



## **Las mujeres pagan un 10% más por los productos de higiene y cuidado personal**

- **Los productos de moda para hombre cuestan un 23% más que los artículos de moda femeninos**
- **La famosa “tasa rosa” se hace presente en los artículos de higiene y cuidado personal, siendo un 10% más caros los destinados a mujeres**
- **1 de cada 3 catálogos de retailers está marcado por la imagen femenina**

**Marzo 2017.** [Tiendeo.com](https://www.tiendeo.com), el portal especializado en catálogos y ofertas geolocalizados, coincidiendo con el Día de la Mujer ha realizado una comparativa de precios entre los catálogos de su plataforma con el objetivo de conocer la diferencia de precios existente entre los productos masculinos y femeninos.

La comparativa llevada a cabo por Tiendeo.com ha permitido, por un lado, conocer qué productos son más caros y más baratos en función del género al que van orientados y, por otro, poner de manifiesto a qué géneros se orientan los catálogos publicados en la plataforma por parte de los comercios, dependiendo de la categoría de los negocios.

### **La moda masculina, más cara que la femenina**

Según la comparativa de precios realizada por Tiendeo.com, la moda y los complementos para hombre pueden costar de media un 23% más que los artículos de la misma categoría destinados a las mujeres. La máxima diferencia se aprecia en las camisas de vestir, ya que uno de estos productos para hombre puede alcanzar una diferencia de precio del 38% en comparación al mismo artículo para mujeres.

### **‘Tasa rosa’ en los productos de higiene y cuidado personal**

El estudio de Tiendeo.com refleja que a pesar de que la diferencia de precio observada en moda se inclinaba a favor de las mujeres, en las categorías de higiene y cuidado personal ocurre todo lo contrario. De hecho, los productos de perfumería y belleza femeninos son un 11% más caros que sus correspondientes versiones masculinas. La máxima diferencia se encuentra en los productos faciales. Por ejemplo, las cremas hidratantes faciales femeninas son hasta un 89% más caras que las destinadas a los hombres.

### **Catálogos más orientados al público femenino**

De los más de 4.200 catálogos publicados en Tiendeo.com en España durante el mes de febrero, el 33% contiene una clara presencia de imágenes de mujeres con fines publicitarios, frente al 17% en el que se utiliza mayoritariamente la imagen de los hombres. Esta diferencia se hace más evidente en la categoría de moda y complementos, donde el 65% muestran a mujeres frente al 22% en el que aparecen



imágenes masculinas.

Los retailers son conscientes del peso que las mujeres todavía tienen en las decisiones de compra de un hogar. Por este motivo, hoy en día son más los catálogos, dentro de las diferentes categorías de negocios, que apuntan a un mayor porcentaje de mujeres dentro de su público objetivo. Un ejemplo de este hecho se puede observar en las categorías de electrónica y de bricolaje. A pesar de que sus productos suelen estar relacionados con un público objetivo tradicionalmente masculino, el análisis de los catálogos de Tiendeo señala que cada vez más negocios de ambos sectores dirigen sus esfuerzos a atraer la atención de las mujeres. A pesar de que en los folletos de electrónica apenas se utilizan imágenes de personas, en el 9% de ellos hace uso de la imagen de la mujer frente al 7% que registra la aparición de la figura masculina. En el caso de los contenidos promocionales de las marcas de bricolajes, tanto hombres como mujeres cuentan con el mismo porcentaje de aparición: 27%.

#### **SOBRE EL ESTUDIO**

Para la realización de la comparativa de precios, desde Tiendeo se han buscado precios de productos en más de 800 catálogos de las categorías de supermercados, moda, electrónica y perfumería. En relación a los contenidos promocionales, se han analizado los catálogos publicados en el portal durante el mes de febrero.