

**PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE SÃO PAULO**

Faculdade de Economia, Administração, Contabilidade e Atuária  
Departamento de Contabilidade, Atuariais e Métodos Quantitativos  
Curso de Ciências Contábeis

**TRIBUTAÇÃO POR GÊNERO COM ÊNFASE EM “PINK TAX”**

MARIA FERNANDA VAZQUEZ DANA

**São Paulo**

**2023**

MARIA FERNANDA VAZQUEZ DANA

**TRIBUTAÇÃO POR GÊNERO COM ÊNFASE EM “PINK TAX”**

Monografia apresentada ao Departamento de Ciências Contábeis da Faculdade de Economia, Administração, Contabilidade e Atuária da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, como pré-requisito para obtenção do título de Bacharel em Ciências Contábeis, orientado pelo Professor Dr. Valério Vitor Bonelli.

**São Paulo – SP**

**2023**

**TERMO DE APROVAÇÃO****TRIBUTAÇÃO POR GÊNERO COM ÊNFASE EM “PINK TAX”**

Maria Fernanda Vazquez Dana

**Banca:**

---

Orientador: Prof. Dr. Valério Vitor Bonelli

---

Nota:

---

Convidado 1: Prof.

---

Nota:

---

Convidado 2: Prof.

---

Nota:

## **DECLARAÇÃO DE ÉTICA E RESPEITO AOS DIREITOS AUTORAIS**

Declaro para os devidos fins, que a pesquisa foi elaborada por mim e que não há, nesta monografia, cópias de publicações de trechos de títulos de outros autores sem a respectiva citação, nos moldes da NBR 10.520 de ago/2002.

---

Aluna: Maria Fernanda Vazquez Dana

---

DATA

## DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho, primeiramente a Deus, e aos meus pais, Roseli Dana e Jesus Vazquez, por serem minha base, por sempre me apoiarem e me ajudarem no que for preciso. Agradeço aos meus tios, Carla, Regiane, e Ricardo e avôs, Josefa, José, Neusa e Francisco, que sempre torcem e se fizeram presentes na minha vida. Agradeço ao Luiz Fernando Costa, que me apoio, e me ajudou a seguir mesmo quando pensei em desistir. Por último, agradeço aos meus amigos, que foram responsáveis por tornar tudo mais leve e fácil. Sem vocês, e o apoio e amor incondicional, não teria chegado até aqui. Por último, agradeço ao meu orientador Prof. Dr. Valério Vitor Bonelli, por me incentivar e apoiar, e a Professora Dilene Fabretti, que com suas aulas me auxiliou e ajudou na luta por esse tema.

*“Eu adoraria ser lembrada como uma pessoa que usou a sua vida para inspirar os outros em qualquer maneira.”* (“Empreendedorismo feminino: entenda o conceito e sua história!”)

**Viola Davis**

## RESUMO

A monografia aborda o tema da "Pink Tax" e sua relação com a tributação, explorando a disparidade de preços entre produtos destinados a diferentes gêneros e como essa prática afeta as mulheres. As palavras-chave incluem "Pink Tax", gênero, disparidade de preços, discriminação, tributação e igualdade. A "Pink Tax" refere-se ao fenômeno em que produtos direcionados a mulheres são precificados mais elevadamente em comparação com produtos equivalentes destinados a homens, resultando em custos adicionais ao longo da vida das mulheres. Isso se manifesta em categorias como roupas, brinquedos e produtos de cuidados pessoais, com diferenças de preços variando de 11% a 36%. Essa prática desigual está enraizada em normas de gênero, expectativas sociais e percepções culturais que influenciam o comportamento do consumidor e as estratégias de preços das empresas, perpetuando a desigualdade de gênero. A pesquisa também destaca que, embora o "Pink Tax" não seja um imposto tradicional, ele atua de maneira semelhante, sobrecarregando financeiramente as mulheres. Além disso, a monografia explora a relação entre a "Pink Tax" e o Imposto sobre Circulação de Mercadorias (ICMS), ressaltando que a tributação desigual pode agravar ainda mais a disparidade de preços com base no gênero. Em resumo, a "Pink Tax" é uma manifestação visível da desigualdade de gênero, afetando as mulheres em diversas esferas de suas vidas. A conscientização sobre essa questão está crescendo, com esforços para promover a igualdade de gênero, incluindo a implementação de leis proibindo a prática em alguns países. A pesquisa destaca a importância de continuar monitorando e combatendo a "Pink Tax" e considerar a igualdade de gênero ao desenvolver políticas tributárias, visando a construção de uma sociedade mais justa e equitativa.

**Palavras-Chave:** "Pink Tax", Desigualdade de Gênero, Tributação, ICMS, Contabilidade, Tributação

## LISTA DE FIGURAS

Figura 01: Exemplo de “Pink Tax” na categoria Roupas Adulto.....	27
(Duas camisetas brancas simples Levi’s Masculina)	
Figura 02: Exemplo de “Pink Tax” na categoria Roupas Adulto.....	28
(Uma camiseta branca simples Levi’s Feminina)	
Figura 03: Exemplo de “Pink Tax” na categoria Roupas Adulto.....	28
(Calça Masculina Skinny Zara)	
Figura 04: Exemplo de “Pink Tax” na categoria Roupas Adulto.....	29
(Calça Feminina Skinny Zara)	
Figura 05: Exemplo de “Pink Tax” na categoria Roupas Infantil.....	31
(Calça moletom masculina infantil)	
Figura 06: Exemplo de “Pink Tax” na categoria Roupas Infantil.....	31
(Calça moletom feminina infantil)	
Figura 07: Exemplo de “Pink Tax” na categoria Roupas Infantil.....	32
(Camiseta de 06 a 14 anos masculina infantil)	
Figura 08: Exemplo de “Pink Tax” na categoria Roupas Infantil.....	32
(Camiseta de 06 a 14 anos feminina infantil)	
Figura 09: Exemplo de “Pink Tax” na categoria Brinquedos.....	34
(Bicicleta Masculina)	
Figura 10: Exemplo de “Pink Tax” na categoria Brinquedos.....	34
(Bicicleta Feminino)	
Figura 11: Exemplo de “Pink Tax” na categoria Brinquedos.....	35
(Brinquedo Lego Masculino 149 peças)	

Figura 12: Exemplo de “Pink Tax” na categoria Brinquedos.....	35
(Brinquedo Lego Feminino 176 peças)	
Figura 13: Exemplo de “Pink Tax” na categoria Cuidados Pessoais.....	37
Advil Mulher Ibuprofeno 400mg	
Figura 14: Exemplo de “Pink Tax” na categoria Cuidados Pessoais.....	37
Advil Ibuprofeno 400mg	
Figura 15: Exemplo de “Pink Tax” na categoria Cuidados Pessoais.....	38
Espuma de Barbear 190g	
Figura 16: Exemplo de “Pink Tax” na categoria Cuidados Pessoais.....	38
Espuma para depilação 190g	

## LISTA DE GRÁFICO E TABELA

Gráfico 01 - Mais da metade dos brasileiros têm preferência por compras online (2023).....	19
Tabela 01: Quantidade de Produtos por Categoria (2023, <i>e-commerce</i> ).....	21
Tabela 02 – Grupos e diferenças de preços entre artigos femininos e masculinos.....	24
Tabela 03 – Dados Estatísticos sobre as Categorias 2023.....	25
Tabela 04 - Produtos e diferenças de preços entre artigos femininos e masculinos - Categoria Roupas Adulto (2023, <i>e-commerce</i> ).....	27
Tabela 05 - Produtos e diferenças de preços entre artigos femininos e masculinos - Categoria Roupas Infantil (2023, <i>e-commerce</i> ).....	30
Tabela 06 - Produtos e diferenças de preços entre artigos femininos e masculinos - Categoria Brinquedos (2023, <i>e-commerce</i> ).....	33
Tabela 07 - Produtos e diferenças de preços entre artigos femininos e masculinos - Categoria Cuidados Pessoais (2023, <i>e-commerce</i> ).....	36
Tabela 08 – Diferença no ICMS femininos e masculinos (2023, <i>e-commerce</i> ).....	41

## Sumário

<b>INTRODUÇÃO.....</b>	<b>12</b>
<b>OBJETIVO.....</b>	<b>13</b>
<b>PROBLEMATIZAÇÃO .....</b>	<b>13</b>
<b>JUSTIFICATIVA .....</b>	<b>14</b>
<b>METODOLOGIA.....</b>	<b>15</b>
<b>1. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA .....</b>	<b>16</b>
<b>2. ANÁLISE EMPÍRICA .....</b>	<b>19</b>
<b>3. AS MULHERES PAGAM MAIS PELOS MESMOS PRODUTOS? .....</b>	<b>22</b>
<b>3.1 PINK TAX NA CATEGORIA DE ROUPA ADULTO .....</b>	<b>26</b>
<b>3.2 PINK TAX NA CATEGORIA DE ROUPA INFANTIL .....</b>	<b>30</b>
<b>3.3 PINK TAX NA CATEGORIA DE BRINQUEDOS .....</b>	<b>33</b>
<b>3.4 PINK TAX NA CATEGORIA DE CUIDADOS PESSOAIS .....</b>	<b>36</b>
<b>3.5 PINK TAX E O ICMS .....</b>	<b>40</b>
<b>3.6 MOVIMENTOS DE CONSCIENTIZAÇÃO .....</b>	<b>42</b>
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>44</b>
<b>REFERÊNCIAS .....</b>	<b>46</b>
<b>WEBGRAFIA.....</b>	<b>47</b>

## INTRODUÇÃO

### TRIBUTAÇÃO POR GÊNERO COM ÊNFASE NA “PINK TAX”

A tributação é uma constante na história desde as primeiras sociedades, e é fortemente influenciada por fenômenos sociais na construção dos sistemas tributários nacionais. Não sendo surpreendente, portanto, que as desigualdades de gênero persistentes no Brasil e no mundo também deixem sua marca no campo tributário.

A desigualdade de gênero é um problema profundamente enraizado na sociedade contemporânea, muitas vezes imperceptível para a população. Embora avanços significativos tenham ocorrido nas últimas décadas em direção à igualdade de direitos das mulheres, a discriminação ainda persiste, como exemplo desse fenômeno que ilustra essa disparidade é a "pink tax".

Primeiramente, é importante conceituar a "pink tax" e entender seu impacto no desenvolvimento da igualdade de gênero. A "pink tax", ou "taxa rosa", é um acréscimo de valor em produtos destinados ao público feminino simplesmente por serem direcionados às mulheres. Isso resulta na distinção de preços discriminatórios entre produtos idênticos ou similares para diferentes gêneros. Embora não seja um tributo no sentido tradicional, é uma prática que se baseia na premissa de que produtos para homens e mulheres não são idênticos, justificando assim custos distintos. Essa prática imita um imposto desigual e seletivo, com impactos diretos nos gastos e no consumo feminino.

A presença da "pink tax" não se limita apenas a produtos que naturalmente têm versões femininas com preços mais altos. Ela está presente em produtos essenciais e predominantemente utilizados por mulheres, como por exemplo absorvente higiênico. Essa tributação desigual amplifica a questão da tributação entre gêneros e é evidente a oneração desigual entre o feminino e o masculino. Isso levanta a discussão sobre a alta carga tributária incidente sobre produtos básicos, erroneamente categorizados como itens de luxo.

A pesquisa existente que correlaciona tributação, orçamento e desigualdade de gênero no Brasil é limitada, resultando em poucas propostas para usar esses conceitos como ferramentas para alcançar a igualdade, especialmente nas questões que envolvem o impacto social e econômico da alta e desigual carga tributária.

Diante dessas considerações, a construção de um referencial teórico-metodológico se mostra um desafio intrínseco a este trabalho. No entanto, delinear a trajetória a ser percorrida, por mais desafiadora que seja, é um passo crucial para direcionar a pesquisa, conferir sustentação e coerência ao desenvolvimento do projeto e é uma ferramenta indispensável para alcançar seus objetivos.

## **OBJETIVO**

Analisar a problemática da "Pink Tax", ou seja, tributação em produtos voltados ao público feminino, e seus efeitos na sociedade, com o objetivo de compreender as causas e consequências dessa prática de precificação diferenciada com base no gênero.

## **PROBLEMATIZAÇÃO**

A "Pink Tax" refere-se à prática de cobrar preços mais altos em produtos e serviços destinados às mulheres, em comparação com produtos equivalentes direcionados aos homens. Essa discrepância de preços com base no gênero suscita várias questões e desafios que merecem atenção crítica.

1. Discriminação de gênero e desigualdade: Por que ocorre a "Pink Tax"? Quais são as causas subjacentes dessa prática? Até que ponto a "Pink Tax" reflete uma discriminação de gênero sistêmica e contribui para a perpetuação da desigualdade entre homens e mulheres? Quais são as implicações sociais e econômicas dessa discriminação?
2. Consequências para o consumidor: Qual é o impacto da "Pink Tax" nas escolhas e no poder de compra das mulheres? Em que medida essa prática

pode afetar o acesso a produtos e serviços essenciais? Como isso pode reforçar a feminização da pobreza e ampliar as desigualdades sociais?

3. Movimentos e respostas sociais: Como a sociedade tem reagido à "Pink Tax"? Existem iniciativas ou movimentos que visam combater essa prática e promover a conscientização sobre suas consequências? Quais são os desafios para a implementação de mudanças efetivas e a eliminação da "Pink Tax"?

## **JUSTIFICATIVA**

A justificativa para esse trabalho é de suma importância devido às inúmeras implicações sociais, econômicas e de gênero que emergem dessa prática. A discrepância de preços entre produtos e serviços voltados para mulheres em comparação com aqueles destinados a homens não apenas expõe a persistência da desigualdade de gênero, mas também lança luz sobre um fenômeno que tem efeitos multifacetados na sociedade contemporânea.

Primeiramente, investigar as causas subjacentes à "Pink Tax" é essencial para compreender os fatores que perpetuam a desigualdade de gênero. Aprofundar-se na análise dessa prática pode revelar padrões de discriminação sistêmica e debater questões relacionadas a estereótipos de gênero, percepções de valor atribuído a produtos femininos e masculinos, além de estruturas econômicas complexas que podem contribuir para essa discrepância.

Adicionalmente, o estudo das consequências para o consumidor permite uma avaliação abrangente dos impactos no poder de escolha e no acesso a produtos e serviços. Compreender como a "Pink Tax" afeta o poder de compra da mulher e até que ponto limita seu acesso a produtos essenciais trazendo à tona questões relacionadas à equidade e à justiça social. Aprofundar essa análise também pode revelar como essa prática contribui para a feminização da pobreza e como amplia as disparidades socioeconômicas.

## **METODOLOGIA**

Este trabalho busca analisar os impactos da "pink tax" e da tributação desigual entre gêneros, utilizando como referencial teórico os estudos já realizados no campo do Direito Tributário, enfocando a importância dos orçamentos sensíveis à questão de gênero e identificando os efeitos das atividades financeiras e tributárias aparentemente neutras do Estado.

Inicia-se com uma pesquisa bibliográfica em textos legais, princípios tributários e políticas nacionais, ficou evidente a importância da arrecadação de impostos e da justiça tributária para uma parte da sociedade. Além disso, por meio de uma pesquisa documental exploratória, foi traçado um panorama histórico e comparativo da tributação desigual entre os gêneros masculino e feminino, ilustrando a persistência dessa desigualdade, e como isso afeta as mulheres em suas vidas pessoais.

## 1. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Este capítulo tem como objetivo estabelecer uma base sólida de fundamentações teóricas e históricas para a compreensão da Pink Tax. Essa tributação social é um fenômeno de precificação que envolve a cobrança de preços mais altos por produtos e serviços destinados às mulheres em comparação com produtos e serviços equivalentes destinados aos homens. Para analisar esse fenômeno de maneira abrangente, é crucial examinar as teorias econômicas e sociológicas que o explicam e traçar sua evolução ao longo do tempo.

A Pink Tax pode ser compreendida à luz da teoria da discriminação de preços. Segundo essa teoria, as empresas cobram preços diferentes com base na composição de diversas classes de consumidores dispostos a pagar (Varian, 2014). Nesse contexto, as mulheres muitas vezes são consideradas mais dispostas a pagar por produtos voltados para elas devido à influência de normas culturais e pressões sociais. Em alguns casos, essa tributação pode ser resultado do poder de mercado detido por certas empresas que dominam o mercado de produtos femininos. Isso lhes permite estabelecer preços mais voláteis sem medo de perder demanda. A concentração de poder econômico nas mãos de poucos atores pode contribuir para a perpetuação da Pink Tax (Stigler, 1987).

As normas de gênero desempenham um papel significativo na Pink Tax. As expectativas culturais referentes a como homens e mulheres devem se comportar e se apresentar influenciam a demanda por produtos e serviços específicos. A sociedade muitas vezes espera que as mulheres gastem mais em produtos de cuidados pessoais e beleza, o que permite que as empresas cobrem preços mais altos por esses itens (Connell, 1987). A socialização de gênero começa na infância e molda as preferências e comportamentos dos indivíduos ao longo da vida. A Pink Tax pode ser vista como uma extensão dessa socialização, em que as meninas são ensinadas desde cedo a valorizar certos produtos e serviços que, por sua vez, são precificados mais alto. Essa socialização de gênero perpetua essa tributação social ao longo das gerações (Lorber, 1995).

A Pink Tax não é um fenômeno novo, mas sim uma prática que tem raízes profundas na história. Para compreender como essa disparidade de preços evoluiu ao longo do tempo, é importante traçar um breve histórico:

- Década de 60: Durante o movimento feminista da década, as mulheres começaram a questionar a disparidade de preços em produtos de cuidados pessoais, como lâminas de barbear (Faludi, 1991).

- Década de 70: Os esforços para combater a Pink Tax levaram a algumas mudanças no mercado de produtos femininos, mas a disparidade de preços persistiu (Schor, 1991).

- Década de 90: Nas últimas décadas, a conscientização sobre a Pink Tax aumentou com organizações de defesa dos direitos das mulheres e consumidores pressionando por mudanças. No entanto, a prática ainda persiste em muitos setores (Liebmann, 2019).

- Anos 2000: Surgiram estudos e reportagens que destacaram a Pink Tax como uma questão significativa, atraindo a atenção do público e dos legisladores (Sommers, 2001).

- Anos de 2010: Tornou-se um tópico de discussão mais amplo, com o aumento das redes sociais e do ativismo online. Campanhas nas redes sociais, como #AxThePinkTax, ganharam destaque, pressionando as empresas a reverem suas políticas de preços (Cohen, 2016).

- Década de 2020: Na última década, houve um aumento significativo na conscientização e na ação em relação à Pink Tax. Muitos estados e países começaram a promulgar leis que proíbem a prática da Pink Tax, exigindo que produtos e serviços sejam precificados com base na função e nos custos de produção, em vez de gênero (CBC News, 2020).

- Hoje em dia, Ano de 2023: Está em discussão no Congresso Nacional, a reforma tributária, que pode vir a ser um instrumento para auxiliar na eliminação da "Pink Tax", porém a questão passa ao largo das prioridades dos parlamentares (que são na sua maioria homens). A representante do Grupo de Estudos Tributação e Gênero do Núcleo de Direito Tributário da FGV, Tathiane Piscitelli, afirma que a proposta de reforma tributária em pauta agravará as disparidades de gênero e raça no país. No final de março, grupos de pesquisa apresentaram sugestões para reformas fiscais que diminuam as disparidades entre homens e mulheres. (Elas no Poder, 2023)

Independentemente da renda, todos pagam a mesma quantia no consumo. Assim, a situação é pior para as pessoas de baixa renda e aumenta as desigualdades. Piscitelli explica que as mulheres negras são as mais prejudicadas na sociedade porque têm a menor renda neste país.

O grupo apresentou recomendações à Câmara sobre a reforma tributária em discussão (PEC 45/19). Uma é manter os benefícios tributários para itens de primeira necessidade. Outra é a aprovação de projetos de lei específicos que incentivam empresas que contratem mulheres, principalmente mulheres negras, para cargos de gestão e criam subsídios e linhas de crédito exclusivas para mulheres negras.

Além disso, foi sugerida a criação de benefícios fiscais para o consumo de absorventes, fraldas, anticoncepcionais e medicamentos hormonais, entre outros. Piscitelli afirma que essas são medidas que combatem a desigualdade de gênero, permitindo que o direito tributário cumpra sua função de construir uma sociedade mais justa. A ideia é distribuir benefícios aos mais pobres.

Essa análise histórica demonstra que a Pink Tax evoluiu de uma questão discutida principalmente no âmbito do movimento feminista para uma preocupação mais ampla na sociedade, resultando em mudanças legislativas e regulatórias significativas.

## 2. ANÁLISE EMPÍRICA

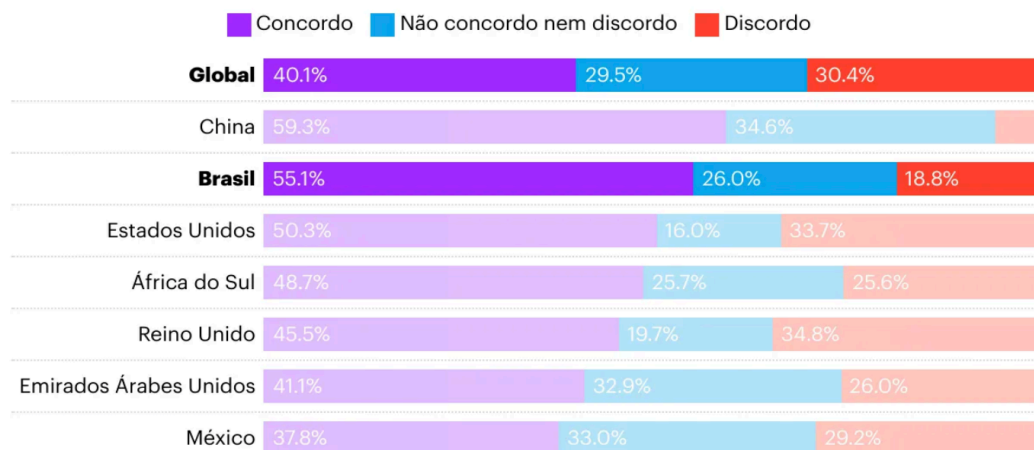
Para atingir o objetivo de demonstrar a Pink Tax, foram examinados produtos com versões masculinas e femininas que apresentavam características semelhantes em termos de aparência, tecido, qualidade e marketing. Assim, excluindo os itens destinados apenas a uma categoria, como vestidos, saias, maquiagens e absorventes.

Considerando o mercado consumidor brasileiro, observamos que as compras digitais compõem aproximadamente 55% do total de vendas. Ganhando assim da maioria dos países, ficando atrás apenas da China. Além disso, o comércio eletrônico, que começou há mais de 20 anos e cresceu com o acesso à internet nos lares, também teve um impacto significativo com a pandemia, de acordo com o Ministério do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços (MDIC). De acordo com esses dados, o valor total de bens e serviços vendidos online no país entre 2019 e 2022 atingiu a marca de R\$ 450 bilhões, mais que o dobro do período de 2016 a 2019. (E-commerce Brasil em 2023: Mais da metade dos brasileiros têm preferência por compras online, 2023). Sendo as mulheres representantes de 64% desse comércio. (Lógica Digital, 2023).

Gráfico 01: Mais da metade dos brasileiros têm preferência por compras online (2023)

### Brasil, um dos países que mais amam o comércio eletrônico

Você concorda ou discorda da seguinte afirmação? "Geralmente prefiro comprar coisas online em vez de nas lojas" (%)



Realizado pelo site E-commerce Brasil, 2023

Considerando os dados acima sobre o comércio virtual no Brasil, as plataformas de vendas on-line de grandes redes foram utilizadas. Esse estudo dividiu os produtos pesquisados em quatro grandes categorias: roupas adultas e infantis, brinquedos e cuidados pessoais. Em cada categoria, dois tipos de produtos foram analisados para representar diferentes fases da vida das pessoas.

Na seção de roupas para adultos e crianças foram escolhidas como itens de uso diário que são usados tanto por homens quanto por mulheres, e foram ignorados produtos com muitos detalhes que podem aumentar seu valor.

Já na seção de brinquedos, todos os itens da categoria têm um paralelo direto em ambos os gêneros. Além de serem geralmente de marcas diferentes, os bonecos não foram incluídos, o que representa um problema de formação de consumidor que esse estudo não pretende abordar.

Em produtos de cuidados pessoais, foi escolhido espuma para barbear/depilar e remédio com 1 g de Paracetamol da marca Advil porque esses produtos são comuns aos brasileiros. Produtos com gênero específico, como aqueles que são usados para lidar com a menstruação, ou que são principalmente focados no sexo, como os de cuidado capilar, não foram incluídos porque atendem um público muito grande de mulheres, enquanto a maioria dos produtos destinados ao público masculino se limitava a embalagens 2 em 1, etc.

Tabela 01: Quantidade de Produtos por Categoria (2023, e-commerce)

Grupo	Quantidade			
	Feminina	Masculina	Total	Loja
<b>Roupa Adulto</b>				
Calças	721	345	1.066	Zara
Camisetas Básicas	229	72	301	Zara
<b>Roupa Infantil</b>				
Calças	74	130	204	Zara
Camisetas Lisas 6 a 14 anos	150	54	204	Zara
<b>Brinquedos</b>				
LEGO	100	743	843	RiHappy
Bicicleta	7	6	13	PB Kids
<b>Cuidado Pessoais</b>				
Espuma para Barbear/Depilar	4	30	34	Drogasil
Remédio Paracetamol (Advil)	1	9	10	Drogaria São Paulo

Elaborada pela autora. Dados retirados das lojas virtuais listadas.

Como todas as outras variáveis foram reduzidas ou excluídas o máximo possível, os resultados desta amostra permitiram determinar se homens e mulheres tinham ou não diferenças nos preços.

Caso esse estudo confirme a existência da Pink Tax, discutiremos seus motivos baseando-nos nas hipóteses da teoria da economia feminista e da microeconômica. Considerando que segundo a teoria microeconômica de formação de preços, produtos que possuem um processo de produção, custo e demais variáveis similares se não iguais não deveriam apresentar uma diferença de preço (Pindyck, 2012). As prováveis razões para essa taxa de lucro e mark-up extra em mercadorias voltadas ao público feminino são mais socioculturais do que puramente econômicas.

### 3. AS MULHERES PAGAM MAIS PELOS MESMOS PRODUTOS?

No Brasil, há cerca de 203 milhões de habitantes no último censo de 2022. De acordo com o PNAD Contínua (Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua), destes habitantes entorno de 51,1% são mulheres, ou seja, a cada 100 pessoas, há 51 mulheres, sendo assim maioria no mercado consumidor. (Censo, PNAD Contínua, 2022).

Mesmo sendo a maioria no país, não é surpreendente que elas sofram discriminação de preço, uma vez que essa diferença é a realidade das mulheres ao redor do mundo. Ainda mais se levar em consideração que as mulheres recebem somente 78% de uma média salarial masculina. (CNN Brasil, 2023)

Além disso, as mulheres ainda são induzidas socialmente, estruturalmente e culturalmente a comprar outros produtos e serviços que são considerados essenciais para a vida cotidiana, como maquiagem, acessórios (como brincos e colares, entre outros), cuidados com manicure e pedicure etc., mesmo que não sejam essenciais para o gênero, como o caso do absorvente menstrual. Esses produtos e serviços, que também podem ser usados por homens por opção, são impostos às mulheres desde que elas são meninas e são essenciais para que elas possam se encaixar na sociedade. Estes bens e serviços considerados "essenciais" para a vida comunitária consomem cada vez mais a renda das mulheres, deixando-a cada vez mais deficitária em comparação com os homens.

Outro ponto importante é o princípio da isonomia previsto no art. 150 da CF/88, pois é fundamental no contexto jurídico e garante que todos os cidadãos sejam tratados de forma equitativa perante a lei, sem discriminação injustificada. No entanto, a realidade social frequentemente mostra diferenças, como no caso da "taxa rosa". Essa disparidade de preços baseada no gênero viola o princípio da isonomia porque cobra mais às mulheres devido ao seu sexo. A luta contra visa não apenas corrigir essas disparidades econômicas, mas também fortalecer o princípio da isonomia, promovendo a igualdade de gênero em todas as facetas da vida.

As categorias de produtos analisados foram definidas a partir de produtos de utilização cotidiana de uma pessoa em suas diferentes etapas de vida, infância (Roupas Infantis e Brinquedos) e vida adulta (Roupas Adulto e Cuidados Pessoais). Busca-se mostrar o impacto dessa diferença para as mulheres brasileiras sofrem ao longo da sua vida.

De uma maneira geral, na Tabela 02 é possível verificar que das quatro categorias utilizadas na análise em todas as mulheres pagam mais do que os homens pelos mesmos produtos, com a seção mais marcante sendo os brinquedos onde a diferença entre produtos para meninos e meninas chega a 156% no produto LEGO.

A categoria que menos evidencia a Pink Tax, são as roupas infantis, esse tipo de consumo afeta mais aos tutores legais. Outra seção que nos chama atenção é a de cuidados pessoais, onde apesar de estarmos desconsiderando produtos importantes a rotina feminina, esse é um ramo que apresentou a segunda maior porcentagem entre os grupos com desigualdade. Porém isso já é nítido e altamente refletido no marketing e no design estético que é voltado completamente a um público só, mesmo que ambos consumam.

Tabela 02 – Grupos e diferenças de preços entre artigos femininos e masculinos

Grupo	Quantidade de produtos	Preço do artigo Feminino (\$)	Preço do artigo Masculino (\$)	Diferença de Preço (\$)	Diferença Percentual da média de preços
<b>Roupa Adulto</b>					<b>15%</b>
Calças	1.066	279,00	259,00	20,00	8%
Camisetas Básicas	301	74,90	49,95	24,95	50%
<b>Roupa Infantil</b>					<b>14%</b>
Calças	204	105,00	95,00	10,00	11%
Camisetas Lisas 6 a 14 anos	204	55,00	45,00	10,00	22%
<b>Brinquedos</b>					<b>36%</b>
LEGO	843	366,99	144,79	222,20	153%
Bicicleta	13	850,00	750,00	100,00	13%
<b>Cuidados Pessoais</b>					<b>33%</b>
Espuma para Barbear/Depilar	34	34,90	22,99	11,91	52%
Remédio Paracetamol (Advil)	10	25,49	22,49	3,00	13%

Elaborada pela autora. Dados retirados das lojas virtuais listadas.

A Tabela 03 apresenta alguns dados estatísticos sobre as amostras, com o seu desvio padrão, uma medida que expressa o grau de dispersão de um conjunto de dados, ou seja, indica o quanto um conjunto de dados é uniforme (quanto mais próximo de 0 for o desvio padrão, mais homogêneo são os dados), e o coeficiente de variação, quanto maior o valor do coeficiente de variação, maior a variabilidade relativa

dos dados em relação à média, e por outro lado, um coeficiente de variação menor indica uma variabilidade relativa menor.

A presença de uma grande dispersão em torno da média nos dados da amostra sugere que os produtos estão espalhados em uma ampla gama de valores, tanto superiores quanto inferiores à média. Isso pode ter sido resultado dos valores distintos de vários produtos se as categorias fossem um grande grupo.

Tabela 03 – Dados Estatísticos sobre as Categorias 2023

<b>Grupo</b>	<b>Desvio Padrão Feminino</b>	<b>Desvio Padrão Masculino</b>	<b>Desvio Padrão da Amostra</b>	<b>Coeficiente de Variação</b>
<b>Roupa Adulto</b>	102,05	104,53	103,90	62,70%
<b>Roupa Infantil</b>	25,00	25,00	25,50	33,99%
<b>Brinquedos</b>	241,51	302,61	285,37	54,05%
<b>Cuidados Pessoais</b>	4,71	0,25	5,00	18,89%

Elaborada pela autora. Dados retirados das lojas virtuais listadas.

### 3.1 PINK TAX NA CATEGORIA DE ROUPA ADULTO

Na categoria de roupas para adultos, as mulheres pagam em média 15% a mais que os homens para ter acesso aos mesmos itens. Sem levar em consideração o fato de que as mulheres normalmente são obrigadas a vestir roupas mais elaboradas que os homens e possuir uma maior variedade, implicando na quantidade, devido ao fato de que a aparência das mulheres afeta mais suas vidas profissionais e pessoais do que as de um homem. Para esse estudo, foram considerados apenas roupas básicas, ou seja, sem estampas e muitos detalhes, mas suficientes para formar um traje cotidiano. Acessórios em gerais como cintos, saias, vestidos e roupas formais não foram incluídos porque poderiam aumentar o valor da pesquisa, desvalidando-a.

Na tabela 04 podemos ver que os dois tipos de produtos analisados apresentam uma diferença de preços entre homens e mulheres. Em camisetas lisas é possível visualizar uma disparidade de 50 pontos percentuais, significando que em média, homens pagam metade do valor que as mulheres. Já no item de calça, apesar da disparidade não chegar a 10%, ainda sim, mulheres chegam a pagar em média R\$ 20,00 a mais que homens.

A diferença de preços na questão de roupas é esperada, uma vez que existem diferenças na questão física entre homens e mulheres, além de tendências de moda serem mais impactantes no universo feminino do que no masculino. Entretanto os dois tipos de produtos mostram que itens para mulheres são em média 15% mais caros que para homens. Essa diferença é ilógica em várias razões, sendo alguma delas: em geral, levando em consideração a questão física, homens tendem a serem maiores e mais largos que as mulheres, utilizando assim mais matéria prima para a fabricação de roupas afetando então o custo da peça ao fabricante. Já na visão econômica, utilizaremos o exemplo do Shopping Morumbi, situado na Zona Sul de São Paulo, contendo 43 lojas femininas e 29 lojas masculinas, com isso como podemos observar apesar da maior oferta de lojas serem voltadas as mulheres o que teoricamente significaria uma maior concorrência e conseqüentemente redução nos preços, notamos que ocorre o oposto disso.

Tabela 04 - Produtos e diferenças de preços entre artigos femininos e masculinos - Categoria Roupas Adulto (2023, e-commerce)

Grupo	Quantidade de produtos	Preço do artigo Feminino (\$)	Preço do artigo Masculino (\$)	Diferença de Preço (\$)	Diferença Percentual da média de preços
<b>Roupa Adulto</b>					<b>15%</b>
Calças	1.066	279,00	259,00	20,00	<b>8%</b>
Camisetas Básicas	301	74,90	49,95	24,95	<b>50%</b>

Elaborada pela autora. Dados retirados das lojas virtuais listadas.

A Figura 01 e 02, mostram um exemplo de Pink Tax. Nesse caso, o valor de R\$ 99,90, é correspondente a duas camisetas brancas lisas masculinas, sendo o preço unitário de R\$ 49,95, já a feminina, com as mesmas características, tem o preço unitário de R\$ 74,90, com uma diferença de R\$ 24,95. Na Figura 03 e 04, temos outro exemplo da Pink Tax, mesmo que as duas calças jeans sejam do mesmo modelo e cor ainda apresentam uma diferença de R\$ 20,00 entre eles com a feminina sendo mais cara. Ambos os produtos foram retirados de a mesma loja virtual além serem do mesmo fabricante.

Figura 01: Exemplo de “Pink Tax” na categoria Roupas Adulto  
Duas camisetas brancas simples Levi’s Masculina

COMPRAR LANÇAMENTOS OUTLET NOSSA MARCA Levi's

Encontre um produto...

Home > Masculino > Roupas > Camisetas > Camiseta Levi's® ...

Camiseta Levi's® Slim 2 Pack Branca Manga Curta

★★★★★ 16 avaliações

R\$ 199,90 **50% OFF**  
R\$ 99,90

Tamanho

XS USA / PP BR S USA / P BR M USA / M BR L USA / G BR  
XL USA / GG BR XXL USA / EGG BR

- 1 + Adicionar à sacola

\*Frete grátis para compras acima de R\$ 500,00  
\*Restam apenas 3 unidades

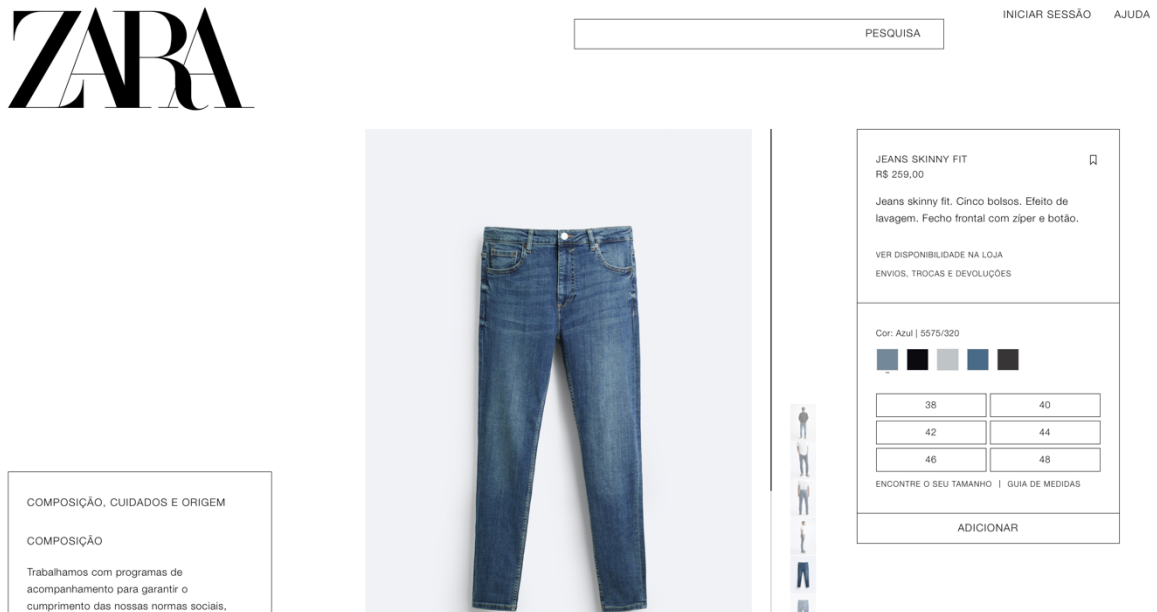
Dados retirados do site da Loja Levi's.

Figura 02: Exemplo de “Pink Tax” na categoria Roupas Adulto  
Uma camiseta branca simples Levi’s Feminina



Dados retirados do site da Loja Levi's.

Figura 03: Exemplo de “Pink Tax” na categoria Roupas Adulto  
Calça Masculina Skinny Zara



Dados retirados do site da Loja Zara.

Figura 04: Exemplo de “Pink Tax” na categoria Roupas Adulto  
Calça Feminina Skinny Zara

**ZARA**

PESQUISA

INICIAR SESSÃO AJUDA

COMPOSIÇÃO, CUIDADOS E ORIGEM

COMPOSIÇÃO

Trabalhamos com programas de acompanhamento para garantir o cumprimento das nossas normas sociais.

JEANS ZW 80'S SKINNY MID RISE

RS 279,00

Slim Fit - Skinny Leg - Mid Rise  
ZW ZARA WOMAN JEANS

Jeans de cintura média confeccionado no nosso característico denim elástico. Este [Ver mais](#)

VER DISPONIBILIDADE NA LOJA  
ENVIOS, TROCAS E DEVOLUÇÕES

AZUL-MEDIO | 7223/259

32	34
36	38
40	42
44	46

ENCONTRE O SEU TAMANHO | GUIA DE MEDIDAS

ADICIONAR

Dados retirados do site da Loja Zara.

### 3.2 PINK TAX NA CATEGORIA DE ROUPA INFANTIL

As duas subcategorias analisadas (Calças e Camisetas) para a categoria de Roupas Infantis foram decididas de modo a formar um traje cotidiano. Com os resultados obtidos nesta categoria é possível notar a presença da pink tax, onde os produtos destinados ao público feminino são mais caros, quando se trata de calças (11%), sendo as características simples e de moletom, e camisetas (22%) lisas e brancas de 06 a 14 anos de idade.

Tabela 05 - Produtos e diferenças de preços entre artigos femininos e masculinos - Categoria Roupas Infantil (2023, e-commerce)

Grupo	Quantidade de produtos	Preço do artigo Feminino (\$)	Preço do artigo Masculino (\$)	Diferença de Preço (\$)	Diferença Percentual da média de preços
<b>Roupa Infantil</b>					<b>14%</b>
Calças	204	105,00	95,00	10,00	<b>11%</b>
Camisetas Lisas 6 a 14 anos	204	55,00	45,00	10,00	<b>22%</b>

Elaborada pela autora. Dados retirados das lojas virtuais listadas.

A Figura 05 e 06 mostram exemplos da Pink Tax em produtos infantis, assim como a Figura 07 e 08. Mesmo considerando peças simples e padrão, encontramos uma diferença média de 14%.

Figura 05: Exemplo de “Pink Tax” na categoria Roupas Infantil  
Calça moletom masculina infantil

COMPOSIÇÃO, CUIDADOS E ORIGEM

COMPOSIÇÃO

Trabalhamos com programas de acompanhamento para garantir o cumprimento das nossas normas sociais, ambientais e de segurança e saúde das nossas peças de roupa. Para avallar o [Ver mais](#)

CALÇA MOLETOM BÁSICA  
R\$ 95,00

Calças de moletom tipo jogger com cós elástico e cordões ajustáveis na frente. Bolsos na frente. Estampa de texto em contraste. Acabamento com punho na barra.

VER DISPONIBILIDADE NA LOJA  
ENVIOS, TROCAS E DEVOLUÇÕES

Cor: Preto | 1880/610

6 ANOS (116 CM)	7 ANOS (122 CM)
8 ANOS (128 CM)	9 ANOS (134 CM)
10 ANOS (140 CM)	11-12 ANOS (152 CM)
13-14 ANOS (164 CM)	

Este produto tem um tamanho superior ao habitual  
GUIA DE MEDIDAS

ADICIONAR

Dados retirados do site da Loja Zara.

Figura 06: Exemplo de “Pink Tax” na categoria Roupas Infantil  
Calça moletom feminina infantil

COMPOSIÇÃO, CUIDADOS E ORIGEM

COMPOSIÇÃO

Trabalhamos com programas de acompanhamento para garantir o cumprimento das nossas normas sociais, ambientais e de segurança e saúde das nossas peças de roupa. Para avallar o [Ver mais](#)

CALÇA DE MOLETOM LISA  
R\$ 105,00

Calça de felpa cós elástico. Bolsos dianteiros. Acabamento em elásticos.

VER DISPONIBILIDADE NA LOJA  
ENVIOS, TROCAS E DEVOLUÇÕES

Cor: Preto | 0257/603

6 ANOS (116 CM)	7 ANOS (122 CM)
8 ANOS (128 CM)	9 ANOS (134 CM)
10 ANOS (140 CM)	11-12 ANOS (152 CM)
13-14 ANOS (164 CM)	

GUIA DE MEDIDAS

ADICIONAR

Dados retirados do site da Loja Zara.

Figura 07: Exemplo de “Pink Tax” na categoria Roupas Infantil  
Camiseta de 06 a 14 anos masculina infantil

**ZARA**

PESQUISA

INICIAR SESSÃO AJUDA

**CAMISETA FLAME LISA**

R\$ 45,00

Camiseta com decote redondo e manga curta.

VER DISPONIBILIDADE NA LOJA  
ENVIOS, TROCAS E DEVOLUÇÕES

Cor: Branco | 1887/769

6 ANOS (116 CM) 7 ANOS (122 CM)  
8 ANOS (128 CM) 9 ANOS (134 CM)  
10 ANOS (140 CM) 11-12 ANOS (152 CM)  
13-14 ANOS (164 CM)

ENCONTRE O SEU TAMANHO | GUIA DE MEDIDAS

ADICIONAR

COMPOSIÇÃO, CUIDADOS E ORIGEM

COMPOSIÇÃO

Trabalhamos com programas de acompanhamento para garantir o cumprimento das nossas normas sociais, ambientais e de segurança e saúde das nossas peças de roupa. Para avaliar o

[Ver mais](#)

Dados retirados do site da Loja Zara.

Figura 08: Exemplo de “Pink Tax” na categoria Roupas Infantil  
Camiseta de 06 a 14 anos feminina infantil

**ZARA**

PESQUISA

INICIAR SESSÃO AJUDA

**CAMISETA LISA**

R\$ 55,00

Camiseta de gola redonda e manga curta.

VER DISPONIBILIDADE NA LOJA  
ENVIOS, TROCAS E DEVOLUÇÕES

Cor: Branco | 5048/601

6-7 ANOS (120 CM) 8-9 ANOS (130 CM)  
9-10 ANOS (140 CM) 11-12 ANOS (152 CM)  
13-14 ANOS (164 CM)

ENCONTRE O SEU TAMANHO | GUIA DE MEDIDAS

ADICIONAR

COMPOSIÇÃO, CUIDADOS E ORIGEM

COMPOSIÇÃO

Trabalhamos com programas de acompanhamento para garantir o cumprimento das nossas normas sociais, ambientais e de segurança e saúde das nossas peças de roupa. Para avaliar o

[Ver mais](#)

Dados retirados do site da Loja Zara.

### 3.3 PINK TAX NA CATEGORIA DE BRINQUEDOS

Entretanto, ainda na infância pode-se perceber, com o levantamento de preços realizado nesta pesquisa, que o brinquedo destinado às meninas tem em média o preço 36% maior do que aqueles destinados aos meninos. Uma das razões para tal diferença seria o fato de que muitos brinquedos vêm com uma marca de personagens. Isso pode além de gerar padrões de consumo (como no caso do lego que é da *Disney*), influenciar o preço dos brinquedos.

Na Tabela 08 percebemos que a diferença mais gritante se dá em legos, com uma diferença de preço em reais de R\$222,20 e de 153 pontos percentuais, enquanto a bicicleta, com as mesmas características de aro e marca, apresenta uma diferença em preço de R\$ 100 e 13 pontos percentuais. Exemplos estão nas figuras 6 e 7, no caso do Lego o valor do masculino é de R\$ 144,79 com 149 peças, sendo R\$ 0,97 por peça, já o feminino é R\$ 366,99 com 176 peças, sendo 2,08, em média 46% a mais.

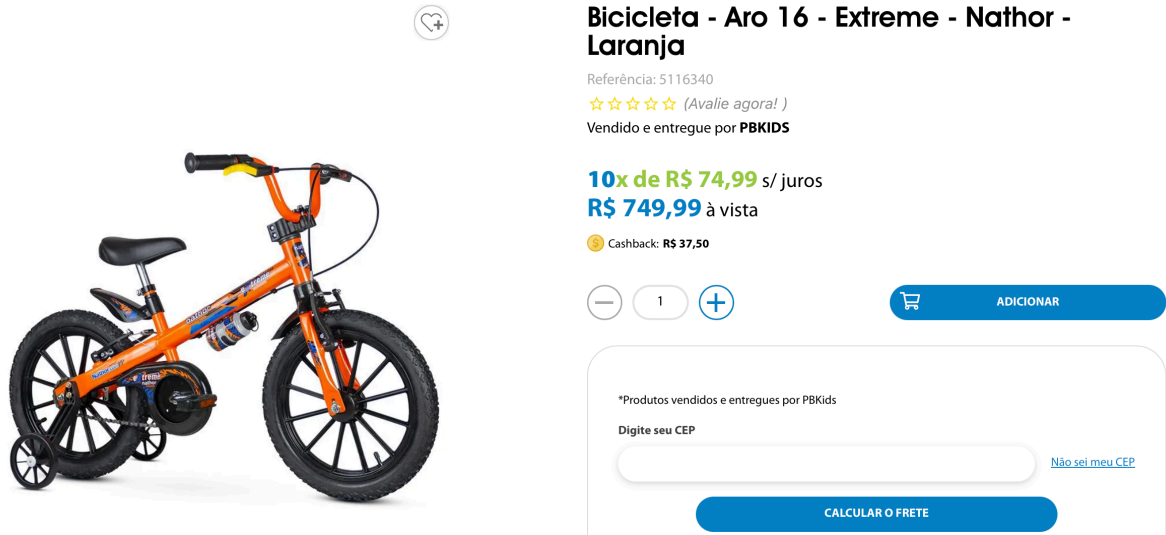
Tabela 06 - Produtos e diferenças de preços entre artigos femininos e masculinos - Categoria Brinquedos (2023, e-commerce)

Grupo	Quantidade de produtos	Preço do artigo Feminino (\$)	Preço do artigo Masculino (\$)	Diferença de Preço (\$)	Diferença Percentual da média de preços
<b>Brinquedos</b>					<b>36%</b>
LEGO	843	366,99	144,79	222,20	<b>153%</b>
Bicicleta	13	850,00	750,00	100,00	<b>13%</b>

Elaborada pela autora. Dados retirados das lojas virtuais listadas.

## Figura 09: Exemplo de “Pink Tax” na categoria Brinquedos Bicicleta Masculina

ESPORTES > BICICLETA > BICICLETA ARO 16 > Bicicleta - Aro 16 - Extreme - Nathor - Laranja



**Bicicleta - Aro 16 - Extreme - Nathor - Laranja**

Referência: 5116340  
 ☆☆☆☆☆ (Avalie agora! )  
 Vendido e entregue por **PBKIDS**

**10x de R\$ 74,99** s/ juros  
**R\$ 749,99** à vista

Cashback: R\$ 37,50

ADICIONAR

\*Produtos vendidos e entregues por PBKids  
 Digite seu CEP  
 Não sei meu CEP  
 CALCULAR O FRETE

Dados retirados do site da Loja PBKids.

## Figura 10: Exemplo de “Pink Tax” na categoria Brinquedos Bicicleta Feminino

ESPORTES > BICICLETA > BICICLETA ARO 16 > Bicicleta - Aro 16 - Princesas - Nathor - Rosa



**Bicicleta - Aro 16 - Princesas - Nathor - Rosa**

Referência: 5116063  
 ☆☆☆☆☆ (Avalie agora! )  
 Vendido e entregue por **PBKIDS**

**10x de R\$ 84,99** s/ juros  
**R\$ 849,99** à vista

Cashback: R\$ 42,50

ADICIONAR

\*Produtos vendidos e entregues por PBKids  
 Digite seu CEP  
 Não sei meu CEP  
 CALCULAR O FRETE

Dados retirados do site da Loja PBKids.

Figura 11: Exemplo de “Pink Tax” na categoria Brinquedos  
 Brinquedo Lego Masculino 149 peças

**7.06% OFF**

**Lego Dc Batman**  
**Perseguição de Motocicleta do Batman e Selina +6 Anos**  
**149 Pcs**

Cod: 1002604874  
 Vendido e entregue por **Baby & Kids**

De: R\$ 163,99  
**Por: 10x de R\$ 15,24 s/ juros**  
**À vista: R\$ 144,79**  
 ☆☆☆☆☆ (Avalie agora!)

1



O set em Lego é completo, possui 149 peças que permitem extrair o máximo da curiosidade e diversão das crianças



**Brincar e Aprender**  
 Brinquedos Lego são os melhores no incentivo à imaginação, criatividade e desenvolvimento cerebral das crianças, ajudam na coordenação motora, foco e concentração

Dados retirados do site da Loja RiHappy.

Figura 12: Exemplo de “Pink Tax” na categoria Brinquedos  
 Brinquedo Lego Feminino 176 peças

BRINQUEDOS > Blocos de Montar > LEGO

**18.44% OFF**

**LEGO - Princesas Disney - Aventuras de Jasmine e Mulan - 43208**

Cod: 1002188873  
 Vendido e entregue por **Ri Happy**

De: R\$ 449,99  
**Por: 10x de R\$ 36,69 s/ juros**  
**À vista: R\$ 366,99**  
 ☆☆☆☆☆ (Avalie agora!)

1




Dados retirados do site da Loja RiHappy.

O valor do lego masculino é de R\$ 144,79 com 149 peças, sendo R\$ 0,97 por peça, já o feminino é R\$ 366,99 com 176 peças, sendo 2,08.

### 3.4 PINK TAX NA CATEGORIA DE CUIDADOS PESSOAIS

Em cuidados pessoais, como descrito anteriormente, foram descartados itens gênero específico, tal como o absorvente menstrual, e itens que são normalmente considerados femininos pelo marketing e design das empresas, tal como xampu e condicionador, que mesmo sendo essenciais na vida cotidiana de homens e mulheres apresentariam um viés na pesquisa. Nesse caso, os produtos tratados nessa seção foram escolhidos por serem utilizados por ambos os gêneros. Mostram que no aspecto da cuidados pessoais as mulheres pagam 33% a mais do que os homens para adquirir os bens equivalentes.

Na Tabela 07 podemos ver que essa é a segunda categoria que mais apresenta diferença, com a maior chegando a R\$ 11,91, a disparidade percentual em espuma de barbear/depilar e remédio é alto. Com a primeira seção apresentado 52% de diferença e a segunda com 13%.

Tabela 07 - Produtos e diferenças de preços entre artigos femininos e masculinos - Categoria Cuidados Pessoais (2023, e-commerce)

Grupo	Quantidade de produtos	Preço do artigo Feminino (\$)	Preço do artigo Masculino (\$)	Diferença de Preço (\$)	Diferença Percentual da média de preços
<b>Cuidados Pessoais</b>					<b>33%</b>
Espuma para Barbear/Depilar	34	34,90	22,99	11,91	<b>52%</b>
Remédio Paracetamol (Advil)	10	25,49	22,49	3,00	<b>13%</b>

Elaborada pela autora. Dados retirados das lojas virtuais listadas.

Como é possível ver na Figura 11 e 12 os comprimidos não possuem diferenças na composição, pois ambos contêm uma grama de paracetamol. E mostrando, assim, que a divergência de preços não se deve a fatores de produção e marketing e sim a

um mark-up extra adicionada a produtos que tem como público-alvo as mulheres, uma Pink Tax. Outro exemplo são as Figuras 13 e 14.

Figura 13: Exemplo de “Pink Tax” na categoria Cuidados Pessoais  
Advil Mulher Ibuprofeno 400mg



Drogaria São Paulo > Remédios

**Analgésico Advil Mulher  
Ibuprofeno 400mg 10 Cápsulas**

716340

O Analgésico Advil Mulher 400mg é utilizado para o tratamento de cólicas menstruais. O medicamento possui cápsulas líquidas, que são mais rapidamente absorvidas, proporcionando ação em até 10 minutos. Também alivia dores nas pernas, costas e enxaquecas. A embalagem contém 10 cápsulas.

DESCRIÇÃO COMPLETA ▾

**Advil**  
Ibuprofeno 400mg **MULHER**

- Cólicas menstruais
- Dor de cabeça
- Dor nas costas
- Enxaqueca

Mais Rápido e Eficaz em uma só Cápsula

10 Cápsulas Líquidas

VENDIDO E ENTREGUE POR  
Drogaria São Paulo

R\$ 31,80

**R\$ 25,49** 20% OFF

1 + COMPRAR

ASSINAR

DESCONTO CONVÊNIO Exclusivo para clientes cadastrados no programa.

VER DESCONTOS CONVÊNIO

Dados retirados do site da Farmácia Drogaria São Paulo.

Figura 14: Exemplo de “Pink Tax” na categoria Cuidados Pessoais  
Advil Ibuprofeno 400mg



Drogaria São Paulo > Remédios

**Analgésico Advil Alívio Rápido  
com Ibuprofeno 400mg 8  
Cápsulas**

704989

O Analgésico Advil 400mg Extra Alívio é utilizado para o tratamento de febre e dores de dente, de cabeça, nas costas, musculares, cólicas, gripes, resfriados, dentre outros. O medicamento alivia os sintomas da dor, com duração de até 8 horas. A embalagem contém 8 cápsulas líquidas.

DESCRIÇÃO COMPLETA ▾

**Advil**

VENDIDO E ENTREGUE POR  
Drogaria São Paulo

R\$ 18,24

**R\$ 17,99**

1 + COMPRAR

ASSINAR

DESCONTO CONVÊNIO Exclusivo para clientes cadastrados no programa.

VER DESCONTOS CONVÊNIO

Dados retirados do site da Farmácia Drogaria São Paulo.

Apesar de conter menos unidades, se fizermos a conta para apenas 1 capsula encontramos que o Advil Mulher é R\$ 2,55, e o Advil comum é R\$ 2,25, diferença de R\$ 0,30, pelo comprimido com a mesma composição farmacêutica.

Figura 15: Exemplo de “Pink Tax” na categoria Cuidados Pessoais  
Espuma de Barbear 190g

**DROGASIL** | espuma para barbear above

Meus Pedidos | Minha conta Entrar | 0 / Cesta R\$ 0,00

Todas as categorias | Nossas Lojas | Teste Covid-19 | Pontos Stix

**Espuma de Barbear Bozzano Pele Sensível com 190g**  
Vendido e entregue por Drogasil

**Bozzano**  
190g  
★★★★★ (7)

Adicionar aos favoritos

- Indicado para peles sensíveis.
- Espuma leve, cremosa e consistente.
- Evita irritações e diminui a sensação de ardência.
- Protege a pele após o barbear.
- Amolece os pelos e facilita o deslize da lâmina.

+ detalhes

Quantidade: - 1 + **R\$22,99**

comprar

VANTAGENS  
Leve 2 unidades por **RS 19,98** cada

Calcular frete  
CEP:  Ok

Dados retirados do site da Farmácia Drogasil.

Figura 16: Exemplo de “Pink Tax” na categoria Cuidados Pessoais  
Espuma para depilação 190g

**DROGASIL** | O que deseja encontrar?

Meus Pedidos | Minha conta Entrar | 0 / Cesta R\$ 0,00

Todas as categorias | Nossas Lojas | Teste Covid-19 | Pontos Stix

**ABOVE WOMEN ESPUMA P/ DEPILAÇÃO 190G**  
Vendido por **Doce Presença Beleza**  
Entregue por **Drogasil**

Este produto é vendido por uma loja parceira e a Drogasil garante a sua compra, do pedido à entrega.

**Above**  
Adicionar a minha opinião

Adicionar aos favoritos

ABOVE WOMEN ESPUMA P/ DEPILAÇÃO 190G

Quantidade: - 1 + **R\$34,90**

comprar

Calcular frete  
CEP:  Ok

Dados retirados do site da Farmácia Drogasil.

Apesar de marcas diferente, esses produtos têm a mesma utilidade, e o masculino custa R\$ 22,99 e o feminino R\$ 34,90, diferença de R\$ 11,91.

Com os dados apresentados acima podemos ver que em todos os produtos analisados as mulheres pagam mais do que os homens. O preço médio entre todos estes produtos destinados ao público feminino é de R\$ 223,91, o que é em média R\$

50 reais mais caros do que a média de preços quando observado os produtos destinados aos homens, que fica em R\$ 173,65.

Com desvio padrão feminino sendo superior que o masculino observamos que os itens femininos possuem uma maior diversidade de preços que os masculinos, levando a crer que caso a mulher tenha em vista produtos de melhor qualidade ela pagará ainda mais do que média assistida neste artigo.

### 3.5 PINK TAX E O ICMS

A "Pink Tax" e o Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços (ICMS) são dois conceitos diferentes com relação a questões fiscais e de gênero, mas não estão diretamente relacionados. O imposto estadual sobre a circulação de mercadorias (ICMS) é aplicado no Brasil, porém cada estado brasileiro tem o poder de estabelecer suas próprias alíquotas e regulamentos. Esse imposto é cobrado na produção quanto na comercialização de produtos, o que significa que ele pode afetar o preço final do produto ou serviço para o consumidor. Além disso, é regulamentado pela Constituição brasileira e é uma fonte significativa de receita para os estados. (Tecnospeed, 2023).

É possível que esses dois conceitos estejam ligados um ao outro de maneira indireta. Os preços dos produtos voltados para mulheres quando maiores que os voltados ao público masculino, como exemplificado nesse artigo, gera assim um valor cobrado de ICMS sobre os produtos maior, e conseqüentemente aumentando o custo total do consumidor. No entanto, a relação entre o ICMS e a "taxa rosa" varia de acordo com as leis fiscais de cada estado e como os produtos são classificados e tributados.

Para fins de análise e pesquisa, observamos na Tabela 08, o valor em reais dos produtos para ambos os gêneros e a diferença entre eles. Nesse caso, usou-se uma alíquota padrão para todos os produtos de 18% (alíquota utilizada em São Paulo, desconsiderando os tipos de produtos). Para os produtos listados, a diferença é de R\$ 72,37 reais, onde as mulheres, ao realizarem compras desses produtos contribuem a mais que os homens.

Tabela 08 – Diferença no ICMS femininos e masculinos (2023, e-commerce)

<b>Grupo</b>	<b>Preço do artigo Feminino (\$)</b>	<b>Preço do artigo Masculino (\$)</b>	<b>ICMS do artigo Feminino (\$)</b>	<b>ICMS do artigo Masculino (\$)</b>	<b>Diferença entre ICMS (\$)</b>
<b>Roupa Adulto</b>					
Calças	279,00	259,00	50,22	46,62	3,60
Camisetas Básicas	74,90	49,95	13,48	8,99	4,49
<b>Roupa Infantil</b>					
Calças	105,00	95,00	18,90	17,10	1,80
Camisetas Lisas 6 a 14 anos	55,00	45,00	9,90	8,10	1,80
<b>Brinquedos</b>					
LEGO	366,99	144,79	66,06	26,06	40,00
Bicicleta	850,00	750,00	153,00	135,00	18,00
<b>Cuidados Pessoais</b>					
Espuma para Barbear/Depilar	34,90	22,99	6,28	4,14	2,14
Remédio Paracetamol (Advil)	25,49	22,49	4,59	4,05	0,54

Elaborada pela autora. Dados retirados das lojas virtuais listadas e alíquota 18%.

### 3.6 MOVIMENTOS DE CONSCIENTIZAÇÃO

Os movimentos de conscientização têm desempenhado um papel fundamental na sensibilização do público em relação à "Pink Tax". Por meio das redes sociais e campanhas de conscientização, exemplos de produtos com preços injustos com base no gênero têm sido expostos. Palavras-chave, como "Pink Tax", têm ganhado relevância, incentivando a discussão pública e a mobilização de grupos e indivíduos.

Alguns países e estados têm respondido à "Pink Tax" com a promulgação de leis que proíbem a prática. Como exemplo temos o California que em 1996, se tornou o primeiro estado dos EUA a proibir a "Pink Tax" ao aprovar uma lei que proíbe a discriminação de gênero nos preços de serviços, e Nova Iorque. Já em países como Reino Unido, Austrália e Canadá, medidas já são discutidas e realizadas visando garantir que produtos idênticos ou equivalentes sejam precificados de forma justa, independentemente do gênero do público-alvo. No entanto, a implementação eficaz e uniforme dessas leis ainda é um desafio.

A resistência de algumas indústrias, a variação regional nas regulamentações de preços, normas culturais enraizadas e a necessidade de supervisão contínua são desafios que persistem na busca pela eliminação efetiva da "Pink Tax". Convencer todas as empresas a revisarem suas práticas de preços e modificarem normas culturais profundamente arraigadas requer esforços contínuos e coordenação de várias partes interessadas.

Já no Brasil, hoje em dia, está em discussão no Congresso Nacional, a reforma tributária, que pode vir a ser um instrumento para auxiliar na eliminação da "Pink Tax", porém há a questão das prioridades dos parlamentares que são na sua maioria homens. Além disso, há Grupos de Estudos de Tributação e Gênero do Núcleo de Direito Tributário da FGV, que apresenta recomendações à Câmara sobre a reforma tributária em discussão (PEC 45/19).

A sociedade está avançando na luta contra a "Pink Tax", com uma crescente conscientização, mobilização e respostas legislativas e empresariais. No entanto, a eliminação completa dessa prática desigual requer esforços contínuos. A

conscientização é o primeiro passo, e a mobilização coletiva é fundamental para criar um ambiente em que a igualdade de gênero seja promovida e respeitada em todos os aspectos do consumo. A "Pink Tax" é mais do que uma questão de preços; é um símbolo da desigualdade de gênero que precisa ser desafiado e superado para construir uma sociedade mais justa e equitativa.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente monografia se dedicou a analisar o fenômeno da "Pink Tax", que representa a prática de cobrar preços mais altos por produtos e serviços destinados às mulheres em comparação com produtos e serviços equivalentes voltados para os homens. Para alcançar esse objetivo, foram examinadas diversas categorias de produtos, desde roupas e brinquedos até produtos de cuidados pessoais, buscando identificar as disparidades de preços entre gêneros. Os resultados evidenciaram de forma consistente a existência da "Pink Tax" em todos os produtos analisados, com as mulheres pagando significativamente mais do que os homens pelos mesmos produtos.

Esse estudo revelou que a "Pink Tax" é uma realidade no mercado brasileiro, afetando as mulheres em diferentes fases de suas vidas, desde a infância até a idade adulta. As diferenças de preços observadas foram expressivas em algumas categorias, como brinquedos, onde a disparidade chegou a 156%, e produtos de cuidados pessoais, com um aumento de 33% nos preços para mulheres. Essas discrepâncias de preços não podem ser justificadas por fatores econômicos, uma vez que os produtos eram equivalentes em qualidade, composição e custos de produção.

Além disso, este estudo também ressaltou que a "Pink Tax" tem implicações econômicas e sociais significativas, uma vez que as mulheres, apesar de serem a maioria no mercado consumidor, continuam a enfrentar discriminação de preços. Isso ocorre em um contexto em que as mulheres já recebem em média 78% do salário dos homens, agravando ainda mais as desigualdades de gênero.

Movimentos de conscientização têm desempenhado um papel importante na denúncia da "Pink Tax" e na pressão por mudanças. Algumas regiões e países têm respondido a essa questão promulgando leis que proíbem a prática. No entanto, a resistência de algumas indústrias, a variação nas regulamentações de preços e as normas culturais arraigadas continuam sendo desafios para a eliminação efetiva da "Pink Tax".

Em resumo, a "Pink Tax" é um fenômeno que persiste no mercado brasileiro, prejudicando as mulheres e contribuindo para a desigualdade de gênero. A conscientização e a mobilização são passos essenciais para desafiar essa prática e pressionar por mudanças nas políticas de preços. A eliminação da "Pink Tax" é mais do que uma questão de preços; é um passo fundamental em direção a uma sociedade mais justa e equitativa.

## REFERÊNCIAS

COHEN, L. **"Pink Tax: The Cost of Being a Female Consumer."** The New York Times, 2016.

CONNELL, R. W. **Gender, and Power: Society, the Person, and Sexual Politics.** Stanford University Press, 1987.

FALUDI, S. **Backlash: The Undeclared War Against American Women.** Crown Publishers, 1991.

LIEBMANN, R. **The Pink Tax: Why Women Pay More for the Same Products and Services.** Seal Press, 2019.

LORBER, J. **Paradoxes of Gender.** Yale University Press, 1995.

PINDYCK, R.S.; RUBINFELD, D.L. **Microeconomia.** São Paulo: Makron Books, 2002.

SCHOR, J. B. **The Overworked American: The Unexpected Decline of Leisure.** Basic Books, 1991

SOMMERS, T. **"The Gender Tax Gap."** Ms. Magazine, vol. 11, no. 3, 2001, pp. 34-37.

SOMMERS, C. H. **The War Against Boys: How Misguided Policies Are Harming Our Young Men.** Simon & Schuster, 2001.

STIGLER, G. J. Competition. In: **The New Palgrave: A Dictionary of Economics.** Vol. 1, pp. 546-552. Palgrave Macmillan, 1987.

STIGLER, G. J. **The Theory of Price** (5th ed.). Macmillan, 1987.

VARIAN, H. R. **Microeconomia: Princípios Básicos.** Editora Campus, 2014.

## WEBGRAFIA

CBC NEWS. "**California Bans Gender-Based Price Discrimination.**" 2020.

Disponível em: <https://www.cbc.ca/news/business/california-pink-tax-ban-1.5458285>.

Acesso em: agosto de 2023

CBC NEWS. "**Canada to eliminate 'tampon tax' as part of fall economic update.**"

2020. Disponível em: <https://www.cbc.ca/news/politics/tampon-tax-removal-budget-1.5817447>. Acesso em: agosto de 2023

CNN BRASIL. "**Diferença salarial entre homens e mulheres vai a 22%, diz**

**IBGE**". 2023. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/economia/diferenca-salarial-entre-homens-e-mulheres-vai-a-22-diz-ibge/>. Acesso em: setembro de 2023

DROGARIA SÃO PAULO. **Farmácia**. 2023. Disponível em:

[https://www.drogariasao paulo.com.br/?gclid=CjwKCAjws9ipBhB1EiwAccEi1EV0kjdZohsFQ1Qew\\_OrrXpvp9mTHAGWu-Ur-5agJPOWaA0vrUZjfoCA-QQAvD\\_BwE](https://www.drogariasao paulo.com.br/?gclid=CjwKCAjws9ipBhB1EiwAccEi1EV0kjdZohsFQ1Qew_OrrXpvp9mTHAGWu-Ur-5agJPOWaA0vrUZjfoCA-QQAvD_BwE).

Acessado em: agosto de 2023.

DROGASIL. **Farmácia**. 2023. Disponível em: <https://www.drogasil.com.br>. Acessado em: agosto de 2023.

E-COMMERCE BRASIL. "**Mais da metade dos brasileiros têm preferência por compras online**". 2023. Disponível em:

<https://www.ecommercebrasil.com.br/noticias/mais-da-metade-dos-brasileiros-tem-preferencia-por-compras-online#:~:text=Esse%20%C3%ADndice%20supera%20a%20m%C3%A9dia,de%20apenas%2040%2C1%25>. Acesso em: setembro de 2023

IBGE. "**População**". 2022. Disponível em:

[https://censo2022.ibge.gov.br/panorama/?utm\\_source=ibge&utm\\_medium=home&utm\\_campaign=portal](https://censo2022.ibge.gov.br/panorama/?utm_source=ibge&utm_medium=home&utm_campaign=portal). Acesso em: setembro de 2023

IBGE EDUCA. “**Quantidade de homens e mulheres**”. 2022. Disponível em: <https://educa.ibge.gov.br/jovens/conheca-o-brasil/populacao/18320-quantidade-de-homens-e-mulheres.html>. Acesso em: setembro de 2023

LEVIS. **Loja**. 2023. Disponível em: [https://www.levi.com.br/?gclid=CjwKCAjws9ipBhB1EiwAccEi1OVayM2xXunqtJq4iKBzbL\\_FXaABfKOg\\_GtNtZrF8SJ655pD5l\\_eVBoCg44QAvD\\_BwE](https://www.levi.com.br/?gclid=CjwKCAjws9ipBhB1EiwAccEi1OVayM2xXunqtJq4iKBzbL_FXaABfKOg_GtNtZrF8SJ655pD5l_eVBoCg44QAvD_BwE) . Acessado em: agosto de 2023.

MORUMBI. **Lojas**. 2023. Disponível em: <https://www.morumbishoping.com.br/lojas>. Acessado em: outubro de 2023.

PBKIDS. **Loja**. 2023. Disponível em: <https://www.pbkids.com.br>. Acessado em: agosto de 2023.

RIHAPPY. **Loja**. 2023. Disponível em: <https://www.rihappy.com.br>. Acessado em: agosto de 2023.

ZARA. **Loja**. 2023. Disponível em: <https://www.zara.com>. Acessado em: agosto de 2023.

TECNOSPEED. “**Tabela ICMS: Entenda do que é, quando e como utilizar** “. 2023. Disponível em: <https://blog.tecnospeed.com.br/tabela-icms-a-2023/#:~:text=A%20al%C3%ADquota%20interestadual%20de%20ICMS,%C3%A9%20de%20R%241.000%2C00.&text=Nesse%20exemplo%2C%20o%20estado%20de,Minas%20Gerais%20como%20ICMS%20interestadual>. Acessado em: outubro de 2023.

ELAS NO PODER. “**Pink tax, reforma tributária e como mulheres são penalizadas pelo sistema econômico**”. 2023. Disponível em: <https://elasnopoder.org/blog/pink-tax-reforma-tributaria/#:~:text=Apesar%20do%20termo%20taxa%2C%20n%C3%A3o,cor%20ou%20embalagem%20do%20produto>. Acessado em: novembro de 2023.

Lógica Digital. **“As mulheres estão em primeiro lugar quando o assunto é compra pela internet”**. 2023. Disponível em: <https://www.logicadigital.com.br/as-mulheres-estao-em-primeiro-lugar-quando-o-assunto-e-compra-pela-internet/>. Acessado em: novembro de 2023.