempo limitado", las notificaciones constantes, las compras a un clic y las facilidades de pago refuerzan el impulso de actuar sin reflexionar.

A esto se suman estrategias de *marketing* que aprovechan estereotipos de género para encarecer los artículos para mujer, aunque sean idénticos a los de uso general.





Este fenómeno, conocido como *impuesto rosa*, impacta directamente en tu bolsillo y genera un mercado desigual.

Acciones sencillas, como tomarse un tiempo antes de comprar, establecer prioridades, diferenciar entre deseos y necesidades y elegir la practicidad por encima del color de los productos, protegerán tu bolsillo.

### No pagues más por lo mismo

Detrás de cada oferta o promoción se esconde una estrategia de *marketing* que utiliza un componente neuroquímico poderoso: dopamina. Esta sustancia activa el sistema de recompensa del cerebro, lo que provoca la sensación de placer y satisfacción que sientes al comprar algo nuevo.

En el caso del *impuesto rosa*, las marcas aprovechan este mecanismo para que las mujeres asocien los productos femeninos con bienestar personal, aunque en realidad sean más caros sin ofrecer un valor adicional.

Con el tiempo, el cerebro asocia las compras al estado de bienestar de la dopamina. El problema

es que esta emoción puede nublar tu juicio frente al *impuesto rosa*, pues terminas pagando más por una versión femenina sin notar que existen opciones neutras o masculinas idénticas a un menor costo.

La clave es conocer tus hábitos y establecer límites. Antes de comprar, practica un consumo consciente: evalúa si el producto para mujer ofrece un valor real, compáralo con versiones neutras más económicas y considera el impacto de ese costo extra a corto y a largo plazo. De esta manera, no solo cuidas tu presupuesto, sino que dejas de incentivar estas prácticas desiguales.

---

**Compra con base en la utilidad y calidad, no por el color ni el diseño.**

---

## Recomendaciones



### Evalúa las alternativas disponibles

Más allá del color, analiza las opciones con base en su calidad, precio y utilidad. No olvides considerar tu experiencia y la confianza en la marca; esto te permitirá elegir la opción que mejor se adapte a tus necesidades.



### Toma decisiones informadas

Este es un paso importante para lograr una economía equilibrada. Antes de comprar, pide recomendaciones a personas de confianza. También compara precios y características en buscadores, tiendas físicas o en línea, ya que entre más información tengas, más sólida será tu decisión.



### Tómate tu tiempo

Analiza los productos dirigidos a las mujeres y compáralos con la versión masculina o neutra. ¿Son realmente distintos o solo es el empaque? En la mayoría de los casos, ambos ofrecen el mismo contenido, diseño y cantidad.



### Opta por otra versión

Recuerda que pagas por la utilidad y calidad del producto, no por el color del empaque.



### Dale oportunidad a un producto diferente

Si el producto que utilizas no tiene una versión neutra o masculina, es el momento ideal para probar una marca distinta. Podrías llevarte una sorpresa agradable, por ejemplo, un mejor desempeño a un menor precio.



### Haz un consumo inteligente

Ante el sobrepago por cuestión de género, tu mejor herramienta es decidir conscientemente.



#### Fuentes:

- Organización Nacional de Mujeres. 2024. "El impuesto rosa: El costo de ser mujer". <https://now.org/blog/the-pink-tax-the-cost-of-being-a-woman/>
- PMK. 2025. "Dopamina y Consumo: El Secreto Neurobiológico tras las estrategias de marcas y el Marketing moderno". <https://www.puromarketing.com/44/215483/dopamina-consumo-secreto-neurobiologico-estrategias-marcas-marketing-moderno>

Artículo escrito por la Dirección General de Estudios sobre Consumo de la Procuraduría Federal del Consumidor.

**Teléfono del  
consumidor**  
55 5568 8722 - 800 468 8722



denunciasprofeco@profeco.gob.mx  
denunciapublicitaria@profeco.gob.mx  
asesoria@profeco.gob.mx



@AtencionProfeco  
@Profeco



/ProfecoOficial

de lunes a viernes, de 9 a 19 h; sábados,  
domingos y días feriados, de 10 a 18 h