

<https://doi.org/10.69639/arandu.v13i3.2523>

El impuesto rosa en Ecuador: La igualdad de género en el consumo

The Pink Tax in Ecuador: Gender Equality in Consumer Markets

Melissa Alejandra Arce León

melissa.arce@est.ucacue.edu.ec

<https://orcid.org/0009-0004-7189-6905>

Universidad Católica de Cuenca
Ecuador – Azogues

Camila Alejandra Cantos Calle

camila.cantos@est.ucacue.edu.ec

<https://orcid.org/0009-0004-8803-3786>

Universidad Católica de Cuenca
Ecuador – Azogues

Ana Fabiola Zamora Vázquez

afzamorav@ucacue.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0002-1611-5801>

Universidad Católica de Cuenca
Ecuador – Azogues

Artículo recibido: 10 julio 2026- Aceptado para publicación: 16 agosto 2026

Conflictos de intereses: Ninguno que declarar.

RESUMEN

El estudio analizó jurídicamente el denominado impuesto rosa en Ecuador, entendido no como un tributo formal, sino como una práctica de diferenciación de precios en la que bienes o servicios sustancialmente similares pueden venderse a un valor mayor cuando se comercializan para mujeres. Mediante un enfoque cualitativo, no experimental y descriptivo, se aplicaron los métodos dogmático-jurídico, analítico-sintético, deductivo-inductivo y comparado, con revisión de normativa ecuatoriana, jurisprudencia constitucional, instrumentos internacionales, legislación extranjera y evidencia secundaria. Los resultados mostraron que la relevancia constitucional surge cuando la diferencia de precio se vincula al sexo o género, recae sobre productos o servicios comparables y carece de una justificación objetiva basada en costos verificables. Los artículos 11 numeral 2, 52 y 66 numeral 4 de la Constitución ofrecen parámetros para cuestionar estos sobrepagos, aunque la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor no contiene una prohibición específica ni reglas probatorias suficientes. La tarifa 0 % de IVA para determinados productos de gestión menstrual constituye un alivio fiscal, pero no elimina posibles sobrepagos de mercado. A partir del derecho comparado, se propuso incorporar en la legislación ecuatoriana de consumo una regla específica sobre precios diferenciados por género, con criterios de similitud sustancial, excepciones objetivas, carga dinámica de la prueba, restitución y sanciones proporcionales.

Palabras clave: impuesto rosa, discriminación de género, igualdad material, derechos de las personas consumidoras, IVA, Ecuador

ABSTRACT

The study analyzed the so-called pink tax in Ecuador from a legal perspective, understood not as a formal tax, but as a pricing differentiation practice in which substantially similar goods or services could be sold at a higher price when they were marketed to women. Through a qualitative, non-experimental, and descriptive approach, the doctrinal-legal, analytical-synthetic, deductive-inductive, and comparative methods were applied, along with a review of Ecuadorian legislation, constitutional case law, international instruments, foreign legislation, and secondary evidence. The results showed that constitutional relevance arose when the price difference was linked to sex or gender, concerned comparable products or services, and lacked an objective justification based on verifiable costs. Articles 11(2), 52, and 66(4) of the Constitution provided parameters for challenging such price surcharges, although the Organic Law on Consumer Defense did not contain a specific prohibition or sufficient evidentiary rules. The 0% VAT rate applicable to certain menstrual management products constituted tax relief, but did not eliminate potential market price surcharges. Based on comparative law, the study proposed incorporating a specific rule on gender-based price differentiation into Ecuadorian consumer legislation, with criteria of substantial similarity, objective exceptions, a dynamic burden of proof, restitution, and proportionate sanctions.

Keywords: pink tax, gender discrimination, substantive equality, consumer rights, value-added tax, Ecuador

Todo el contenido de la Revista Científica Internacional Arandu UTIC publicado en este sitio está disponible bajo licencia Creative Commons Attribution 4.0 International. 

INTRODUCCIÓN

La igualdad jurídica no se agota en la proclamación de que todas las personas reciben el mismo trato. En un Estado constitucional de derechos y justicia, el análisis debe extenderse a los efectos reales de las normas y de las prácticas privadas, especialmente cuando una diferencia aparentemente neutra reproduce desventajas históricas. El consumo constituye uno de los espacios en los que esas desigualdades pueden manifestarse de manera cotidiana: la segmentación comercial por género, los estereotipos asociados al cuidado y la asignación social de determinadas necesidades influyen tanto en la presentación de los productos como en la formación de sus precios. (Manzano-Antón et al., 2018)

La expresión impuesto rosa o tasa invisible no identifica una obligación tributaria creada por ley, sino que hace referencia al sobreprecio que puede recaer sobre bienes o servicios dirigidos a mujeres respecto de alternativas sustancialmente similares comercializadas para hombres o de forma neutra. Esta precisión conceptual es decisiva. Si el fenómeno se confundiera con un tributo, la respuesta normativa se ubicaría erróneamente en el Código Tributario; si se lo reconoce como una práctica de mercado, la sede principal de intervención corresponde al derecho de las personas consumidoras, sin perjuicio de las medidas fiscales que puedan disminuir cargas sobre bienes esenciales. (Rojas Castillo, 2023)

El problema adquiere relevancia constitucional porque el sexo y la identidad de género son categorías expresamente protegidas por el artículo 11 numeral 2 de la Constitución de la República del Ecuador. Además, el artículo 66 numeral 4 reconoce el derecho a la igualdad formal, material y no discriminación, mientras que el artículo 52 garantiza el derecho de las personas a disponer de bienes y servicios de óptima calidad, a elegirlos con libertad y a recibir información precisa y no engañosa. Tales disposiciones obligan al Estado no solo a abstenerse de discriminar, sino también a construir mecanismos adecuados para prevenir, investigar y corregir prácticas privadas que produzcan resultados discriminatorios. (Constitución de la República del Ecuador, 2008)

La evidencia exploratoria obtenida en Ecuador por Coloma Coloma (2024), junto con los documentos incorporados al (*Caso N.º 59-22-IN*, 2022) y la experiencia comparada aporta elementos jurídicos y empíricos para examinar la conveniencia de mecanismos de prevención, transparencia y prueba frente a posibles diferencias de precios asociadas al género.

La pregunta que orienta el trabajo es la siguiente: ¿de qué manera la existencia de prácticas de diferenciación de precios basadas en el género, conocidas como impuesto rosa, incide en la igualdad y no discriminación en el consumo de bienes y servicios dentro del ordenamiento jurídico ecuatoriano? El objetivo general consiste en analizar jurídicamente estas prácticas mediante el estudio doctrinario, normativo y de derecho comparado, con la finalidad de determinar su incidencia en el principio de igualdad y no discriminación en Ecuador.

Para alcanzar dicho objetivo se plantean tres objetivos específicos: definir el alcance conceptual y jurídico del impuesto rosa, diferenciándolo de los tributos formales; analizar experiencias y regulaciones de California, España, México y Chile para identificar criterios aplicables al contexto ecuatoriano; y examinar la incidencia jurídica y patrimonial de las prácticas de diferenciación de precios asociadas al género sobre los derechos de las personas consumidoras y en el test constitucional de igualdad.

La hipótesis sostiene que una diferencia de precio asociada al género, cuando recae sobre bienes o servicios sustancialmente similares y carece de justificación objetiva, impone una carga económica desproporcionada a las consumidoras y afecta la igualdad material. La hipótesis no comprende toda diferencia comercial: quedan fuera las variaciones demostrables por cantidad, calidad, materiales, formulación, tiempo de prestación, complejidad técnica, costos de producción o distribución y demás factores neutrales respecto del género.

La principal contribución del estudio radica en reubicar correctamente el problema en el derecho del consumo, integrar la jurisprudencia constitucional ecuatoriana y formular una propuesta normativa operativa. La reforma sugerida abandona la idea de modificar los principios del Código Tributario y plantea incorporar una prohibición específica en la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, próxima a las reglas sobre información y precio. De este modo, la norma se aplicaría a productores, importadores, distribuidores, comerciantes y prestadores de servicios, establecería criterios de similitud sustancial, admitiría diferencias objetivamente justificadas y facilitaría la prueba en favor de la persona consumidora.

MATERIALES Y MÉTODOS

La investigación se desarrolló con enfoque cualitativo, alcance descriptivo y diseño no experimental. No se manipularon variables ni se realizó una encuesta nacional de precios. El objeto de análisis estuvo integrado por normas, decisiones judiciales, documentos institucionales, doctrina y evidencia secundaria relacionada con la diferenciación de precios por género. Esta elección metodológica es coherente con el carácter jurídico del problema y con el protocolo aprobado para el trabajo.

Se aplicó el método dogmático-jurídico para interpretar y sistematizar la Constitución, la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, la Ley de Régimen Tributario Interno y la jurisprudencia de la Corte Constitucional. El método analítico-sintético permitió separar los componentes tributarios, comerciales, probatorios y constitucionales del fenómeno y, posteriormente, reconstruirlos en una propuesta normativa integral. El razonamiento deductivo-inductivo se utilizó para contrastar los principios generales de igualdad y protección al consumidor con supuestos concretos de diferenciación de precios.

El método comparativo examinó cuatro experiencias que guardan relación con los objetivos del protocolo: California, como modelo de prohibición legal de precios diferenciados

en bienes sustancialmente similares; España y México, como ejemplos de reducción o eliminación del IVA en productos de gestión menstrual; y Chile, como experiencia de diagnóstico institucional y debate legislativo. La comparación no pretende trasplantar mecánicamente normas extranjeras, sino identificar elementos funcionales compatibles con el ordenamiento ecuatoriano.

La técnica principal fue la revisión documental. Se consultaron la Constitución de la República del Ecuador; la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor; la Ley de Régimen Tributario Interno; la Convención sobre la Eliminación de Todas las Formas de Discriminación contra la Mujer; la Recomendación General número 35 del Comité CEDAW; jurisprudencia de la Corte Interamericana de Derechos Humanos; las sentencias 603-12-JP/19, 28-15-IN/21, 40-18-IN/21, 61-19-IN/21 de la Corte Constitucional; y el expediente 59-22-IN. También se incorporaron estudios de CEPAL, FLACSO Ecuador, el Departamento de Asuntos del Consumidor de Nueva York y la Biblioteca del Congreso Nacional de Chile.

La operacionalización se organizó en cuatro categorías. Primera, naturaleza jurídica: existencia o inexistencia de una obligación tributaria. Segunda, comparabilidad: similitud de marca o titular económico, función, cantidad, calidad, formulación, materiales, diseño y características relevantes. Tercera, justificación objetiva: costos verificables de producción, trabajo, tiempo, insumos, distribución o prestación. Cuarta, resultado jurídico: afectación de igualdad, información, libertad de elección y reparación. Estas categorías orientaron tanto el análisis constitucional como la propuesta legislativa.

El estudio presenta tres limitaciones. La primera es la inexistencia de una base pública nacional que permita estimar la prevalencia del impuesto rosa en todo Ecuador. La segunda consiste en que la evidencia local utilizada es exploratoria y se concentra en establecimientos de Quito, por lo que no puede generalizarse estadísticamente. La tercera se relaciona con el caso 59-22-IN: en la revisión de los registros oficiales efectuada para esta versión (agosto de 2026) no se localizó una sentencia final; por ello, los escritos de las partes se emplean únicamente como fuentes documentales y no como precedente vinculante.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Marco teórico y conceptual

Concepto y naturaleza jurídica del impuesto rosa

La denominación impuesto rosa —traducción difundida del término anglosajón pink tax, empleado en la literatura y en los títulos de varias de las fuentes citadas en este trabajo— posee una utilidad comunicativa, pero puede generar confusión jurídica. Un tributo requiere una prestación pecuniaria establecida por ley, vinculada a un hecho generador y exigida por una administración competente. El sobreprecio por género, en cambio, nace de decisiones privadas de producción, mercadotecnia, segmentación y fijación de precios. Por esa razón, su naturaleza

principal es comercial y debe evaluarse desde el derecho de consumo, la competencia, la igualdad y la prohibición de discriminación. (Manzano-Antón et al., 2018)

Rojas Castillo (2023) explica que la expresión no corresponde a un impuesto en sentido estricto, sino al valor adicional que pagarían las mujeres por bienes o servicios similares a los adquiridos por los hombres. La literatura académica en español también ha estudiado el fenómeno: Manzano-Antón et al. (2018) analizaron la discriminación de precios por género en productos de cuidado personal, mientras que Fernández de la Rosa y Ramírez-Martínez (2021) examinaron precios y conocimiento del problema en Ciudad Juárez. En la doctrina latinoamericana de derecho del consumo, Isler Soto (2016) analiza la discriminación arbitraria en las relaciones de consumo, lo que permite situar el impuesto rosa dentro de una discusión más amplia que no se limita a la evidencia estadounidense y mexicana.

Como antecedente institucional, el estudio From Cradle to Cane analizó 794 productos de 91 marcas, agrupados en 35 tipos de productos y cinco industrias, a partir de los cuales se efectuaron 397 comparaciones pareadas. En el promedio agregado, los productos dirigidos a mujeres costaron un 7 % más que los productos masculinos comparables, mientras que en la categoría de cuidado personal el diferencial promedio alcanzó el 13 %. Sin embargo, las versiones femeninas resultaron más caras en el 42 % de las comparaciones, tuvieron el mismo precio en el 40 % y fueron más económicas en el 18 %. Por consiguiente, la diferencia identificada fue frecuente, pero no universal, y sus resultados no pueden trasladarse automáticamente al contexto ecuatoriano (New York City Department of Consumer Affairs, 2015).

La relación con la tributación es indirecta. Los impuestos al consumo pueden aumentar el precio final de bienes usados predominantemente por mujeres y generar efectos distributivos distintos debido a los patrones de consumo y a las brechas de ingreso. Almeida Sánchez (2021) advierte que la política fiscal no es neutral frente al género, pues sus efectos dependen de la posición económica, la distribución del trabajo remunerado y no remunerado y las responsabilidades de cuidado. No obstante, el IVA y el sobreprecio de género deben mantenerse como categorías analíticas separadas: el primero es una carga pública; el segundo, una eventual práctica de mercado.

Distinciones doctrinales indispensables

Una regulación técnicamente adecuada debe distinguir tres situaciones. La primera es la discriminación de precios en sentido económico: una empresa cobra valores distintos a segmentos diferentes según la elasticidad de demanda, los canales de venta, el momento de compra o las condiciones contractuales. Esta práctica no es ilícita por sí misma; su valoración depende de la normativa de competencia, transparencia y consumo. (Rojas Castillo, 2023)

La segunda situación comprende diferencias justificadas por costos reales. Dos productos pueden parecer equivalentes y, sin embargo, variar en concentración, ingredientes, materiales, durabilidad, cantidad, controles sanitarios, cadena logística, regalías, volumen de producción o

calidad. En servicios personales, también pueden existir diferencias por tiempo, técnica, complejidad, riesgo o insumos utilizados. La sola comparación visual o el color del empaque no basta para concluir que existe discriminación. (Manzano-Antón et al., 2018)

La tercera situación es la diferenciación de precios por género en sentido estricto. Se configura cuando los bienes o servicios son sustancialmente similares y el factor que explica el mayor precio es, de manera exclusiva o predominante, su mercadeo hacia un género determinado. La Assembly Bill 1287 de California constituye un referente porque define la similitud mediante materiales, uso previsto, diseño funcional, características y pertenencia a la misma marca o a entidades bajo control común, y aclara que el color por sí solo no constituye una diferencia sustancial. (Assembly Bill No. 1287, 2022)

Esta clasificación evita dos errores opuestos. El primero sería considerar discriminatoria cualquier diferencia de precio, desconociendo la libertad de empresa y los costos objetivos. El segundo consistiría en aceptar toda explicación comercial sin exigir respaldo verificable, lo cual haría ineficaz la protección constitucional. El criterio adecuado es la justificación objetiva y documentada: una vez demostrada una similitud razonable y una diferencia asociada al género, corresponde al proveedor explicar los factores neutrales que originan el precio.

Género, estereotipos y desigualdad económica

El género funciona como una categoría de análisis que permite identificar cómo determinadas expectativas sociales distribuyen funciones, responsabilidades y recursos. Salgado Álvarez (2013) señala que una concepción exclusivamente formal de igualdad puede ocultar la posición diferenciada de mujeres y hombres cuando el derecho asume como neutrales relaciones construidas históricamente. En el mercado, esa neutralidad aparente se expresa en la idea de que cada persona decide libremente qué comprar, sin considerar la presión de los estereotipos, las necesidades biológicas y la asignación desproporcionada del cuidado.

Los productos de gestión menstrual responden a una necesidad biológica, mientras que otros bienes como pañales, fórmulas infantiles o artículos de cuidado se vinculan a tareas que, en la práctica, continúan recayendo mayoritariamente en mujeres. A ello se suman productos de higiene, estética y presentación personal promovidos mediante estándares de feminidad. El sobreprecio en cualquiera de estas categorías no produce el mismo efecto en todas las consumidoras: la afectación aumenta cuando confluyen bajos ingresos, ruralidad, discapacidad, pertenencia étnica, edad o responsabilidades familiares.

La perspectiva de género no autoriza a presumir que todo consumo femenino es impuesto o que las mujeres carecen de autonomía. Su función jurídica es más precisa: permite examinar si una práctica aprovecha necesidades o estereotipos asociados al género para imponer una carga que no se justificaría en condiciones comparables. También exige analizar los efectos acumulativos. Una diferencia pequeña por unidad puede convertirse en una carga sostenida cuando se repite en bienes de uso frecuente durante varios años.

Marco constitucional, internacional y legal aplicable

Igualdad y no discriminación en la Constitución ecuatoriana

El artículo 1 de la Constitución de la República del Ecuador (2008) define a Ecuador como un Estado constitucional de derechos y justicia. Esta cláusula condiciona la actuación pública y la interpretación de las relaciones privadas. El artículo 11 numeral 2 dispone que todas las personas son iguales y prohíbe la discriminación, entre otros motivos, por sexo e identidad de género; además, obliga al Estado a adoptar medidas de acción afirmativa que promuevan la igualdad real en favor de quienes se encuentren en situación de desigualdad.

El artículo 66 numeral 4 reconoce de forma autónoma el derecho a la igualdad formal, igualdad material y no discriminación. La igualdad formal exige que las reglas no establezcan diferencias arbitrarias; la igualdad material demanda considerar las condiciones reales en las que las personas ejercen sus derechos. (Constitución de la República del Ecuador, 2008). En el contexto del consumo, esta segunda dimensión permite evaluar si una política comercial aparentemente uniforme genera una carga sistemática sobre un grupo históricamente desaventajado.

El artículo 52 reconoce a las personas el derecho a disponer de bienes y servicios de óptima calidad, a elegirlos con libertad y a recibir información precisa y no engañosa. El artículo 70 ordena al Estado formular y ejecutar políticas para alcanzar la igualdad entre mujeres y hombres e incorporar el enfoque de género en planes y programas. Por su parte, el artículo 300 somete el régimen tributario a los principios de generalidad, progresividad, eficiencia, simplicidad administrativa, irretroactividad, equidad, transparencia y suficiencia recaudatoria. Estas normas permiten articular la protección del consumo con el análisis fiscal, sin confundir sus objetos. (Constitución de la República del Ecuador, 2008)

Estándares internacionales

La Convención sobre la eliminación de todas las formas de discriminación contra la mujer (1979) obliga a los Estados a adoptar medidas legislativas y de otra índole para eliminar la discriminación en las esferas política, social, económica y cultural. Su artículo 1 comprende toda distinción, exclusión o restricción basada en el sexo que menoscabe el reconocimiento o ejercicio de derechos por las mujeres. El artículo 2 exige modificar o derogar leyes, reglamentos, usos y prácticas discriminatorias.

La Recomendación General Núm. 35 (2017) actualiza el entendimiento de la violencia por razón de género y reconoce que esta puede manifestarse en múltiples ámbitos, incluidas las relaciones económicas así se entiende que aunque el impuesto rosa no equivale automáticamente a violencia económica, el estándar internacional exige examinar las prácticas estructurales que limitan el acceso de las mujeres a recursos, bienes o servicios y adoptar respuestas de debida diligencia cuando exista un patrón de discriminación.

La Corte Interamericana de Derechos Humanos ha sostenido que las decisiones basadas en estereotipos de género son incompatibles con la igualdad. En el Caso Atala Riffo y Niñas vs. Chile. Fondo, Reparaciones y Costas (2012) destacó que una diferencia sustentada en categorías protegidas requiere razones particularmente fuertes. En González y otras (“Campo Algodonero”) Vs. México, (2009) explicó que los estereotipos pueden reproducir subordinación y condicionar las respuestas estatales. Estos criterios respaldan un escrutinio reforzado frente a prácticas comerciales que utilicen el género como factor de precio.

Protección de las personas consumidoras

La Ley Orgánica de Defensa del Consumidor (2000) constituye la sede normativa principal. Su artículo 4 reconoce, entre otros, el derecho a un trato transparente, equitativo y no discriminatorio o abusivo por parte de los proveedores; a información adecuada, veraz, clara, oportuna y completa; a protección contra publicidad engañosa o abusiva; y a reparación e indemnización por daños. El artículo 17 impone obligaciones de información y el artículo 19 exige dar a conocer el valor final de los bienes y servicios.

Estas reglas permiten responder a casos concretos mediante principios generales, pero no resuelven todas las dificultades del impuesto rosa. La ley no define cuándo dos bienes son sustancialmente similares, no establece un indicio probatorio específico para diferencias vinculadas al género y no determina qué justificaciones son admisibles. En consecuencia, una persona consumidora debe reconstruir el caso con normas dispersas y puede enfrentar una asimetría informativa respecto de los costos internos del proveedor.

De manera complementaria, la Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado podría resultar aplicable cuando la conducta adquiera características anticompetitivas, desleales o abusivas. No obstante, la protección individual o colectiva de las personas consumidoras no debería depender exclusivamente de la demostración de poder de mercado.

IVA, productos de gestión menstrual y límites de la medida fiscal

El artículo 55 numeral 21 de la Ley de Régimen Tributario Interno (2004) establece tarifa 0 % de IVA para toallas sanitarias, tampones, copas menstruales y pañales desechables populares, conforme a la definición reglamentaria. La medida, incorporada en 2021, reduce una carga tributaria sobre productos vinculados con necesidades biológicas y de cuidado. Al cierre de esta revisión, la tarifa general vigente del IVA es del 15 %, sin perjuicio de las operaciones gravadas con tarifa 0 % y de otras tarifas diferenciadas previstas en la normativa.

La tarifa cero no equivale a gratuidad ni garantiza por sí sola una reducción proporcional del precio de venta. El precio final depende de costos, márgenes, promociones, competencia, logística y decisiones comerciales. Además, numerosos artículos dirigidos predominantemente a mujeres, por ejemplo, -cosméticos, productos de depilación, ciertos artículos de higiene y servicios de cuidado personal- permanecen sujetos a la tarifa general cuando no existe una exención específica.

Por ello, el argumento jurídico debe formularse con precisión. No es correcto afirmar que el incremento general del IVA grava directamente los productos de gestión menstrual incluidos en el artículo 55 numeral 21. Sí es válido sostener que la política fiscal con enfoque de género debe abarcar otros patrones de consumo y que el alivio tributario es insuficiente si el mercado mantiene diferencias injustificadas. La respuesta integral requiere fiscalidad, información, vigilancia y derecho de consumo.

El caso 59-22-IN

La acción pública de inconstitucionalidad Caso N.º 59-22-IN (2022) fue presentada por ZAIMELLA del Ecuador S.A. contra el artículo 54 de la Ley Orgánica para el Desarrollo Económico y Sostenibilidad Fiscal tras la Pandemia COVID-19, que reformó el artículo 55 de la Ley de Régimen Tributario Interno. La demanda cuestionó, entre otros aspectos, la aplicación de tarifa cero tanto a bienes importados como a productos nacionales, al considerar que los fabricantes locales soportaban IVA en determinados eslabones de su cadena productiva.

La Sala de Admisión de la Corte Constitucional admitió la causa el 15 de septiembre de 2022. En su intervención, la Presidencia de la República defendió la constitucionalidad de la medida y sostuvo que la finalidad era beneficiar al consumidor final. El escrito incorporó ejemplos de precios bajo la tarifa entonces vigente: toallas sanitarias con valores de USD 2,85 y USD 8,26, y pañales alrededor de USD 14, junto con una estimación de menor recaudación cercana a USD 34 millones.

El expediente resulta útil por dos razones. Primero, demuestra que la tarifa cero fue concebida como medida de protección al consumo y de alivio económico. Segundo, evidencia que la eficacia real depende de que el beneficio llegue al precio final. No obstante, los argumentos de las partes no pueden tratarse como jurisprudencia.

Evidencia disponible sobre Ecuador

La principal evidencia nacional localizada corresponde a la tesina de Coloma Coloma (2024), desarrollada en FLACSO Ecuador. El estudio utilizó un diseño cualitativo, un registro fotográfico de precios y entrevistas semiestructuradas. La comparación se efectuó en dos supermercados de Quito —Supermaxi y Santa María— elegidos para aproximarse a distintos segmentos socioeconómicos. La investigación analizó productos de uso exclusivo por condición biológica, bienes asociados al autocuidado, artículos vinculados a responsabilidades de cuidado y productos de uso común.

La muestra incluyó toallas sanitarias, toallas posparto, jabón de higiene íntima, protectores diarios, pañales, fórmula infantil, rasuradoras y desodorantes. En pañales para personas adultas se reportó una diferencia de USD 7,58 entre establecimientos; en pañales de bebé, USD 1,40; y en fórmula infantil, USD 4,83. Respecto de rasuradoras y desodorantes de la misma marca, la autora observó que las variaciones eran más notorias en las versiones dirigidas

a mujeres que en las destinadas a hombres. También detectó inconsistencias en la identificación y aplicación tributaria de determinados productos. (Coloma Coloma, 2024)

Estos hallazgos constituyen indicios importantes, pero deben interpretarse con cautela. La comparación entre dos establecimientos puede reflejar estrategias comerciales propias de cada cadena, promociones, disponibilidad, fechas de levantamiento o diferencias no visibles en las imágenes. Además, el estudio no proporciona una muestra probabilística nacional. Su valor para esta investigación es exploratorio: muestra categorías que deben ser investigadas con protocolos de equivalencia más estrictos y confirma la necesidad de que el Estado produzca información periódica y verificable.

Matriz de evidencia secundaria

Tabla 1
Evidencia secundaria disponible sobre diferenciación de precios por género en Ecuador

Categoría	Hallazgo reportado	Relevancia jurídica	Limitación
Toallas sanitarias y posparto	Diferencias de precio y problemas sobre la traslación efectiva de la tarifa 0 %.	Bienes ligados a necesidades biológicas; exige transparencia del precio y correcta aplicación tributaria.	No se compara una canasta nacional ni todos los atributos del producto.
Jabón íntimo y protectores diarios	Variaciones entre establecimientos; productos destinados exclusivamente a consumidoras.	Permite analizar estereotipos de mercadeo y posible carga acumulativa.	No existe equivalente masculino directo en todos los casos.
Pañales	Diferenciales de USD 7,58 en adultos y USD 1,40 en bebés entre cadenas.	Vincula consumo y distribución desigual del trabajo de cuidado.	La diferencia es entre establecimientos, no necesariamente por género del producto.
Fórmula infantil	Diferencial de USD 4,83 y observaciones sobre aplicación de tarifa 0 %.	Relevante para control tributario y derecho a información correcta.	No constituye por sí sola un supuesto de precio femenino/masculino.
Rasuradoras	Las variantes dirigidas a mujeres mostraron diferencias más marcadas que las masculinas.	Es la categoría más próxima a una comparación de productos sustancialmente similares.	Debe verificarse cantidad, materiales, lubricación, diseño y marca.
Desodorantes	Diferencias más notorias en presentaciones femeninas de una misma marca.	Puede activar el análisis de comparabilidad y justificación objetiva.	Se requiere controlar tamaño, formulación, promoción y canal de venta.

Nota. Elaboración propia a partir de Coloma Coloma (2024). La matriz resume evidencia secundaria y no sustituye una medición nacional de precios.

Lineamientos para una medición nacional

Una política pública sólida requiere una canasta replicable. Cada par debe pertenecer a la misma marca o a marcas comparables, contener la misma cantidad o expresar el precio por unidad, cumplir una función equivalente y documentar formulación, materiales, calidad, país de origen y fecha. Deben registrarse promociones, descuentos por membresía, disponibilidad y canal de venta. En servicios, la comparación debe controlar duración, técnica, experiencia del prestador, insumos y complejidad.

La autoridad competente debería levantar información en varias provincias y cadenas físicas y digitales, publicar la base anonimizada y repetir la medición al menos una vez al año. El indicador central no debe ser la diferencia absoluta de precio, sino el diferencial ajustado por unidad y atributos. Solo después de descartar explicaciones objetivas puede atribuirse el resultado al género de comercialización.

Aplicación del test constitucional de igualdad

Parámetros jurisprudenciales

La Sentencia n.º 603-12-JP/19 (2019) de la Corte Constitucional sistematiza tres elementos para identificar un trato discriminatorio: (i) comparabilidad entre sujetos o situaciones; (ii) existencia de un trato diferenciado basado en una categoría del artículo 11 numeral 2 de la Constitución; y (iii) resultado, que permite distinguir una diferencia justificada de una discriminatoria (párr. 17).

Este esquema debe complementarse con la (Sentencia n.º 28-15-IN/21, 2021), que desarrolla los niveles de escrutinio frente a categorías protegidas y sospechosas y exige una justificación reforzada cuando corresponde un escrutinio estricto (párrs. 147-151). La (Sentencia n.º 61-19-IN/21, 2021) vincula el nivel de escrutinio con la naturaleza de la categoría utilizada para diferenciar (párr. 32-35). La Sentencia n.º 40-18-IN/21 (2021) recuerda que la libertad de configuración legislativa no es absoluta y está limitada por los derechos constitucionales (párr. 60).

Primer elemento: comparabilidad

La comparabilidad no exige que las situaciones analizadas sean absolutamente idénticas. La Corte Constitucional ha establecido que este elemento requiere la existencia de dos sujetos o situaciones en condiciones iguales o semejantes y ha precisado que pueden ser comparables aun cuando presenten ciertas diferencias, siempre que exista una semejanza relevante entre ellas. Aplicado al impuesto rosa, la comparación debe realizarse entre bienes o servicios que cumplan funciones equivalentes y presenten características sustancialmente semejantes. (Sentencia n.º 603-12-JP/19, 2019)

Para determinar esa similitud pueden considerarse elementos como los materiales empleados, el uso previsto, el diseño funcional, las características del producto y la pertenencia a una misma marca o a marcas bajo un mismo titular. La diferencia de color, por sí sola, no

constituye una diferencia sustancial. Por ello, cuando existen diferencias objetivas de calidad, composición, contenido, cantidad o desempeño, estas deben ser consideradas antes de atribuir el diferencial de precio al género (Assembly Bill No. 1287, 2022)

Segundo elemento: categoría protegida

El sexo y la identidad de género se encuentran expresamente reconocidos entre las categorías protegidas por el artículo 11 numeral 2 de la Constitución. La Corte Constitucional ha precisado que, aunque todas las categorías contenidas en dicha disposición son protegidas, aquellas relacionadas con grupos histórica, estructural y sistemáticamente discriminados pueden adquirir el carácter de categorías sospechosas. En particular, la Corte ha reconocido que la categoría sexo-mujer constituye una categoría sospechosa y exige un escrutinio estricto. (Sentencia n.º 28-15-IN/21, 2021)

Aplicado al impuesto rosa, una diferenciación de precios vinculada al sexo o género de las personas a quienes se dirige el producto utiliza una categoría constitucionalmente protegida. Para efectos de esta investigación, dicha orientación comercial puede identificarse mediante elementos objetivos de presentación, denominación, publicidad y segmentación del producto, valorados conjuntamente.

El hecho de que la diferenciación provenga de una empresa privada no excluye la tutela constitucional. El artículo 88 de la Constitución admite la protección frente a vulneraciones provenientes de particulares cuando, entre otros supuestos, la persona afectada se encuentra en situación de subordinación, indefensión o discriminación; además, el artículo 52 reconoce específicamente los derechos de las personas consumidoras (Constitución de la República del Ecuador, 2008)

Tercer elemento: resultado y justificación

El tercer elemento exige determinar el resultado producido por el trato diferenciado. La Corte Constitucional distingue entre una diferencia justificada y una diferencia discriminatoria: la primera puede sustentarse en criterios objetivos y razonables, mientras que la segunda se configura cuando el trato ocasiona el menoscabo o anulación del reconocimiento, goce o ejercicio de derechos. Por ello, que un producto dirigido a mujeres tenga un precio superior no demuestra, por sí solo, la existencia de discriminación. (Sentencia n.º 61-19-IN/21, 2021)

La justificación de la diferencia debe analizarse de manera concreta y verificable. Pueden constituir razones neutrales las diferencias relacionadas con materiales, costos, trabajo, tiempo o dificultad de fabricación y otros factores ajenos al género. En consecuencia, la segmentación comercial no debería considerarse suficiente, por sí sola, cuando la diferencia de precio se encuentra asociada a una categoría sospechosa. (Assembly Bill No. 1287, 2022)

En consecuencia, conforme a los artículos 11 numeral 2, 52 y 66 numeral 4 de la Constitución, una diferencia de precio será constitucionalmente objetable cuando recaiga sobre bienes o servicios sustancialmente similares, se vincule exclusiva o predominantemente con el

sexo o género de las personas destinatarias y el proveedor no demuestre una justificación objetiva, razonable y proporcional. Los criterios contenidos en la legislación californiana pueden utilizarse como referencia comparada para valorar la similitud y los costos, pero no constituyen una norma directamente aplicable en Ecuador (Constitución de la República del Ecuador, 2008).

Carga dinámica de la prueba

La persona consumidora puede conocer el precio, el empaque y las características visibles del producto, pero normalmente no dispone de información sobre la estructura interna de costos, producción o distribución, que permanece principalmente bajo control del proveedor. Esta asimetría genera una dificultad probatoria para determinar si el diferencial de precio responde a una causa objetiva.

La asimetría descrita justifica considerar una distribución dinámica de la carga probatoria. La persona consumidora estaría en capacidad de aportar indicios razonables sobre la comparabilidad, orientación comercial por género y diferencia de precio, mientras que el proveedor tendría mejores condiciones para presentar la información técnica y económica bajo su control. Este planteamiento encuentra apoyo analógico en la jurisprudencia constitucional sobre categorías sospechosas e inversión de la carga de la prueba (Sentencia n.º 28-15-IN/21, 2021).

Derecho comparado

California: prohibición de precios por género

California cuenta con dos instrumentos diferenciados. En materia de bienes, la AB 1287, incorporada como sección 51.14 del Civil Code, prohíbe cobrar precios distintos por dos productos de consumo sustancialmente similares cuando la diferencia se basa en el género de las personas para quienes se comercializan. La similitud se determina considerando los materiales, el uso previsto, el diseño funcional, las características y la pertenencia a la misma marca o a entidades bajo control común. El color, por sí solo, no constituye una diferencia sustancial. La norma fue aprobada el 27 de septiembre de 2022 y entró en vigor el 1 de enero de 2023 (Assembly Bill No. 1287, 2022).

Los servicios se encuentran regulados por una disposición distinta y anterior: la sección 51.6 del Civil Code, denominada Gender Tax Repeal Act de 1995, que prohíbe diferencias de precio por género en servicios de igual o similar naturaleza, sin impedir variaciones justificadas por el tiempo, la dificultad o el costo efectivo de la prestación.

La AB 1287 permite diferencias de precio en los bienes cuando se fundamenten en el tiempo, dificultad, costos, trabajo, materiales u otra razón neutral respecto del género. Además, autoriza restitución y multas civiles de hasta USD 10.000 por la primera infracción y USD 1.000 por cada infracción posterior, con un límite general de USD 100.000 (Assembly Bill No. 1287, 2022).

España: reducción del IVA menstrual

España aplica el tipo superreducido de 4 % a compresas, tampones y protegeslips. La medida reconoce que los productos de gestión menstrual no deben tratarse como artículos ordinarios de consumo. Su alcance, sin embargo, es tributario: reduce la carga fiscal, pero no establece una prohibición general de diferenciación de precios para todos los productos dirigidos a mujeres (Ley 37/1992, 1992).

La experiencia española confirma la necesidad de separar instrumentos. El alivio fiscal es adecuado para bienes esenciales, mientras que el control de sobrepuestos injustificados requiere normas de consumo, información y competencia.

México: tasa cero para la gestión menstrual

El artículo 2-A, fracción I, inciso j), de la Ley del Impuesto al Valor Agregado (2021) aplica tasa 0 % a toallas sanitarias, tampones y copas para la gestión menstrual desde la reforma publicada el 12 de noviembre de 2021. La política busca disminuir el precio fiscal de productos indispensables y favorecer una gestión menstrual digna.

Como en Ecuador, la tasa cero no determina el precio final ni resuelve diferencias en otros productos. La lección es que la política tributaria debe acompañarse de monitoreo del mercado para verificar la traslación del beneficio.

Chile: diagnóstico y debate institucional

La Biblioteca del Congreso Nacional de Chile publicó en 2023 un informe de asesoría parlamentaria que caracteriza el denominado impuesto rosa como un sobrepuesto asociado al género y examina distintas experiencias regulatorias y tributarias internacionales. El documento constituye una fuente de diagnóstico y derecho comparado útil para el análisis del fenómeno. (Rojas Castillo, 2023)

En consecuencia, la experiencia chilena examinada en esta investigación debe presentarse principalmente como un aporte al diagnóstico y al debate parlamentario. El informe consultado no describe la existencia de una prohibición chilena general equivalente a la establecida en California, por lo que no corresponde atribuir a Chile las medidas que el documento analiza respecto de otros ordenamientos. (Rojas Castillo, 2023)

Matriz comparativa

Tabla 2

Comparación de respuestas regulatorias al impuesto rosa en California, España, México, Chile y Ecuador

Jurisdicción	Instrumento principal	Ámbito	Elemento útil para Ecuador	Límite
California	Civil Code § 51.14 (AB 1287)	Bienes sustancialmente similares (AB 1287); servicios regulados aparte (Gender Tax Repeal Act de 1995).	Definición de similitud, excepciones por costos, restitución y sanción.	Requiere adaptación por institucional y procedimental.
España	Ley del IVA, tipo superreducido del 4 %	Compresas, tampones y protegeslips.	Alivio fiscal para productos y menstruales.	No prohíbe de forma general el sobreprecio por género.
México	Ley del IVA, art. 2-A(I)(j)	Toallas sanitarias, tampones y copas.	Tasa 0 % y reconocimiento de la gestión menstrual.	No controla por sí sola la formación del precio final.
Chile	Informe BCN 2023 y debate legislativo	Diagnóstico del fenómeno y experiencia comparada.	Información técnica para políticas públicas.	No constituye una prohibición nacional integral.
Ecuador	CRE, LODC y LRTI art. 55.21	Igualdad, consumo y tarifa 0 % en productos específicos.	Base constitucional y fiscal ya existente.	Falta prohibición específica, prueba y vigilancia periódica.

Nota. elaboración propia a partir de Assembly Bill No. 1287 (2022), España (Ley 37/1992, texto consolidado), Ley del Impuesto al Valor Agregado de México (1978), Rojas Castillo (2023) y normativa ecuatoriana.

DISCUSIÓN

La pregunta de investigación puede responderse señalando que las prácticas de diferenciación de precios basadas en el género inciden en la igualdad y no discriminación cuando recaen sobre bienes o servicios sustancialmente similares, utilizan el sexo, género, identidad o expresión de género como criterio de segmentación y producen una carga económica desfavorable que carece de una justificación objetiva, razonable y proporcional.

La relevancia constitucional no surge de cualquier diferencia comercial, sino de aquellas que, después de examinar la comparabilidad y los costos verificables, revelan que el género

constituye la causa exclusiva o predominante del mayor precio. En estos casos se comprometen la igualdad formal y material reconocida en los artículos 11 numeral 2 y 66 numeral 4 de la Constitución, así como los derechos de las personas consumidoras previstos en su artículo 52.

A diferencia del estudio de Nueva York, que examinó 794 productos de 91 marcas y efectuó 397 comparaciones pareadas, la evidencia disponible en Ecuador no procede de una medición nacional ni de una muestra probabilística. El estudio del New York City Department of Consumer Affairs encontró que los productos dirigidos a mujeres costaban, en promedio, un 7 % más que los productos masculinos comparables y que, en la categoría de cuidado personal, el diferencial promedio alcanzaba el 13 %.

Sin embargo, sus propios resultados demuestran que la diferencia no era universal: las versiones femeninas fueron más caras en el 42 % de las comparaciones, tuvieron el mismo precio en el 40 % y fueron más económicas en el 18 % (New York City Department of Consumer Affairs, 2015). Por consiguiente, este antecedente demuestra que el fenómeno puede medirse mediante comparaciones controladas, pero sus porcentajes no pueden trasladarse automáticamente al mercado ecuatoriano.

Los resultados de Coloma Coloma deben entenderse como indicios exploratorios y no como una demostración de la prevalencia nacional del impuesto rosa. La investigación identificó diferencias e inconsistencias en ocho categorías observadas en dos establecimientos de Quito; no obstante, algunas de esas variaciones corresponden a diferencias entre cadenas comerciales y no necesariamente a una segmentación basada en el género.

Las rasuradoras y los desodorantes constituyen las categorías más próximas a una comparación entre versiones comercializadas para mujeres y hombres, pero incluso en estos casos deben controlarse la cantidad, formulación, materiales, calidad, promociones, fecha y canal de venta antes de atribuir el diferencial al género (Coloma Coloma, 2024). La contribución de este estudio consiste, por tanto, en identificar categorías que requieren una investigación más amplia y no en demostrar que todos los productos destinados a mujeres tienen un precio superior.

La imposibilidad de realizar una generalización estadística deriva del diseño cualitativo y documental de la presente investigación. No se efectuó un levantamiento nacional de precios ni se contó con una base pública que permitiera estimar la frecuencia, magnitud o distribución territorial del fenómeno. En consecuencia, los resultados permiten establecer criterios jurídicos para reconocer una diferenciación discriminatoria y justificar la adopción de mecanismos preventivos, pero no permiten calcular cuántas consumidoras resultan afectadas ni afirmar que el sobreprecio se presenta sistemáticamente en todas las categorías o establecimientos del país. Esta distinción es fundamental para evitar que una conclusión jurídicamente válida sea presentada, sin respaldo metodológico, como una conclusión estadística nacional.

Las medidas tributarias y las normas de protección al consumidor responden a problemas diferentes. La tarifa 0 % prevista en el artículo 55 numeral 21 de la Ley de Régimen Tributario

Interno reduce el componente fiscal de las toallas sanitarias, tampones, copas menstruales y pañales desechables populares. No obstante, la tarifa cero no fija el precio final, no controla los márgenes comerciales y tampoco impide que puedan existir diferencias injustificadas en otros bienes o servicios. Su incidencia depende de que el beneficio fiscal sea trasladado efectivamente al precio pagado por la persona consumidora.

Por ello, la tarifa cero reduce la carga tributaria sobre determinados productos esenciales, pero no controla la formación privada de precios. La respuesta frente al impuesto rosa debe situarse principalmente en la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, cuyos artículos 4, 17 y 19 reconocen el trato equitativo y no discriminatorio, el derecho a la información y la obligación de indicar el precio final, aunque actualmente no contienen una regla específica sobre comparabilidad, justificación y prueba de las diferencias asociadas al género.

La legislación californiana ofrece un referente útil porque proporciona criterios operativos para distinguir una diferencia comercial legítima de una diferenciación basada en el género. En particular, la sección 51.14 del Código Civil de California, incorporada mediante la AB 1287, regula los bienes sustancialmente similares y considera elementos como los materiales, el uso previsto, el diseño funcional, las características y la pertenencia a una misma marca o a empresas bajo control común.

La regulación de las diferencias de precio en servicios se encuentra, de manera diferenciada, en la sección 51.6 del mismo Código. Este modelo admite variaciones sustentadas en costos verificables y no exige que todos los productos o servicios tengan idéntico precio (Assembly Bill No. 1287, 2022). Sin embargo, la legislación californiana no puede trasplantarse automáticamente a Ecuador, porque debe adaptarse a las competencias, procedimientos, garantías probatorias y régimen sancionador establecidos en el ordenamiento nacional.

Las implicaciones regulatorias para Ecuador se proyectan en dos niveles complementarios. En el nivel legislativo, resulta necesario incorporar en la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor una prohibición suficientemente determinada que defina la similitud sustancial, reconozca las diferencias justificadas por costos objetivos, distribuya dinámicamente la carga de la prueba y establezca mecanismos de cese, restitución, reparación y sanción proporcional.

En el nivel de política pública, se requiere implementar una metodología oficial de comparación, fortalecer la información sobre precios unitarios y desarrollar una observación periódica del mercado. Esta intervención debe proteger a todas las personas afectadas por una diferenciación basada en el sexo, género, identidad o expresión de género, sin presumir que toda segmentación comercial es discriminatoria ni trasladar automáticamente al proveedor la responsabilidad sin la existencia previa de indicios razonables.

Finalmente, la investigación presenta tres limitaciones principales: la inexistencia de una base nacional de precios desagregada por orientación comercial de género; el carácter

exploratorio y territorialmente limitado de la evidencia ecuatoriana utilizada; y la ausencia, hasta la fecha de revisión de este trabajo, de una sentencia final publicada dentro del caso 59-22-IN. Estas limitaciones no eliminan la relevancia jurídica del problema, pero obligan a formular sus resultados con prudencia.

Las investigaciones futuras deberán realizar mediciones periódicas en distintas provincias, establecimientos físicos y plataformas digitales; construir pares comparables mediante precio unitario y atributos objetivos; y diferenciar las variaciones atribuibles al género de aquellas explicadas por calidad, cantidad, formulación, promociones, costos o condiciones de prestación. En este alcance, la hipótesis queda respaldada en su dimensión jurídica: una diferencia asociada al género puede afectar la igualdad material cuando recae sobre situaciones comparables y carece de justificación objetiva, pero la evidencia disponible todavía no permite afirmar la existencia de un patrón estadístico generalizado en todo Ecuador.

Propuesta normativa y de política pública

Justificación de la sede legislativa

Se propone incorporar un artículo innumerado a continuación del artículo 19 de la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor. La ubicación responde a que dicho artículo regula la indicación del precio y permite articular la nueva prohibición con los derechos del artículo 4 y las obligaciones informativas del artículo 17. La reforma debe complementarse con una infracción específica y reglas de reparación, sin alterar el Código Tributario.

La norma debe cumplir los principios de legalidad, certeza y proporcionalidad. Para ello, no puede usar expresiones vagas como producto femenino o precio excesivo sin criterios. Debe describir la conducta, definir la similitud sustancial, reconocer excepciones, distribuir la carga de la prueba, identificar medidas correctivas y remitir al procedimiento competente.

Texto sugerido

Artículo innumerado a continuación del artículo 19.- Prohibición de diferenciación de precios basada en género.- Los productores, fabricantes, importadores, distribuidores, comercializadores y prestadores de servicios no podrán fijar, anunciar ni cobrar precios diferentes por bienes o servicios sustancialmente similares cuando la diferencia se funde exclusiva o predominantemente en el sexo, género, identidad o expresión de género de las personas a quienes se dirigen.

Para efectos de este artículo, dos bienes serán sustancialmente similares cuando, considerados en conjunto, no presenten diferencias relevantes en materiales o formulación, cantidad, calidad, uso previsto, diseño funcional, características, durabilidad y marca o titular económico. El color, nombre, imagen, ubicación comercial o empaque orientado a un género no constituirán, por sí solos, una diferencia sustancial.

En los servicios se considerarán, entre otros factores, el tiempo de prestación, la dificultad, la técnica, la experiencia requerida, los insumos, el riesgo y la complejidad. No existirá

infracción cuando el proveedor demuestre que la diferencia corresponde de manera razonable y proporcional a costos verificables de producción, adquisición, trabajo, materiales, formulación, cantidad, calidad, distribución, prestación o cumplimiento regulatorio, siempre que tales factores sean neutrales respecto del género.

La persona consumidora o la autoridad deberá aportar indicios razonables de similitud sustancial, orientación por género y diferencia de precio. Cumplido este umbral, corresponderá al proveedor presentar la información técnica y económica necesaria para justificar objetivamente la diferencia, sin perjuicio de la reserva de secretos empresariales y de las facultades de control de la autoridad competente.

Comprobada la infracción, se ordenará el cese de la práctica, la devolución de la diferencia cobrada a las personas identificables, la corrección de precios, publicidad o información y las demás medidas de reparación integral que correspondan. La autoridad podrá disponer la publicación de una rectificación cuando la conducta haya tenido alcance colectivo.

La infracción será sancionada con multa de tres a veinte salarios básicos unificados. En caso de reincidencia, afectación colectiva, ocultamiento de información o conducta sistemática, la multa será de veinte a cincuenta salarios básicos unificados, sin perjuicio de la reparación, de las acciones colectivas y de las responsabilidades previstas en otras leyes. La graduación considerará el beneficio obtenido, la duración, el número de personas afectadas, la colaboración del proveedor y la capacidad económica del infractor.

La escala propuesta se sitúa deliberadamente por encima de las sanciones generales que la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor prevé para otras infracciones: el artículo 70 sanciona con multa de cien a mil dólares cuando no existe sanción específica, el artículo 72 sanciona la publicidad engañosa con mil a cuatro mil dólares, y el artículo 74 sanciona el incumplimiento del artículo 58 con mil a cinco mil dólares. Una diferenciación de precios por género que se repite de forma sistemática en el tiempo genera un beneficio económico acumulado para el proveedor que las sanciones generales de la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor no alcanzan a desincentivar, lo que justifica una escala más alta y referenciada al salario básico unificado, similar en su lógica —aunque no en su cuantía— a los topes de la Assembly Bill No. 1287 californiana, que van de diez mil dólares por la primera infracción a mil dólares por cada infracción posterior, con un tope acumulado de cien mil dólares.

Mecanismos de aplicación

La autoridad competente en materia de protección de personas consumidoras debe emitir una guía técnica de comparabilidad. La guía no sustituirá la ley, pero permitirá estandarizar la evaluación de marca, cantidad, formulación, función, materiales, servicios y costos. También debe establecer formatos de denuncia que permitan adjuntar fotografías, facturas, enlaces, fecha, establecimiento y precio unitario.

La Defensoría del Pueblo, dentro de sus atribuciones constitucionales y legales, puede recibir peticiones, promover soluciones y activar acciones cuando exista afectación colectiva. La reforma debe coordinarse con el procedimiento vigente y evitar atribuir competencias sancionadoras a una entidad que no las posea expresamente. Por esa razón, el texto sugerido emplea la expresión autoridad competente y exige una reforma procedimental complementaria que identifique con claridad el órgano administrativo o judicial encargado.

La restitución de la diferencia de precio debe ser prioritaria. La multa cumple funciones preventivas y disuasorias, pero no reemplaza la reparación. Cuando no sea posible identificar a todas las personas afectadas, la autoridad puede ordenar medidas colectivas, tales como corrección pública, descuentos equivalentes durante un período determinado o programas de cumplimiento, siempre que exista base legal y control efectivo.

Los proveedores deberían conservar durante un plazo razonable la documentación que explique diferencias entre variantes comercializadas por género. No se exige revelar públicamente secretos empresariales; la información puede entregarse de manera reservada a la autoridad. La falta injustificada de documentación constituirá un elemento de valoración, pero no una presunción absoluta de responsabilidad.

En el régimen vigente, el artículo 81 de la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor atribuye a la Defensoría del Pueblo el conocimiento y pronunciamiento sobre reclamos y quejas, mientras que el artículo 84 asigna el juzgamiento de las infracciones al juez de contravenciones. Por ello, la incorporación de una nueva infracción exige definir expresamente si su conocimiento seguirá la vía judicial existente o si se creará una potestad administrativa sancionadora. La sola expresión “autoridad competente” no resuelve esta cuestión y debe complementarse con una reforma procedimental que determine el órgano, la vía, los recursos y la ejecución de las reparaciones.

Política pública complementaria

La reforma legal debe acompañarse de un Observatorio de Precios y Género, integrado o coordinado por la entidad pública competente en consumo, con participación del Consejo Nacional para la Igualdad de Género, el Servicio de Rentas Internas, academia y organizaciones de consumidores. Su función sería publicar estudios periódicos, metodologías y alertas, no fijar precios generales.

El Servicio de Rentas Internas debe fortalecer la información sobre bienes gravados con tarifa 0 % y coordinar controles cuando existan inconsistencias en comprobantes o clasificación. La vigilancia tributaria no debe transformarse en control administrativo de márgenes comerciales, pero sí asegurar que el impuesto cobrado corresponda a la ley.

La educación al consumidor debe promover comparaciones por precio unitario, cantidad y función, y desalentar decisiones basadas únicamente en colores o etiquetas de género. Paralelamente, los proveedores pueden adoptar programas voluntarios de revisión de portafolio,

auditoría de diferencias y publicidad inclusiva. La autorregulación resulta valiosa como complemento, no como sustituto de la tutela legal.

Finalmente, se recomienda realizar una investigación nacional con muestreo multietápico en supermercados, farmacias, tiendas especializadas y plataformas digitales de distintas provincias. El estudio debe incluir, como mínimo, higiene personal, afeitado, desodorantes, fragancias, vestuario básico, juguetes, servicios de peluquería y lavandería. Los resultados deberán diferenciar sobreprecio por género, variación entre establecimientos y costos objetivos.

CONCLUSIONES

Las prácticas de diferenciación de precios basadas en el género inciden en la igualdad y no discriminación en el consumo cuando recaen sobre bienes o servicios sustancialmente similares, se relacionan exclusiva o predominantemente con el sexo, género, identidad o expresión de género de las personas destinatarias y no se encuentran justificadas por diferencias objetivas y proporcionales de cantidad, calidad, materiales, formulación, tiempo, complejidad, producción, distribución o prestación. En estas circunstancias, la carga económica resultante compromete los derechos reconocidos en los artículos 11 numeral 2, 52 y 66 numeral 4 de la Constitución de la República del Ecuador.

En cumplimiento del primer objetivo específico, se concluye que el denominado impuesto rosa no constituye un tributo formal, debido a que no nace de una obligación establecida por ley, no responde a un hecho generador tributario ni es recaudado por una administración pública. Se trata de una expresión utilizada para describir posibles diferencias de precio originadas en decisiones privadas de producción, mercadotecnia, segmentación y comercialización. Por esta razón, su tratamiento jurídico principal corresponde al derecho de las personas consumidoras, la igualdad y la prohibición de discriminación, mientras que la política tributaria desempeña una función complementaria.

Respecto del segundo objetivo específico, el derecho comparado evidencia la existencia de respuestas jurídicas diferentes. España y México emplean medidas fiscales para reducir el IVA aplicable a determinados productos de gestión menstrual; California establece reglas contra diferencias de precio basadas en el género y criterios para identificar bienes sustancialmente similares; y Chile aporta elementos de diagnóstico y debate institucional. Para Ecuador, estos modelos no deben reproducirse mecánicamente, sino utilizarse para construir una respuesta propia que combine alivio fiscal para productos esenciales, protección frente a diferencias injustificadas, transparencia de precios y producción periódica de información.

En relación con el tercer objetivo específico, la incidencia jurídica y patrimonial del impuesto rosa debe determinarse mediante el test constitucional de igualdad. Primero, debe comprobarse que los bienes o servicios sean comparables; segundo, que la diferencia se encuentre vinculada con una categoría protegida por el artículo 11 numeral 2 de la Constitución; y tercero,

que produzca un resultado desfavorable carente de una justificación objetiva, razonable y proporcional. La afectación patrimonial puede acumularse cuando el diferencial se repite en bienes o servicios de consumo frecuente, pero no toda diferencia de precio constituye discriminación, especialmente cuando el proveedor demuestra factores neutrales y verificables que explican su formación.

El ordenamiento ecuatoriano contiene una protección general mediante los derechos previstos en los artículos 4, 17 y 19 de la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, pero no define cuándo dos bienes o servicios son sustancialmente similares ni establece reglas específicas sobre indicios, justificación objetiva y carga probatoria. Este vacío dificulta la prevención, reclamación y reparación de las diferencias de precio basadas en el género. En consecuencia, se justifica incorporar un artículo innumerado a continuación del artículo 19 de esa ley, acompañado de criterios de comparabilidad, excepciones por costos verificables, distribución dinámica de la prueba, restitución, reparación, sanciones proporcionales y una delimitación clara de las autoridades y procedimientos competentes.

La hipótesis se confirma en su dimensión jurídica y con un alcance condicionado: una diferencia de precio asociada al género afecta la igualdad material cuando se aplica a bienes o servicios sustancialmente similares y no posee una justificación objetiva. Sin embargo, la evidencia ecuatoriana analizada es exploratoria y no permite afirmar que todas las versiones dirigidas a mujeres sean más costosas ni establecer la prevalencia nacional del fenómeno. La efectividad de la respuesta jurídica requiere una medición nacional periódica, metodologías uniformes de comparación, procedimientos accesibles para las personas consumidoras y una institucionalidad capaz de prevenir y corregir las prácticas comprobadas sin sancionar diferencias comerciales legítimas.

REFERENCIAS

- Almeida Sánchez, M. D. (2021). *La política fiscal con enfoque de género en países de América Latina*. Serie: Serie Macroeconomía del Desarrollo. <https://www.cepal.org/es/publicaciones/47210-la-politica-fiscal-enfoque-genero-paises-america-latina>
- Assembly Bill No. 1287 (2022). https://leginfo.legislature.ca.gov/faces/billNavClient.xhtml?bill_id=202120220AB1287
- Caso Atala Riffo y Niñas vs. Chile. Fondo, Reparaciones y Costas, Serie C No. 239 (2012). https://www.corteidh.or.cr/docs/casos/articulos/seriec_239_esp.pdf
- Caso N.º 59-22-IN (2022). https://esacc.corteconstitucional.gob.ec/storage/api/v1/10_DWL_FL/e2NhenBldGE6J3RyYW1pdGUnLCBldWlkOic4NDgwYzc3Mi1lODI2LTRIOWMtOTI0OC05YTdjYzY3YzNkNmEucGRmJ30=
- Coloma Coloma, M. A. (2024). *Del IVA al PINK TAX: violencia económica contra las mujeres en la tributación del Ecuador* [Tesina Especialización, Flacso Ecuador]. <https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/items/19cfd028-68e0-43fb-a984-d4e01a1f8777>
- Constitución de la República del Ecuador, Registro Oficial n.º 449, de 20 de octubre de 2008. https://www.defensa.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2021/02/Constitucion-de-la-Republica-del-Ecuador_act_ene-2021.pdf
- Convención sobre la Eliminación de Todas las Formas de Discriminación contra la Mujer (1979). <https://www.ohchr.org/es/instruments-mechanisms/instruments/convention-elimination-all-forms-discrimination-against-women>
- Fernández de la Rosa, F., & Ramírez-Martínez, F. R. (2021). La problemática del desconocimiento y discriminación de precios por género (pink tax) en Ciudad Juárez. *NovaRUA*, 13(22), 102–116. <https://doi.org/10.20983/novarua.2021.22.6>
- González y Otras (“Campo Algodonero”) Vs. México. Fondo, Reparaciones y Costas, Serie C No. 205 (2009). https://www.corteidh.or.cr/docs/casos/articulos/seriec_205_esp.pdf
- Isler Soto, E. M. (2016). Consumidor, discriminación, derechos humanos. *Revista de Derecho Público*, (84), 99-113.
- Ley 37/1992, Boletín Oficial del Estado (1992). <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-1992-28740>
- Ley de Régimen Tributario Interno, Registro Oficial Suplemento n.º 463, de 17 de noviembre de 2004. <https://www.sri.gob.ec/o/sri-portlet-biblioteca-alfresco-internet/descargar/93555420-c113-4ce8-a81b-e60eaa1bc616/LRTI-%C3%BAltima%20modificaci%C3%B3n%2029%20de%20noviembre%20de%202021.pdf>

- Ley del Impuesto al Valor Agregado, Diario Oficial de la Federación (1978, reformada en 2021).
<https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LIVA.pdf>
- Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, Registro Oficial Suplemento n.º 116, de 10 de julio de 2000. https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2018-09/Documento_Ley-Org%C3%A1nica-Defensa-Consumidor.pdf
- Manzano-Antón, R., Martínez-Navarro, G., & Gavilan-Bouzas, D. (2018). Identidad de género, consumo y discriminación a través del precio. *Revista Latina de Comunicación Social*, (73), 385–400. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2018-1261>
- New York City Department of Consumer Affairs. (2015). *From Cradle to Cane: The Cost of Being a Female Consumer. A Study of Gender Pricing in New York City*. <https://www.nyc.gov/assets/dca/downloads/pdf/partners/Study-of-Gender-Pricing-in-NYC.pdf>
- Recomendación General Núm. 35 sobre la violencia por razón de género contra la mujer, por la que se actualiza la Recomendación General Núm. 19 (2017). <https://www.ohchr.org/es/documents/general-comments-and-recommendations/general-recommendation-no-35-gender-based-violence>
- Rojas Castillo, J. L. (2023). *El impuesto rosa, gender tax, pink tax o tasa invisible y sus efectos: experiencia comparada*. https://www.bcn.cl/asesoriasparlamentarias/detalle_documento.html?id=81555
- Salgado Álvarez, M. J. (2013). *Manual de formación en género y derechos humanos*. Corporación Editora Nacional; Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador.
- Sentencia n.º 28-15-IN/21 (24 de noviembre de 2021). https://esacc.corteconstitucional.gob.ec/storage/api/v1/10_DWL_FL/e2NhenBldGE6J3RyYW1pdGUnLCBldWlkOicwNDI2ODI1NC1lYWJlLTQwYWYtYmFkOS0zNjFhODlmMTRmNDEucGRmJ30=
- Sentencia n.º 40-18-IN/21 (2021). https://esacc.corteconstitucional.gob.ec/storage/api/v1/10_DWL_FL/e2NhenBldGE6J3RyYW1pdGUnLCBldWlkOiczMDZmNWNkOS0xNTdmLTQxZWVtYWYtYS0zNzg5YTU0Y2Q3NTQucGRmJ30%3D
- Sentencia n.º 61-19-IN/21 (2021). https://esacc.corteconstitucional.gob.ec/storage/api/v1/10_DWL_FL/e2NhenBldGE6J3RyYW1pdGUnLCBldWlkOidkOTlkNzMWYS00MzE3LTQ3YTctODhiZC1mYTE5ZTY2NmU3ZTIucGRmJ30%3D
- Sentencia n.º 603-12-JP/19 (2019). https://esacc.corteconstitucional.gob.ec/storage/api/v1/10_DWL_FL/eyJjYXJwZXRhIjoiYWxmcmVzY28iLCJldWlkIjoIOTU1OTExZDItMzE2Ny00ZDk2LTk2ZTI0ZjAxNjYwYjA4ZDA5LnBkZiJ9