



La política tributaria en América Latina sigue apoyándose en impuestos sexistas, ignorando la desigualdad económica hacia las mujeres y reproduciendo elementos discriminadores en la tributación a partir de diferencias biológicas.



En nueve de los diez países evaluados, las toallas higiénicas y los tampones tienen la tarifa plena del IVA. El costo promedio anual del impuesto ronda los setenta millones de dólares.



Urge pensar políticas tributarias desde una perspectiva feminista, que propongan acciones tendentes a superar la desigualdad entre hombres y mujeres.



#NoImpuestosSexistasEnAL

IMPUESTOS SEXISTAS EN AMÉRICA LATINA

Aris Balbuena / Natalia Moreno / Catalina Rubilar



CONTENIDO

1	INTRODUCCIÓN	4
2	LA ECONOMÍA FEMINISTA Y LOS IMPUESTOS SEXISTAS EN AMÉRICA LATINA	5
3	SITUACIÓN SOCIOECONÓMICA DE LAS MUJERES EN AMÉRICA LATINA	7
4	IMPUESTOS SEXISTAS	13
5	CONCLUSIONES	17
	REFERENCIAS	18
	ANEXOS: IMPUESTO A LA MENSTRUACIÓN EN LOS DIEZ PAÍSES	19

1

INTRODUCCIÓN

La economía feminista ha estado cuestionando la aparente neutralidad de las políticas económicas y evidenciando los fuertes sesgos de género en su formulación, implementación e impacto. Desconocer que hombres y mujeres tenemos un punto de partida diferente en la sociedad ha llevado a que dichas políticas terminen reproduciendo desigualdades de género, ampliando las brechas y alejando la posibilidad de tener igualdad de oportunidades para las mujeres. Un ejemplo claro es el de lo que ha ocurrido con la política fiscal en los últimos años: los modelos impositivos regresivos y los impuestos sexistas han desconocido la división sexual del trabajo y la feminización de la pobreza, ahondando así las brechas de género en el sistema económico.

Este artículo ilustra cómo la política tributaria en América Latina se sigue apoyando en impuestos sexistas, ignorando la desigualdad económica hacia las mujeres y reproduciendo elementos discriminadores en la tributación a partir de diferencias biológicas. Los sesgos expli-

tos en la tributación siguen siendo un obstáculo para disminuir las brechas sociales entre hombres y mujeres. Por eso es necesario avanzar en diagnósticos que permitan análisis de política fiscal con enfoque de género.

Así, en 2018, dentro del proyecto *FESMINISMOS* de la Friedrich-Ebert-Stiftung en América Latina, se creó en Santiago de Chile un grupo de trabajo denominado *Política fiscal feminista*, con el objetivo de visibilizar los sesgos de género en la política fiscal y avanzar en la implementación de políticas fiscales feministas. Esta publicación es el producto investigativo del grupo. Fue hecha durante 2019 y logró comprobar la presencia de impuestos sexistas en diez países de América Latina: Argentina, Bolivia, Chile, Colombia, Ecuador, México, Perú, República Dominicana, Uruguay y Venezuela. Se propone entregar a los movimientos feministas locales una serie de herramientas técnicas y un insumo práctico y conceptual para poner en marcha una campaña regional.

2

LA ECONOMÍA FEMINISTA Y LOS IMPUESTOS SEXISTAS EN AMÉRICA LATINA

La falta de sostenibilidad económica ha llevado a los países latinoamericanos a aplicar sistemas tributarios regresivos; ante la exigua producción de riqueza y los excesivos incentivos tributarios a las grandes corporaciones, los impuestos regresivos y sexistas constituyen una falsa salida a la crisis fiscal de las naciones.

En ese contexto resulta fundamental la perspectiva de género sobre la tributación, pues la feminización de la pobreza pone en entredicho la neutralidad de las políticas fiscales, como lo han denunciado durante décadas las economistas feministas. Así, la *economía feminista*, como escuela de pensamiento económico, ha cuestionado la aparente “neutralidad” de las políticas macroeconómicas y puesto en evidencia los sesgos de género inmersos en las políticas fiscales, comerciales y monetarias. Se erige, por ende, en un buen marco de análisis de los impuestos sexistas existentes hoy en la región y de los sesgos de género en la política tributaria.

La economía feminista ha desafiado el análisis económico tradicional, que, al centrarse en el estudio de las relaciones mercantiles, ha desechado todo el trabajo y la producción dentro de los hogares, fundamentales para el funcionamiento de toda sociedad y realizados mayoritariamente por mujeres (Moreno, 2018). Rescatar la *reproducción de la vida* como condición necesaria para el avance de las economías permite entender la no neutralidad de las políticas públicas y de las políticas fiscales.

América Latina es la región más desigual del mundo. La política fiscal sigue siendo la única herramienta de política económica que aún mantiene un alto nivel de

autonomía e independencia ante los choques económicos externos, y, en consecuencia, es de gran importancia en la consecución de objetivos económicos y sociales. Es quizás el instrumento más eficiente contra la desigualdad económica y de género. Sin embargo, en algunos países el resultado ha sido el contrario: una vez aplicados los impuestos, la desigualdad aumenta.

En una región donde las brechas económicas entre hombres y mujeres siguen siendo inmensas (sección 3), es apremiante identificar los sesgos de género, explícitos e implícitos¹, en la política fiscal, y específicamente, en la política tributaria. Asimismo, es fundamental identificar la existencia de *impuestos sexistas*², como lo es el IVA a las toallas higiénicas y tampones o a las copas menstruales, elementos de estricta necesidad para las muje-

1 *Sesgos explícitos*: “Se producen cuando las disposiciones normativas (leyes o reglamentos) dan a hombres y mujeres una categorización y un tratamiento diferente” (Espino, 2019: 15).

Sesgos implícitos: “Se producen cuando, debido a las convenciones sociales y al comportamiento económico acorde con el sistema de relaciones de género, la aplicación de las disposiciones de la ley y de la reglamentación tributaria tiene consecuencias diferentes para hombres y para mujeres” (Espino, 2019: 15).

2 Los *impuestos sexistas* hacen referencia a impuestos derivados de una condición biológica, por ejemplo, la condición de menstruar, que implica el consumo de artículos para su protección.

res dado nuestro proceso biológico. Infortunadamente, en la gran mayoría de países de la región persisten los impuestos sexistas (sección 4), lo cual hace que la tributación cobre un fuerte sesgo de género, profundizando las brechas existentes entre hombres y mujeres.

La teoría económica sostiene que los artículos de primera necesidad han de estar exentos de impuestos al consumo tales como el impuesto al valor agregado (IVA). De estar gravados, deben tener una tarifa preferencial para no afectar el consumo de los bienes y servicios de supervivencia. Sin embargo, en la mayoría de países, la tarifa aplicada a las toallas higiénicas, tampones y copas menstruales es la máxima existente, lo que insinúa erradamente que son mercancías de lujo, dado que solo se gravan con la tarifa máxima los artículos suntuarios.

Gravar los productos de atención a la menstruación significa que el hecho generador del impuesto es ¡la condición biológica de menstruar! Justificar un impuesto a partir de una diferencia biológica no es solo un acto de

violencia económica, sino que se traduce en un costo adicional *por ser mujer*. Este IVA, además de tener de por sí un carácter regresivo, es un impuesto sexista que profundiza la desigualdad económica de las mujeres en la región más desigual del planeta y ahonda las brechas de género existentes en el sistema económico.

Dada esta realidad, esta publicación muestra un sesgo sexista existente en la tributación latinoamericana mediante el IVA a las toallas higiénicas. Calcula además su costo para las mujeres, y, finalmente, deja ver cómo estas medidas profundizan las brechas de género en los diez países estudiados de América Latina y el Caribe. El objetivo principal del artículo es brindar herramientas técnicas para que los movimientos feministas de la región las conviertan en herramientas políticas con el objetivo de eliminar estos impuestos mediante campañas como #NoImpuestosSexistasEnAL en Colombia, o la que pretendemos incentivar con este proyecto bajo el *hashtag* #NoMásImpuestosSexistasEnAL.

3

SITUACIÓN SOCIOECONÓMICA DE LAS MUJERES EN AMÉRICA LATINA

Históricamente, una de las características de América Latina y el Caribe ha sido la desigualdad, que se mantiene a pesar del crecimiento económico y de ciertos avances en la distribución del ingreso entre los hogares y las personas. Aunque en dieciocho países de la región el promedio simple de los índices de Gini bajó de 0,543 en 2002 a 0,466 en 2017, América Latina y el Caribe presenta un índice de Gini promedio casi un tercio superior al de Europa y Asia central y sigue siendo la región más desigual del mundo, incluso por encima de África Subsahariana (Comisión Económica para América Latina y el Caribe, 2019).

La disparidad y el empobrecimiento impactan de manera diferente a la población, según área de residencia, características étnico-raciales y sociodemográficas, entre otras. De manera particular, son notorias las brechas de género existentes en la sociedad y dentro de los distintos grupos poblacionales. Los patrones tradicionales de roles de género se cimientan en la jerarquización y asimetría de poder en las relaciones entre hombres y mujeres, en detrimento de las posibilidades de las mujeres (Fernández-Hasan, 2007).

En América Latina y el Caribe prevalecen todavía las estructuras sociales y el modelo económico que limitan el pleno goce de los derechos de las mujeres y el avance hacia la igualdad de género. Si bien no podemos hablar de estaticidad, los cambios en la dinámica económica, la globalización, el cambio climático, el avance tecnológico y los cambios en los patrones demográficos ponen sobre la mesa nuevos debates y retos en cuanto a la construcción de igualdad y a la posición que ocupan las mujeres en la sociedad.

Para la teoría económica feminista, las relaciones desiguales de género se sostienen en gran medida sobre la base de la división sexual del trabajo, organizada de forma tal que los hombres se especializan en el trabajo asalariado y las mujeres en el trabajo doméstico (Pazos Morán, 2010). Aunque las mujeres han venido incursionando de manera sostenida en el mercado laboral, los indicadores muestran que todavía mantienen una posición desigual.

A continuación se presentan algunos indicadores socioeconómicos que reflejan la situación económica de las mujeres en los diez países de la región donde se focaliza el diagnóstico de los impuestos sexistas: Argentina, Bolivia, Chile, Colombia, Ecuador, México, Perú, República Dominicana, Uruguay y Venezuela.

En 2017, la *tasa de participación laboral*, que relaciona el número de personas de 15 años y más que trabaja o busca trabajo y el total de la población de 15 años y más, fue de 62,2% para la región de América Latina y el Caribe (Organización Internacional del Trabajo, 2018). Al desagregar por sexo este indicador, la brecha entre hombres y mujeres es de 24,7 puntos porcentuales, con una tasa de participación de 50,4% para las mujeres y de 75,1% para los hombres.

Al examinar el comportamiento de este indicador en los diez países, en ningún caso se equiparan las tasas de participación laboral entre mujeres y hombres, siendo más altas para los hombres. El país con mayor diferencia es México, con una brecha entre la tasa de participación laboral de mujeres y hombres de 35%, seguido por Ve-

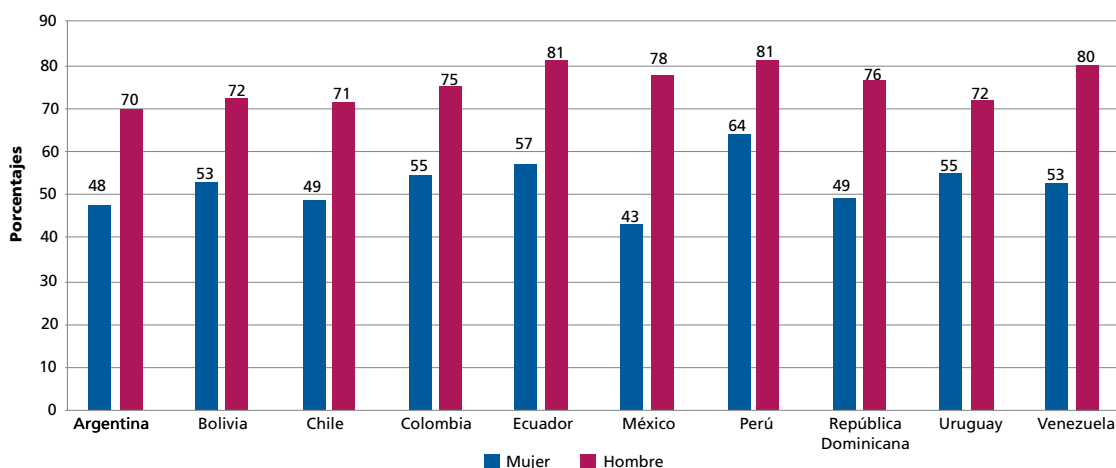
nezuela y República Dominicana, con una diferencia de 27% en ambos casos. Los países con menor brecha son Uruguay y Perú: 17% en ambos países (gráfico 1).

Dada la importancia del mercado laboral en la distribución del ingreso, las desigualdades en la participación de mujeres y hombres son preocupantes. En 2017, según datos de la Organización Internacional del Trabajo (2018), la *tasa de desocupación* promedio para la región América Latina y el Caribe fue de 8,1%, con 9,6% en el caso de las mujeres y 7% para los hombres. Como se muestra en el gráfico 2, los países objeto de este trabajo no son la excepción a esta tendencia.

En términos de desocupación los países en que las mujeres presentan mayor rezago frente a los hombres son Colombia: 12% las mujeres y 7% los hombres, y República Dominicana: 8% las mujeres y 4% los hombres, mientras que México, Perú y Bolivia tienen menor tasa de desocupación y menor brecha entre hombres y mujeres para este indicador.

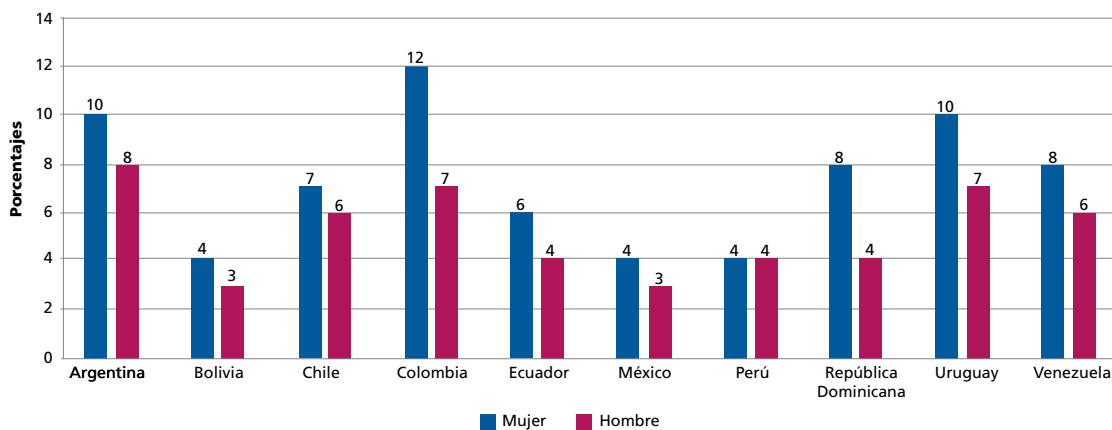
En lo que respecta al nivel de *informalidad laboral*, en el caso de las mujeres alcanza el 54% en promedio, mientras que el promedio para los hombres es de 49%. En el gráfico 3 se muestran las estadísticas del peso del empleo informal en el empleo total, desagregadas según sexo.

Gráfico 1
Tasa global de participación en el mercado laboral por sexo, 2017

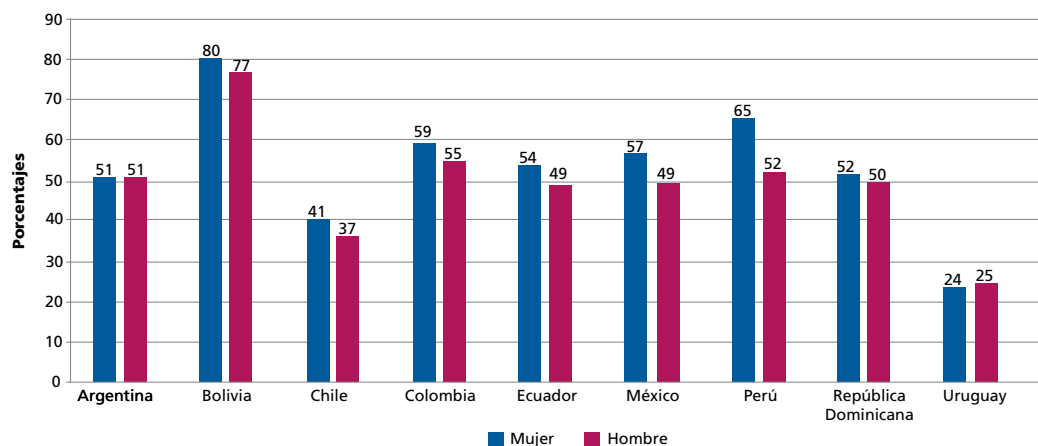


Fuente: Organización Internacional del Trabajo, 2018.

Gráfico 2
Tasa de desocupación por sexo, 2017



Fuente: Organización Internacional del Trabajo, 2018.

Gráfico 3**Porcentaje de empleo informal en el empleo total por sexo, 2018**

Fuente: World Economic Forum, 2018.

La informalidad es considerada un problema, dado que suele darse bajo condiciones de:

falta de acceso a cobertura de la seguridad social en salud y pensiones, a jornadas de trabajo definidas (incluidos descanso semanal y vacaciones anuales remuneradas), a seguros por desempleo, accidentes y enfermedades laborales, así como a la protección de la maternidad y de la paternidad, entre otros derechos previstos en la legislación laboral (Comisión Económica para América Latina y el Caribe, 2019: 28).

En siete de los nueve países analizados, la informalidad es más alta en las mujeres, siendo Perú el más dispar, con 65% para las mujeres, frente a 52% de los hombres en empleos informales. El siguiente país con mayor brecha entre hombres y mujeres es México, con una diferencia de alrededor de 8 puntos porcentuales. Tan solo Uruguay y Argentina presentan menores tasas de informalidad femenina. La tendencia que se registra hacia una mayor informalidad laboral femenina podría estar relacionada con la mayor concentración de mujeres en ocupaciones como servicio doméstico y cuidadoras informales, entre otras, dados los roles asignados por la división sexual del trabajo.

La dedicación de las mujeres a las tareas domésticas y de cuidados reduce su posibilidad de participar en procesos de toma de decisiones, en el mercado laboral y en el desarrollo de sus proyectos profesionales, lo cual termina

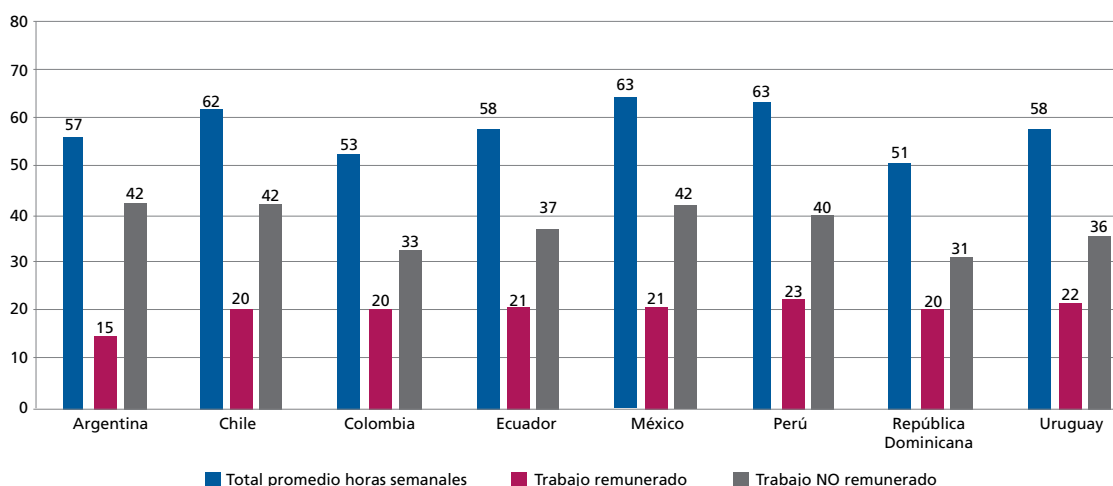
reduciendo sus ingresos y les limita el acceso a la seguridad social, que todavía suele estar directamente vinculado al trabajo formal asalariado (Vaca-Trigo, 2019).

En todos los países analizados de los que se encontró información, las estadísticas muestran que:

- La cantidad de horas por semana que en promedio dedican los hombres al trabajo remunerado supera en todos los casos la cantidad de horas que dedican las mujeres. Representa incluso un poco más del doble de tiempo en países como México, Argentina, Colombia y Ecuador.
- La carga de trabajo no remunerado que tienen las mujeres es mucho mayor a la de los hombres. En todos los casos, las horas por semana que en promedio dedican las mujeres al trabajo no remunerado son más del doble de las que dedican los hombres a este tipo de trabajo, y llegan a ser el triple o más en Ecuador y República Dominicana.
- El promedio de horas que en total dedican las mujeres al trabajo (remunerado y no remunerado) supera al que dedican los hombres (gráficos 4a y 4b).

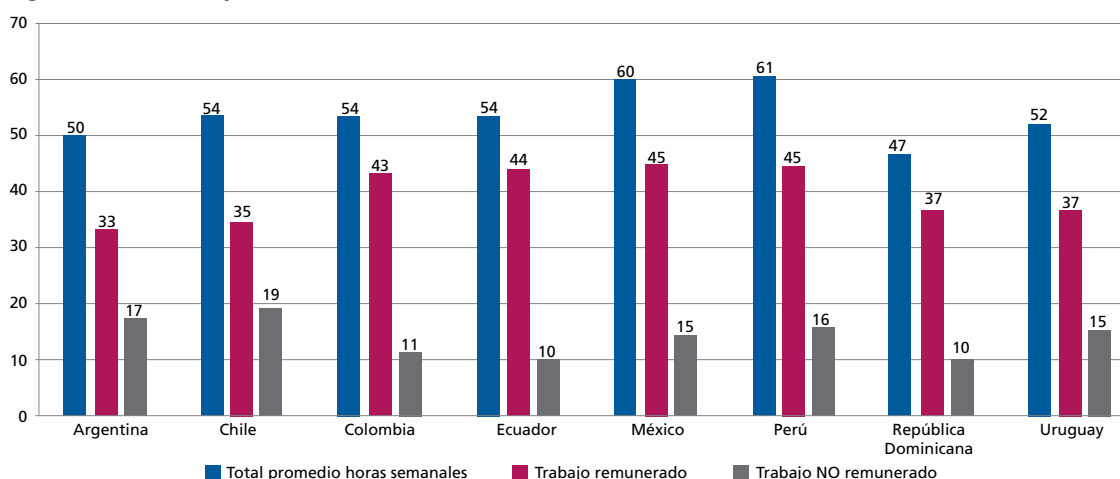
Estas estadísticas reiteran que las mujeres son las principales encargadas del trabajo de cuidado y las labores domésticas no pagas, y que si bien ha crecido la participación femenina en el mercado laboral, no se ha dado el respectivo aumento de la participación masculina en

Gráfico 4a
Carga total de trabajo semanal mujeres, 2010-2017



Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe, 2019a.

Gráfico 4b
Carga total de trabajo semanal hombres, 2010-2017



Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe, 2019a.

el trabajo de cuidado dentro de los hogares. En consecuencia, la inserción de las mujeres en el mercado laboral, sin la respectiva redistribución del trabajo de cuidado y sin modificar la división sexual del trabajo, ha devenido en jornadas más extensas para las mujeres.

Tal como señala Esquivel, el hecho de que el trabajo de cuidado no sea reconocido ni valorado, con nula o insuficiente remuneración, no implica que no tenga un costo, que actualmente se comparte de manera desigual

entre hombres y mujeres en el interior de los hogares, entre los hogares y en la sociedad en general, lo cual “plantea consideraciones tanto de justicia distributiva en lo económico como de reconocimiento en el ámbito cultural” (Esquivel, 2015: 66). Las mujeres cubren con su tiempo y esfuerzo esta distribución desigual de los costos del trabajo de cuidado, lo cual limita sus posibilidades de incursionar en actividades que les generen recursos propios.

Si incorporamos al análisis los datos que muestra el gráfico 5, resulta un panorama en que las mujeres se han empobrecido también en términos de tiempo, ya que no disponen del suficiente para participar en actividades políticas, culturales, de recreación o cualquier otra de su interés. Y continúan las brechas en materia de autonomía económica, siendo más del doble la proporción de mujeres sin ingresos propios frente a la de los hombres. Se conjugan, en síntesis, la pobreza económica con la pobreza de tiempo.

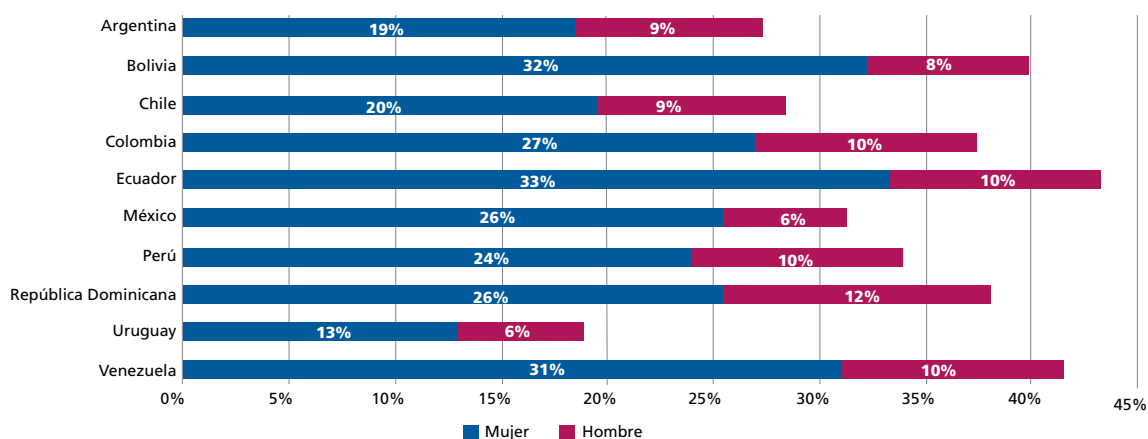
Persiste además la desigualdad salarial entre las mujeres y hombres que participan en el mercado laboral, lo que implica que aun cuando las mujeres se encuentren

empleadas, hay una desvalorización económica de su trabajo y reciben menor compensación. En el gráfico 6 se muestra la brecha salarial de género para los países estudiados.

La mayor diferencia se aprecia en los casos de República Dominicana y Perú, siendo el salario promedio de las mujeres inferior al de los hombres en 34% y 32%, respectivamente.

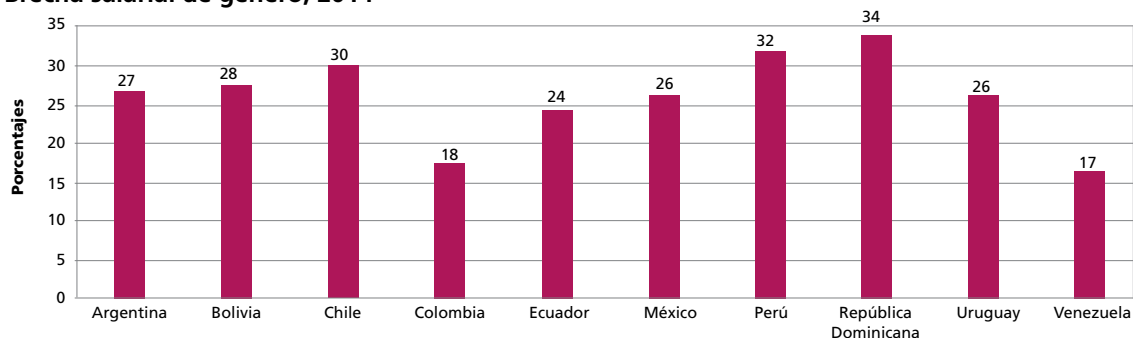
En resumen, entre todos los pobres de la región, las mujeres son las más empobrecidas (gráfico 7).

Gráfico 5
Proporción de la población de 15 años y más que no es perceptora de ingresos monetarios individualmente y que no estudia exclusivamente por sexo, 2017



Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe, 2019a.

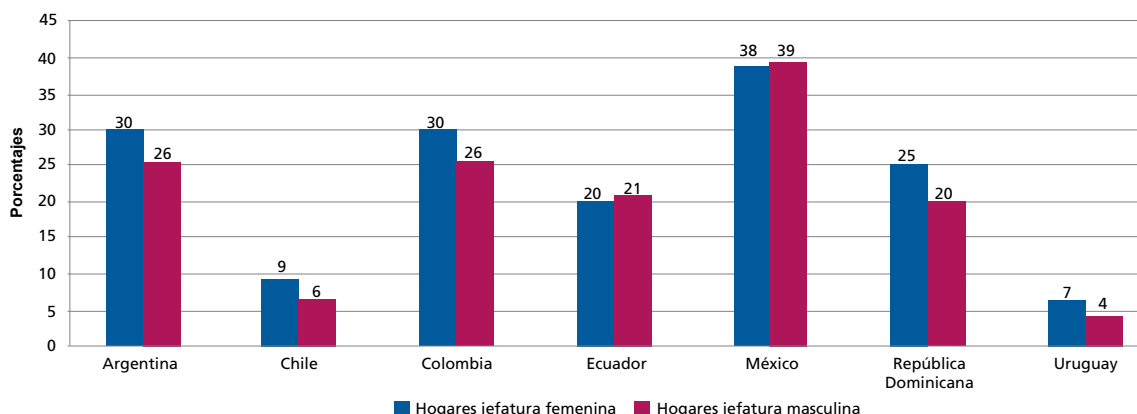
Gráfico 6
Brecha salarial de género, 2014



Fuente: ONU Mujeres, 2017.

Gráfico 7

Porcentaje de hogares en situación de pobreza monetaria por sexo de la jefatura, 2016-2019



Fuente: elaboración propia a partir de estadísticas nacionales oficiales de los países. La información de cada país se obtuvo en los siguientes links:

Argentina: <https://focoeconomico.org/2019/03/20/feminizacion-de-la-pobreza-en-argentina/>

Chile: http://observatorio.ministeriodesarrollosocial.gob.cl/casen-multidimensional/casen/docs/Resultados_pobreza_Casen_2017.pdf

Colombia: https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/condiciones_vida/pobreza/2018/bt_pobreza_monetaria_18_departamentos.pdf

Ecuador: <https://revistagestion.ec/sociedad-analisis/la-pobreza-mas-alta-de-los-ultimos-cinco-anos>

México: <https://www.coneval.org.mx/Medicion/MP/Paginas/Pobreza-y-genero-en-Mexico-2010-2016.aspx>

República Dominicana: <http://mepyd.gob.do/despacho/unidad-asesora-de-analisis-economico-y-social/sisdom/sisdom-2017/sisdom-2017%E2%80%95consulta-linea/areas-tematicas/#3925-pobreza-1566838160>

Uruguay: <http://www.ine.gub.uy/documents/10181/30913/Indigencia+y+pobreza+2018/f605ab36-693d-4975-a919-fe8d5646f409>

Los indicadores evaluados dan cuenta del contexto de desventaja económica en que se encuentran las mujeres en nuestras sociedades. En los diez países analizados la situación económica y social que viven las mujeres lleva a cuestionar las estrategias que han puesto en práctica los distintos actores políticos y sociales para lograr el cierre de brechas entre hombres y mujeres. La crítica se dirige

en particular a las medidas fiscales que se vienen adoptando, puesto que, en teoría, deberían conformar uno de los instrumentos esenciales del Estado para redistribuir la riqueza, corregir fallas en el mercado, garantizar los derechos humanos y avanzar progresivamente en la erradicación de la pobreza y la disminución de las desigualdades.

4

IMPUESTOS SEXISTAS

Los impuestos sexistas en el mundo y en Latinoamérica son un elemento explícito de discriminación hacia las mujeres dentro de las políticas económicas. En este documento se definen los impuestos sexistas como la existencia de impuesto al valor agregado sobre las toallas higiénicas y los tampones, elementos de necesidad básica para las mujeres dada nuestra condición biológica. Evaluaremos los diez países mencionados párrafos atrás.

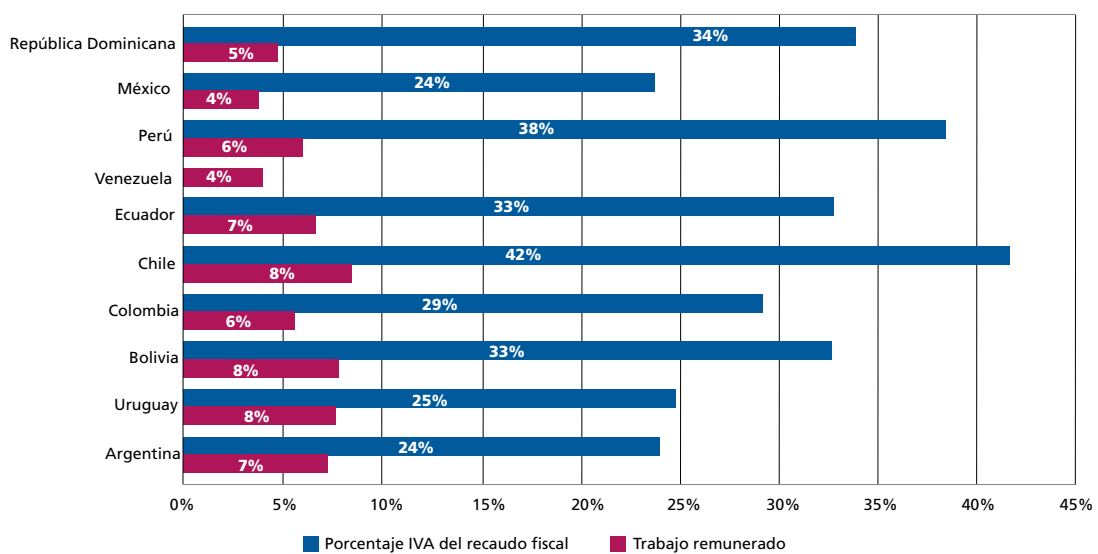
Lo primero que se evaluó fue el peso del IVA en el recaudo total de los países y como porcentaje del PIB. En el gráfico 8 se puede apreciar que el IVA participa en promedio con 31% sobre el total del recaudo para los países estudiados, y 6% en el PIB, lo que de entrada de-

muestra la importancia de este impuesto en la política tributaria de los países estudiados.

Esto significa que uno de cada tres pesos del recaudo en estos países proviene del IVA, un impuesto de naturaleza regresiva. Peor aún es el hecho de que en TODOS los países analizados las toallas higiénicas y los tampones tengan la tarifa plena del impuesto, como si fueran mercancías de lujo (gráfico 9).

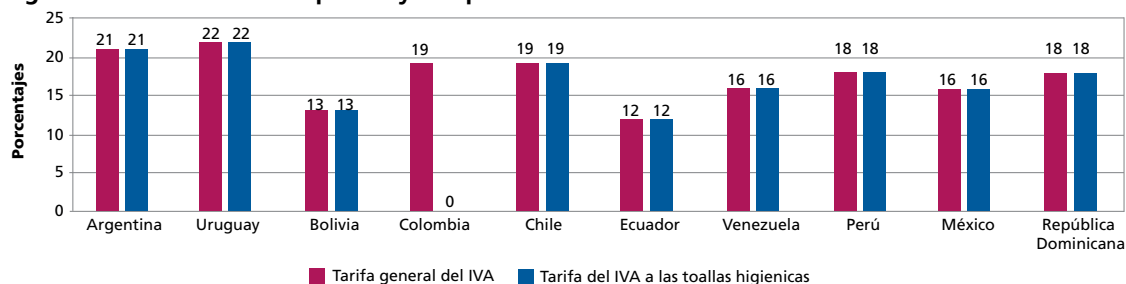
La única excepción es Colombia, donde un grupo de feministas logró llevar a 0% la tarifa, después de una campaña de movilización social denominada #Mens-truaciónLibreDelmpuestos. En noviembre de 2018, ante

Gráfico 8
IVA como porcentaje del PIB y del recaudo total, 2017



Fuente: Ocde, 2019.

Gráfico 9
Tarifa general de IVA a las compresas y tampones



Fuente: Elaboración propia con base a regímenes de IVA en cada país. La información de cada país se obtuvo en los siguientes links:

Argentina: <https://es.statista.com/grafico/18420/impuesto-del-iva-en-productos-de-higiene-femenino/>

Uruguay: <https://findesemana.ladiaria.com.uy/articulo/2017/11/menstruar-sale-un-huevo/>

Bolivia: <http://library.fes.de/pdf-files/bueros/kolumbien/14612.pdf>

Colombia: <https://www.america-retail.com/argentina/argentina-tasa-rosa-busca-suprimir-el-iva-en-algunos-articulos-femeninos/>

Chile: <https://www.publimetro.cl/cl/noticias/2019/01/01/toallas-higienicas-ampones-gratis-colegios-hospitales-calle.html>

Ecuador: https://elpais.com/elpais/2017/11/10/actualidad/1510308704_913366.html

México: <https://www.elarsenal.net/2019/02/12/no-al-iva-en-bienes-sanitarios-para-las-mujeres-maiella-gomez-mc/>

República Dominicana: <https://dgii.gov.do/legislacion/codigoTributario/Cdigo%20Tributario/Titulo3.pdf>

Venezuela: http://www.cpzulia.org/ARCHIVOS/Gaceta_Oficial_17_08_18_num_6395.pdf

Perú: <http://www.sunat.gob.pe/legislacion/igv/ley/capitul5.pdf>

una demanda de inconstitucionalidad contra el impuesto sexista y discriminatorio, la Corte Constitucional colombiana emitió un fallo que lo eliminó, convirtiendo al país en el primero de América Latina en reconocer su nocividad para la situación económica de las mujeres³.

En los demás países se halló que aún existen los impuestos sexistas. Según la argumentación de la teoría económica, ningún artículo de primera necesidad debe ser gravado, por el riesgo que significa para el consumo. Sin embargo, hay una contradicción entre la teoría y la realidad, al observar que las toallas higiénicas y los tampones se encuentran gravados con la tarifa plena del IVA.

La tabla 1 presenta el cálculo del impuesto sexista a la menstruación en cada uno de los países estudiados. Muestra con datos reales el costo que para las mujeres representa acceder a los artículos de protección a la menstruación, un gravamen adicional por el solo hecho de *ser mujeres*.

Para la construcción del impuesto sexista se calculó el valor promedio de una toalla higiénica partiendo de los precios de mercado de las tres marcas internacionales más reconocidas: Kotex, Nosotras y Always. Una vez obtenido el precio promedio en moneda local, se hizo la conversión a dólares⁴. Se asumió que las mujeres, según recomendaciones médicas, necesitamos cinco toallas higiénicas diarias, es decir, veinticinco toallas al mes, considerando que son cinco días de menstruación. Para los trece periodos del año, se requieren trescientas veintitrés toallas, que, multiplicadas por su valor anual, permiten obtener el valor del gasto anual que hacen las mujeres en edad reproductiva⁵.

3 Para mayor información sobre esta campaña puede consultarse el libro de Rangel y Moreno, 2019.

4 La conversión a dólares se hizo según el promedio anual del valor del dólar en cada país. En el caso en que este dato no estuviera disponible se utilizó el siguiente conversor: <https://es.exchange-rates.org/>. Fecha de consulta 2 de noviembre de 2019.

5 El número de mujeres en edad reproductiva fue considerado desde los 10 a los 50 años aproximadamente.

Tabla 1
Impuesto a la menstruación

País / Indicador	Precio por unidad toalla higiénica				Número de mujeres edad reproductiva (10-49 años)	Precio por unidad toalla higiénica (dólares)	Gasto anual por mujeres en toallas (dólares)	Número de toallas mujer/mes	Número de toallas mujer/año	Gasto total año mujeres en toallas (dólares)	Recaudo IVA vía toallas higiénica (dólares)
	Alwais	Nosotras	Kotex	Precio promedio (moneda local)							
Colombia				500	13'000.000	0,15057	49	25	323	632'242.000	0
Chile	124	93	131	116	5'057.750	0,1672	540	25	323	243'146.823	51'897.896
Rep. Dominicana	14,9	9	6	10	3'251.559	0,18914	61,092	25	323	198'644.242	35'755.964
Bolivia		0,91	0,83	0,87	2'806.000	0,126	40,698	25	323	114'198.588	14'845.816
Perú		0,759	0,36	0,56	8'294.725	0,167	53,941	25	323	447'425.761	80'536.637
México	3,1	1,61	2,05	2,25	33'357.000	0,12	38,76	25	323	1.292'917.320	206'866.771
Argentina	5,74	11,15	10,28	9,06	13'033.110	0,16	51,68	25	323	673'551.125	141'445.736
Ecuador	0,15	0,11	0,13	0,13	4'488.792	0,13	41,99	25	323	188'484.376	22'618.125
Uruguay	5,875	6	6,875	6,25	970.089	0,1834	59,2382	25	323	57'466.326	12'642.592
Venezuela	2.773			2.773	8'729.329	0,1398	45,1554	25	323	394'176.343	63'068.215

Fuente: elaboración propia con base en información de cada país.

Una vez obtuvimos el total de toallas higiénicas por mujer, el total de mujeres en edad reproductiva en cada país y el gasto anual de todas las mujeres en dichas mercancías utilizando el precio promedio de mercado por toalla higiénica, calculamos el valor del impuesto sexista en cada país a partir de las tarifas de IVA a toallas higiénicas y tampones.

La tabla 2 muestra, en dólares, el costo del impuesto sexista para todas las mujeres en los diez países estudiados.

El costo promedio del impuesto sexista anual ronda los setenta millones de dólares, siendo México y Argentina los países donde las mujeres más pagan por este impuesto de manera absoluta. En términos per cápita, esas mujeres estarían pagando por el impuesto sexista apro-

ximadamente nueve dólares por año, siendo República Dominicana y Argentina donde más pagan: once dólares por año, siendo Uruguay el país donde más pagan: 13 dólares por año, seguido por República Dominicana y Argentina: 11 dólares por año.

La tabla 3 muestra el recaudo total de IVA en dólares durante 2018 en cada país, el costo del impuesto sexista y el peso de este sobre el recaudo total de IVA.

Como se observa en la tabla 3, el peso del impuesto sexista sobre el recaudo total de IVA no sobrepasa el 1% en ninguno de los países, siendo el promedio total de 0,48%, y el caso más alto República Dominicana: 0,97%. Sin embargo, cuando se analizan las cifras en términos absolutos y per cápita, se da cuenta de la gran magnitud del impuesto.

Tabla 2

Recaudo por el impuesto sexista a la menstruación y tarifa de IVA a toallas higiénicas y tampones

País	Costo del impuesto sexista (en dólares)	Tarifa IVA (porcentaje)
Argentina	141'445.736	21
Bolivia	14'845.816	13
Chile	51'897.896	19
Colombia	0	0
Ecuador	22'618.125	12
México	206'866.771	16
Perú	80'536.637	18
República Dominicana	35'755.964	18
Uruguay	12'642.592	22
Venezuela	63'068.215	16

Fuente: elaboración propia con datos de cada país. En los anexos se puede revisar el detalle de cada uno.

Tabla 3

Porcentaje del impuesto sexista sobre el recaudo total de IVA

País	Recaudación de IVA año 2018 (en dólares)	Costo del impuesto sexista (en dólares)	Porcentaje del impuesto sexista en el recaudo del IVA
Argentina	18.892'223.738	141'445.736	0,7486
Bolivia	2.823'973.988	14'845.816	0,5257
Chile	29.330'904.144	51'897.896	0,1769
Colombia	17.395'895.497	0	0
Ecuador	6.739'500.000	22'618.125	0,3356
México	47.674'999.030	206'866.771	0,4339
Perú	17.976'126.800	80'536.637	0,4480
República Dominicana	3.685'105.397	35'755.964	0,9702
Uruguay	4.567'251.015	12'642.592	0,2768
Venezuela	n. d.	63'068.215	-

Fuente: elaboración propia con datos extraídos de Base de datos de recaudación BID-CIAT. La información se puede revisar en www.ciat.org

5

CONCLUSIONES

Para consolidar una verdadera democracia es necesario reconocer la diversidad de situaciones y condiciones de exclusión que enfrentan las personas según su procedencia, edad, etnia, género y otras características que han servido a la jerarquización social y a la distribución desigual de poder. Las políticas y decisiones económicas diseñadas e implementadas desde una pretendida neutralidad y sin admitir el contexto desigual del que parten corren el riesgo de terminar reproduciendo, e incluso profundizando, la exclusión de los grupos en desventaja.

Los sistemas fiscales ocupan un lugar central para construir sociedades más igualitarias, sea mediante el gasto en servicios públicos y programas sociales o por medio del sistema tributario. En lo que refiere a la equidad de género, el diseño y la aplicación de las políticas tributarias deben considerar los impactos directos e indirectos que las mismas pueden tener en hombres y mujeres, dadas las brechas existentes.

Los impuestos a las toallas sanitarias, bienes de primera necesidad para las mujeres, implican ponerle un costo a un hecho biológico que solo les ocurre a estas, como es la menstruación. Esto produce y reproduce brechas sociales a partir de diferencias biológicas, un hecho

absolutamente inaceptable, máxime si proviene de una política estatal. La actual política tributaria profundiza la desigualdad económica de las mujeres en la región más inequitativa del mundo.

Es necesario entonces, desde una perspectiva feminista, pensar en políticas tributarias que no solo evidencien los sesgos de género existentes en la política fiscal, sino que propongan también acciones concretas que permitan superar la desigualdad entre hombres y mujeres. En ese sentido, este documento permite comprobar, por medio de datos empíricos, la existencia de los impuestos sexistas en América Latina, como un primer paso para avanzar en campañas que permitan movilizar acciones de política tendientes a eliminar estos impuestos en la región.

Por medio de la campaña digital #NoImpuestosSexistasEnAL se darán a conocer ampliamente los resultados aquí consignados, para que el movimiento social y feminista utilice este insumo técnico con fines de movilización política y social. Solo la organización y movilización del movimiento feminista permitirán lograr políticas fiscales más equitativas y sin sesgos de género en la región.

REFERENCIAS

- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (Cepal).** 2019. *Panorama social de América Latina 2018*. Cepal. Santiago.
- , 2019a. *Observatorio de igualdad de género de América Latina y el Caribe*. Consulta realizada 14 de diciembre de 2019. Obtenido de: <https://oig.cepal.org/es/autonomias/autonomia-economica>
- Espino, A.** 2019. "Política fiscal y género: el caso de Uruguay". *Análisis*. 1/2019. FES Tributación. Bogotá.
- Esquivel, V.** 2015. "El cuidado: de concepto analítico a agenda política". *Nueva Sociedad*. Obtenido de https://nuso.org/media/articles/downloads/4104_1.pdf
- Fernández-Hasan, A.** 2007. "Desigualdad de género. La segregación de las mujeres en la estructura ocupacional". *La Ventana*. 25. Obtenido de <http://revistalaventana.cucsh.udg.mx/index.php/LV/article/view/902/833>
- Moreno, N.** 2018. "La economía del cuidado: división social y sexual del trabajo no remunerado en Bogotá". *Revista Latinoamericana de Estudios de Familia*. 10 (1), 51-77.
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (Ocde).** 2019. *Estadísticas tributarias en América Latina y el Caribe 1990-2017*. París. Obtenido de https://read.oecd-ilibrary.org/taxation/revenue-statistics-in-latin-america-and-the-caribbean-2019_25666b8d-en-es#page4
- ONU Mujeres.** 2017. *El progreso de las mujeres en América Latina y el Caribe. Transformar las economías para realizar los derechos*. Panamá.
- Organización Internacional del Trabajo (OIT).** 2018. *Panorama laboral 2018. América Latina y el Caribe*. Oficina Regional para América Latina y el Caribe. Lima. Obtenido de https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---ro_lima/documents/publication/wcms_654969.pdf
- Pazos Morán, M.** 2010. "Introducción. Políticas fiscales y equidad de género". En M. Pazos Morán y M. Rodríguez (coords.). *Fiscalidad y equidad de género*. Fundación Carolina. Madrid. Obtenido de: <https://www.fundacioncarolina.es/wp-content/uploads/2014/08/DT43.pdf>
- Rangel, Laura y Natalia Moreno.** 2019. *Menstruación libre de impuestos*. Cedetrabajo-Oxfam Colombia. Bogotá
- Vaca-Trigo, I.** 2019. *Oportunidades y desafíos para la autonomía de las mujeres en el futuro escenario del trabajo*. Santiago. Obtenido de https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/44408/4/S1801209_es.pdf
- World Economic Forum.** 2018. *The Global Gender Gap Report*. Ginebra. Obtenido de http://www3.weforum.org/docs/WEF_GGGR_2018.pdf

ANEXOS

IMPUESTO A LA MENSTRUACIÓN EN LOS DIEZ PAÍSES

Anexo 1. Argentina

Precio por unidad toalla higiénica	USD\$0,16
Número de toallas mujer/mes	25
Número de toallas mujer/ año	323
Gasto anual por mujer en toallas	USD\$51,68
Número mujeres edad reproductiva	13'033.110
Gasto total mujeres año en toallas	USD\$673'551.125
IVA 21%	USD\$141'445.736

Fuente: elaboración propia con base en precios en el mercado (Walmart) y datos del país (Indec).

Anexo 2. Chile

Precio por unidad toalla higiénica	USD\$0,1672
Número de toallas mujer/mes	25
Número de toallas mujer/ año	323
Gasto anual por mujer en toallas	USD\$54,0056
Número mujeres edad reproductiva	5'057.750
Gasto total mujeres año en toallas	USD\$273'146.823
IVA 19%	USD\$51'897.896

Fuente: elaboración propia con base en precios en el mercado (Líder) y datos del país (INE).

Anexo 3. Uruguay

Precio por unidad toalla higiénica	USD\$0,1834
Número de toallas mujer/mes	25
Número de toallas mujer/ año	323
Gasto anual por mujer en toallas	USD\$59,2382
Número mujeres edad reproductiva	970.089
Gasto total mujeres año en toallas	USD\$57'466.326
IVA 22%	USD\$12'642.592

Fuente: elaboración propia con base en precios en el mercado (Tienda Inglesa) y datos del país (INE).

Anexo 4. Bolivia

Precio por unidad toalla higiénica	USD\$0,126
Número de toallas mujer/mes	25
Número de toallas mujer/ año	323
Gasto anual por mujer en toallas	USD\$40,698
Número mujeres edad reproductiva	2.806.000
Gasto total mujeres año en toallas	USD\$114.198.588
IVA 13%	USD\$14.845.816

Fuente: elaboración propia con base en precios en el mercado (Ketal) y datos del país (INE).

Anexo 5. Ecuador

Precio por unidad toalla higiénica	USD\$0,13
Número de toallas mujer/mes	25
Número de toallas mujer/ año	323
Gasto anual por mujer en toallas	USD\$41,99
Número mujeres edad reproductiva	4'488.792
Gasto total mujeres año en toallas	USD\$188'484.376
IVA 12%	USD\$22'618.125

Fuente: elaboración propia con base en precios en el mercado (Proforma supermercado Santa María) y datos del país (Unfpa).

Anexo 6. Venezuela

Precio por unidad toalla higiénica	USD\$0,1398
Número de toallas mujer/mes	25
Número de toallas mujer/ año	323
Gasto anual por mujer en toallas	USD\$45,1554
Número mujeres edad reproductiva	8'729.329
Gasto total mujeres año en toallas	USD\$394'176.343
IVA 16%	USD\$63'068.215

Fuente: elaboración propia con base en precios en el mercado (Mercado Libre) y datos del país (INE).

Anexo 7. Perú

Precio por unidad toalla higiénica	USD\$0,167
Número de toallas mujer/mes	25
Número de toallas mujer/ año	323
Gasto anual por mujer en toallas	USD\$53,941
Número mujeres edad reproductiva	8'294.725
Gasto total mujeres año en toallas	USD\$447'425.761
IVA 18%	USD\$80'536.637

Fuente: elaboración propia con base en precios en el mercado (Tottus) y datos del país (INEI).

Anexo 8. México

Precio por unidad toalla higiénica	USD\$0,12
Número de toallas mujer/mes	25
Número de toallas mujer/ año	323
Gasto anual por mujer en toallas	USD\$38,76
Número mujeres edad reproductiva	33'357.000
Gasto total mujeres año en toallas	USD\$1.292'917.320
IVA 16%	USD\$206'866.771

Fuente: elaboración propia con base en precios en el mercado (Mercado Libre) y datos del país (Profeco e Inegi).

Anexo 9. República Dominicana

Precio por unidad toalla higiénica	USD\$0,18914
Número de toallas mujer/mes	25
Número de toallas mujer/ año	323
Gasto anual por mujer en toallas	USD\$61,092
Número mujeres edad reproductiva	3'251.559
Gasto total mujeres año en toallas	USD\$198'644.242
IVA 18%	USD\$35'755.964

Fuente: elaboración propia con base en precios en el mercado y datos del país en Oficina Nacional de Estadísticas.

Anexo 10. Colombia

Precio por unidad toalla higiénica	USD\$0,15057
Número de toallas mujer/mes	25
Número de toallas mujer/ año	323
Gasto anual por mujer en toallas	USD\$48,634
Número mujeres edad reproductiva	13'000.000
Gasto total mujeres año en toallas	USD\$632'242.000
IVA 0%	USD\$0

Fuente: elaboración propia con base en precios en el mercado y datos del país (Dane).

LISTADO DE GRÁFICOS Y TABLAS

Gráfico 1	Tasa global de participación en el mercado laboral por sexo, 2017.....	8
Gráfico 2	Tasa de desocupación por sexo, 2017.....	8
Gráfico 3	Porcentaje de empleo informal en el empleo total por sexo, 2018.....	9
Gráfico 4a	Carga total de trabajo semanal mujeres, 2010-2017.....	10
Gráfico 4b	Carga total de trabajo semanal hombres, 2010-2017.....	10
Gráfico 5	Proporción de la población de 15 años y más que no es perceptora de ingresos monetarios individualmente y que no estudia exclusivamente por sexo, 2017	11
Gráfico 6	Brecha salarial de género, 2014.....	11
Gráfico 7	Porcentaje de hogares en situación de pobreza monetaria por sexo de la jefatura, 2016-2019.....	12
Gráfico 8	IVA como porcentaje del PIB y del recaudo total, 2017.....	13
Gráfico 9	Tarifa general de IVA a las compresas y tampones.....	14
Tabla 1	Impuesto a la menstruación.....	15
Tabla 2	Recaudo por el impuesto sexista a la menstruación y tarifa de IVA a toallas higiénicas y tampones.....	16
Tabla 3	Porcentaje del impuesto sexista sobre el recaudo total de IVA.....	16

LISTADO DE TABLAS ANEXO

Anexo 1.	Argentina.....	19
Anexo 2.	Chile	19
Anexo 3.	Uruguay	19
Anexo 4.	Bolivia	20
Anexo 5.	Ecuador.....	20
Anexo 6.	Venezuela	20
Anexo 7.	Perú	20
Anexo 8.	México	21
Anexo 9.	República Dominicana.....	21
Anexo 10.	Colombia	21

ACERCA DE LAS AUTORAS

Aris Balbuena. Investigadora social, feminista, con licenciatura en economía por la Universidad Autónoma de Santo Domingo y una maestría en desarrollo rural por la Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco (México). Actualmente se desempeña como investigadora del Instituto de Investigación Social para el Desarrollo, de República Dominicana.

Catalina Rubilar. Administradora pública, bachiller en ciencias y humanidades y diplomada en gestión de cooperativas y economía social y solidaria de la Universidad de Santiago de Chile. Desde 2018 se desempeña como coordinadora del Área de Extensión y Comunicaciones del Centro Internacional de Economía Social y Cooperativa (CIESCOOP-USACH), donde ha desarrollado proyectos relacionados con la divulgación del conocimiento en torno a la economía social y las cooperativas.

Natalia Moreno Salamanca. Profesional en economía con maestría en estudios de género por la Universidad Nacional de Colombia con seis años de experiencia en análisis macroeconómicos, microeconómicos, de política fiscal y políticas públicas. En el campo de la economía feminista ha realizado investigaciones sobre economía del cuidado y políticas tributarias con enfoque de género. Actualmente coordina la creación del Sistema distrital de cuidados en la Secretaría de la Mujer de Bogotá.

FESMINISMOS - ¡EL FUTURO ES FEMINISTA!

“FESminismos: El Futuro es Feminista” es un proyecto continental de la Fundación Friedrich Ebert (FES). La iniciativa busca potenciar las voces y el activismo feminista en América Latina y el Caribe. En este marco, activistas, sindicalistas y académicas de América Latina y el Caribe se encuentran trabajando juntas en temas claves de la Economía Feminista, formulando alternativas al actual sistema económico capitalista y patriarcal. El proyecto junta a feministas de 15 países - Argentina, Brasil, Bolivia, Chile, Colombia, Costa Rica, Cuba, República Dominicana, Ecuador, México, Panamá, Paraguay, Perú, Uruguay y Venezuela.

Las opiniones expresadas en esta publicación no representan necesariamente las de la Friedrich-Ebert-Stiftung.

PIE DE IMPRENTA

Fundación Friedrich Ebert en Chile
Hernando de Aguirre 1320 | Providencia
Santiago de Chile

Responsable

Simone Reperger
Directora del Proyecto Regional FESminismos
Representante de la FES-Chile
Sarah Herold

Coordinadora del Proyecto Regional FESminismos

www.fes-minismos.com

[@fesminismos](https://twitter.com/fesminismos)

Edición de contenido

Alejandra Trujillo
Directora de Proyectos FES Colombia

Bogotá, marzo de 2020

El uso comercial de todos los materiales editados y publicados por la Friedrich-Ebert-Stiftung (FES) está prohibido sin previa autorización escrita de la FES.



IMPUESTOS SEXISTAS EN AMÉRICA LATINA



La política tributaria en América Latina se sigue apoyando en impuestos sexistas, ignorando la desigualdad económica hacia las mujeres y reproduciendo elementos discriminadores en la tributación a partir de diferencias biológicas.

En América Latina y el Caribe prevalecen las estructuras sociales y el modelo económico que limitan el pleno goce de los derechos de las mujeres y el avance hacia la igualdad de género. Todos los indicadores económicos evidencian la desigualdad existente en contra de las mujeres dentro de la región.



Gravar los productos de atención a la menstruación –toallas higiénicas, tampones, copas– significa que el hecho generador del impuesto es ¡la condición biológica de menstruar! Justificar un impuesto a partir de una diferencia biológica es un acto de violencia económica y se traduce en un costo adicional por ser mujer.

En nueve de los diez países evaluados, las toallas higiénicas y los tampones tienen la tarifa plena del IVA, de entre 12% y 22%, como si fueran mercancías suntuarias. El costo promedio del impuesto sexista anual allí ronda los setenta millones de dólares.



Este tipo de impuestos profundiza la desigualdad económica de las mujeres en la región más inequitativa del mundo, algo inaceptable, máxime si proviene de una política estatal. Urge entonces, desde una perspectiva feminista, pensar políticas tributarias que propongan acciones concretas tendentes a superar la desigualdad entre hombres y mujeres.

Por medio de la campaña digital #NoImpuestosSexistasEnAL se darán a conocer los resultados del estudio en los diez países para que el movimiento social y feminista lo utilice con fines de movilización política y social.

