

# Fiscalidad y género en América Latina



548 abril 2020  
año 44, 2ª época  
edición digital

Ilustración de portada:  
*Marcha de mujeres, Buenos Aires,  
diciembre 2019. Mariana Laporte/  
Fundación SES*

Diseño editorial: **Verónica León**

**Publicación internacional de  
análisis y opinión de la Agencia  
Latinoamericana de Información**

ISSN No 1390-1230  
Director: Osvaldo León

**ALAI: Dirección postal**  
Casilla 17-12-877, Quito, Ecuador

**Sede en Ecuador**  
Av. 12 de Octubre N18-24 y Patria,  
Of. 503, Quito-Ecuador  
Telf: (593-2) 2528716 - 2505074  
Fax: (593-2) 2505073

URL: <http://alainet.org>

Redacción:  
[info@alainet.org](mailto:info@alainet.org)

Publicidad:  
[alaiadmin@alainet.org](mailto:alaiadmin@alainet.org)

ALAI es una agencia informativa, sin  
fines de lucro, constituida en 1976 en la  
Provincia de Quebec, Canadá.

Las informaciones contenidas en esta  
publicación pueden ser reproducidas  
a condición de que se mencione  
debidamente la fuente y se haga llegar  
una copia a la Redacción.

Las opiniones vertidas en los  
artículos firmados son de estricta  
responsabilidad de sus autores  
y no reflejan necesariamente el  
pensamiento de ALAI.

A partir de 2020, la revista se publica  
sólo en edición digital, de acceso  
abierto en la página  
[www.alainet.org/es/info-revistas](http://www.alainet.org/es/info-revistas)

## AMERICA LATINA *en movimiento*

### Fiscalidad y género en América Latina

- 1 Apuntes desde la desigualdad de género a la fiscalidad  
**Verónica Serafini Geoghegan**
- 5 ¿Por qué las mujeres pagamos más?  
**Diana Morán Chiquito y  
Diana Cabrera Montecé**
- 12 Por un cuerpo libre de impuestos  
**Eleonora Marinelli**
- 14 El presupuesto público y las mujeres en Brasil  
**Carmela Zigoni y Nathalie Beghin**
- 20 Políticas para sobrevivir y acabar la desigualdad  
**Daniela Mora Saavedra**
- 25 Cargas impositivas injustas discriminan a las mujeres  
**Luisa Molina y Marilea Reynosa**
- 28 ¡Más motivadas que nunca!  
**Marie Antonelle Joubert**

co-edición



# Apuntes desde la desigualdad de género a la fiscalidad

---

Verónica Serafini Geoghegan

La política fiscal tiene tres instrumentos muy importantes: los recursos destinados a financiar las políticas públicas, las acciones tendientes a recaudar estos recursos o política de ingresos y el financiamiento del déficit cuando los ingresos no cubren el gasto o dicho de otra manera, el endeudamiento.

Ninguno de ellos es neutral a las desigualdades de género. Dependiendo de cómo se diseñen e implementen pueden contribuir a la garantía de los derechos de las mujeres y a la reducción de las brechas, a mantenerlas igual o a profundizarlas.

## Más esfuerzo, mejores resultados, muchos desafíos pendientes

América Latina ha avanzado en los últimos años, por una acción combinada de buen desempeño económico y mejores políticas sociales a ampliar las coberturas de las políticas laborales, agropecuarias, educativas, de salud y protección social.

Los avances en los indicadores de los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODS) dan cuenta que en el periodo comprendido entre 2000 y 2015 mejoraron las condiciones de vida en la región, lo cual benefició también a las mujeres.

No obstante, quedan muchas deudas pendientes. La mortalidad materna, el acceso a salud sexual y reproductiva, las oportunidades económicas desiguales, la participación social y política continúan con pocos cambios. La violencia en todas sus formas se hace cada vez más visible.

Todos estos problemas se relacionan con la ausencia de políticas de amplio alcance y calidad, en la mayoría de los casos bajo el argumento de la falta de recursos públicos para lograr su universalidad e integralidad.

Una de las principales explicaciones de los escasos avances citados es la rígida división sexual del trabajo que ubica a las mujeres en una situación de subordinación y exclusión. La atribución social de la responsabilidad casi exclusiva a las mujeres del trabajo de reproducción social obstaculiza su autonomía física, económica y política.

Los indicadores de actividad económica, desempleo, informalidad e ingresos muestran la persistente condición desventajosa de las mujeres: mayores tasas de inactividad y mala calidad del empleo, gran número de mujeres sin acceso a seguridad social ni ingresos propios y feminización de la pobreza son solo algunas de las formas en que se manifiestan sus desventajas económicas.

---

Verónica Serafini Geoghegan, Red de Justicia Fiscal y LATINDADD.

La persistencia de un “techo de cristal” en las empresas, en la administración pública y en la economía, así como en cargos de decisión social o política no es el reflejo del desinterés o de la falta de capacidades de las mujeres, sino más bien de la existencia de obstáculos que limitan a las mujeres y no a los hombres. El principal obstáculo es la sobrecarga de trabajo no remunerado de las mujeres.

Todos estos problemas y desafíos requieren políticas con objetivos específicos y explícitos dirigidos a garantizar los derechos de las mujeres y la igualdad de género, tal como se comprometieron la mayoría de los estados latinoamericanos al ratificar la Convención sobre la Eliminación de Todas las Formas de Discriminación contra la Mujer (CEDAW) y la Declaración y Plataforma de Acción de Beijing y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)<sup>1</sup>.

## **Faltan recursos y justicia tributaria**

El pleno ejercicio de los derechos humanos por parte de las mujeres y la reducción de las brechas que las separan de los hombres ponen al Estado en el centro del debate sobre los mecanismos para lograr estos objetivos.

Para hacer efectivos esos derechos, se requieren políticas públicas, lo cual conlleva su financiamiento. La política fiscal como encargada de administrar los recursos públicos de un país es uno de los instrumentos principales. El financiamiento del gasto tiene como contrapartida la recaudación de impuestos como mecanismo genuino de obtención de ingresos, aunque, si bien esta es una importante función del sistema tributario, no es la única, tal como se verá más adelante.

El sistema tributario no es neutral al género. Una baja carga tributaria y la inexistencia de mecanismos eficientes para reducir la evasión y elusión disminuyen las recaudaciones y provocan la escasez de recursos públicos. América Latina tiene grandes deudas sociales y déficits en la garantía de los derechos económicos, sociales y culturales. Las desigualdades de género son persistentes y en algunos países no se han registrado reducciones notables, pese a los avances sociales y económicos recientes. Es en ese ámbito que se vuelve relevante la fiscalidad desde un enfoque de género.

Sin recaudaciones, el Estado no puede ofrecer servicios para mejorar el bienestar y reducir las brechas existentes, entre ellas las de género. Por lo general, las áreas de educación y salud son las que reciben mayores inversiones sociales y ha sido un logro positivo el haber reducido la brecha de género en el acceso a estos servicios. No obstante, perduran brechas en cuanto a autonomía económica, calidad del empleo y protección social y cuidado, cuyas políticas públicas cuentan con menores recursos y son ámbitos particularmente relevantes para las mujeres.

La desproporcionada carga de trabajo doméstico y de cuidado, sumada a las condiciones de precariedad laboral, discriminación salarial, segregación ocupacional y menores dotaciones de activos que las mujeres deben soportar, exigen mayor inversión en todas las políticas, atendiendo objetivos explícitos de reducción de brechas de género.

A la baja carga tributaria en los países de América Latina, se agrega el exagerado peso de los impuestos indirectos. Un sistema tributario sostenido por impuestos indirectos como el del valor añadido u otros que gravan el consumo (incluyendo los bienes de primera necesidad) no solo profundizan las desigualdades económicas sino también las de género, acentuando su regresividad cuando se trata de las mujeres de menores ingresos.

---

1 Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) (2019), La autonomía de las mujeres en escenarios económicos cambiantes (LC/CRM.14/3), Santiago de Chile.

Los menores recursos disponibles, dado el peso de los impuestos indirectos en los bajos ingresos familiares, exigen más esfuerzo y tiempo para optimizar la asignación intrafamiliar. Esta situación afecta especialmente a las mujeres de bajos ingresos y a los hogares con jefatura femenina.

Una estructura tributaria justa, basada en impuestos directos, tiene gran potencialidad redistributiva. No obstante, la capacidad redistributiva y su poder para reducir brechas puede reducirse si la estructura de deducciones y exenciones tiene determinados sesgos.

En general, las exoneraciones tributarias privilegian a los sectores de ingresos altos y a las corporaciones, lugares en los que las mujeres están subrepresentadas. Los elevados gastos tributarios que muestra la región no cuentan con evaluaciones que aseguren un saldo neto positivo para las mujeres. Es decir, no sabemos si las pérdidas de impuestos tienen como contrapartida beneficios en generación de empleos, transferencia tecnológica, inclusión de MPYMES en cadenas productivas, entre otros objetivos esperados de las políticas de incentivos.

Los flujos financieros ilícitos constituyen otra forma de reducir las recaudaciones, pero en algunos casos también tienen efectos negativos directos sobre las mujeres como es el caso del tráfico de personas o la expansión de la soja o la minería que afecta a sus entornos de vida.

Así, la política tributaria en lugar de convertirse en un instrumento para el desarrollo y el bienestar de vida de la población y de las mujeres en particular, contribuye a la persistencia de las desigualdades, entre las que se encuentra la de género.

## **Bajas recaudaciones, retorno de la deuda**

Cuando las recaudaciones no alcanzan para financiar el gasto público, el endeudamiento constituye la otra fuente de financiamiento. Durante la última década, América Latina inició un peligroso retorno del endeudamiento con objetivos relativos al mejoramiento de su infraestructura, que por lo general no han considerado las obras que necesitan las mujeres como los servicios de cuidado o los activos para la agricultura familiar.

Por otro lado, el pago de las deudas de décadas anteriores generó políticas de ajuste estructural o de “austeridad” que al no considerar las desigualdades de género han tenido fuertes repercusiones en la vida de las mujeres<sup>2</sup>.

Desde una mirada de género, constituye una prioridad incorporar estos aspectos, teniendo en cuenta que los ajustes afectan de manera directa a las mujeres, limitando aún más sus oportunidades y capacidades.

El aumento de la deuda, además, está tomando nuevas formas que subestiman el peso de la misma, tal como ocurre con los pasivos contingentes de las Alianzas Público Privadas, lo cual hace todavía más complejo el panorama futuro e invisibiliza los riesgos reales del endeudamiento<sup>3</sup>.

## **La fiscalidad es importante para todos y en particular para las mujeres**

La garantía de los derechos y la reducción de las desigualdades son funciones indelegables del

<sup>2</sup> AWID (2002). The World Bank and Women's Rights in Development. Women's Rights and Economic Change No. 5. [https://www.awid.org/sites/default/files/atoms/files/the\\_world\\_bank\\_and\\_womens\\_rights\\_in\\_development.pdf](https://www.awid.org/sites/default/files/atoms/files/the_world_bank_and_womens_rights_in_development.pdf)

<sup>3</sup> Fresnillo, Iolanda y Verónica Serafini (2020). Una crisis de deuda en desarrollo. <http://www.latindadd.org/2020/03/20/una-crisis-de-deuda-en-desarrollo/>



sector público. La implementación de las políticas públicas que requieren las mujeres para mejorar su condición y posición en la sociedad requieren recursos. Ellas enfrentan problemas cuyas causas tienen raíces profundas tales como la violencia, la sobrecarga de trabajo doméstico, la discriminación laboral, la baja participación política.

Casualmente, esas causas son también las que cuentan con menos recursos y, en algunos países, casi ninguno. Las políticas contra la violencia de género, más allá del encarcelamiento, las políticas laborales y de desarrollo agropecuario, las de apoyo a las MPYMES, las de cuidado o las que buscan aumentar la presencia de las mujeres en los espacios de decisión son las que menor alcance tienen.

La política tributaria es fundamental para recaudar y financiar las intervenciones que necesitan las mujeres, por lo que, al considerar los objetivos del desarrollo y de la lucha contra las desigualdades es impostergable incorporarla a la agenda pública.

## Red de Justicia Fiscal de América Latina y el Caribe



La Red Justicia Fiscal de América Latina y El Caribe junta 24 miembros en 13 países de América del Sur, América Central y El Caribe que llevan adelante acciones coordinadas de difusión, formación, investigación y cabildeo a nivel nacional, regional y global.

Los miembros de la red entienden por Justicia Fiscal un enfoque basado en un sistema de derechos y obligaciones equilibrado, donde la recaudación de recursos sea progresiva, equitativa, y transparente y donde se asegure el financiamiento de políticas públicas orientadas

a mejorar la calidad de vida de las personas, logrando altos niveles de equidad socioeconómica en armonía con el medio ambiente. Esto supone avanzar en un proceso de redistribución de ingresos y de riquezas que promueva la equidad y la inclusión social, tanto a nivel nacional, subregional, regional e internacional.

Las organizaciones que forman parte de la red, realizan su labor institucional para:

- Cuestionar el modelo tributario dominante, basado esencialmente en impuestos al consumo altamente regresivos,
- Cuestionar los diversos mecanismos existentes que estimulan la evasión y la elusión tributaria,
- Insistir en la necesidad de fortalecer y hacer más eficiente las administraciones tributarias nacionales a fin de aumentar el nivel de recaudación,
- Reclamar y promover regulaciones a nivel internacional que promuevan la transparencia y la cooperación en materia tributaria.

# El “impuesto rosa” o el costo de la feminidad: ¿Por qué las mujeres pagamos más?

---

Diana Morán Chiquito  
Diana Cabrera Montecé

A nivel global se han logrado ya algunos consensos básicos en torno al objetivo de eliminar la discriminación de género y lograr igualdad, que se expresan en la formulación de derechos humanos, políticas y mecanismos institucionales diversos. A su vez, de cara al tratamiento de otras desigualdades y distorsiones en las economías nacionales, se han activado instancias públicas e instrumentos en ámbitos como el consumo, tal el caso de la Defensoría del Pueblo o la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor en Ecuador.

En este contexto, los actos de discriminación contra las mujeres están condenados desde una perspectiva integral en la *Convención sobre la eliminación de todas las formas de discriminación contra la mujer* (Naciones Unidas, 1981). En una línea de progresión de las iniciativas globales en torno al tema, en la actualidad la consecución de la *equidad de género* prevalece como uno de los *Objetivos de Desarrollo Sostenible* de la *Agenda 2030*, con la que se encuentran comprometidos todos los países. Sin embargo, y a pesar de los esfuerzos, los cambios en la realidad se ven continuamente limitados sea por mecanismos de mercado, por cuestiones culturales, o por una laxa o nula aplicación de leyes que protejan a las mujeres frente a la discriminación laboral y salarial, la violencia de género, el matrimonio y la concepción en edad adolescente, la discriminación en los derechos de propiedad, la sobrecarga de trabajo en un marco de trabajo doméstico y de cuidados no pagados, entre otros.

Se observa un fenómeno que podemos llamar “castigo económico” hacia las mujeres no sólo en términos de ingresos, sino también en la esfera del consumo, pues se ha podido evidenciar un sobreprecio en algunos tipos de productos, especialmente productos de cuidado personal dirigidos hacia las consumidoras mujeres, el denominado “impuesto rosa” (*pink tax*). En este sentido, la investigación en curso para la ciudad de Guayaquil presenta evidencias sobre la existencia de un sobreprecio en función del género de los consumidores de productos de cuidado personal, una distorsión de mercado que se asocia a los roles y estereotipos de género construidos socialmente, que aparecen como un elemento determinante de los patrones de consumo. Esta interrelación perniciosa entre instrumentos de mercado y construcción social de género, que se traduce en sobreprecios para las mujeres, debe ser abordada desde acciones y políticas públicas que combinen los ámbitos de igualdad y no discriminación, control del poder del mercado y protección de las personas consumidoras, aplicando, entre otros, instrumentos tributarios.

---

Diana Morán Chiquito y Diana Cabrera Montecé son economistas, docentes de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de Guayaquil, e integrantes de la Red Mujeres Transformando la Economía -REMTE-. Las autoras agradecen los comentarios y aportes de Magdalena León T. para este artículo.

## Género y consumo

El sistema capitalista tiene como característica una forma jerarquizada de género que antepone lo masculino a lo femenino. Se basa en una relación de poder de perfiles patriarcales (Federici, 2010), que proyecta como norma la figura del padre o del hombre como el regente del sistema. Por ello resulta de vital importancia entender cómo este sistema construye, de manera permanente, las identidades de género, la división sexual del trabajo, el simbolismo del cuerpo, y los patrones de consumo. Todos estos puntos convergen para sostener la prevalencia de un género sobre el otro en dicho sistema, y tienen que ser considerados para responder a nuestra pregunta central: ¿cómo las empresas se valen de la jerarquización del género para generar mayores ganancias? Siguiendo el análisis que propone D’Alessandro (2016), el cuerpo es el medio por el cual la mujer cumple sus expectativas o las frustra, en un contexto en que la belleza, además de tener roles y atributos sociales, tiene color, en este sentido, preguntamos con la autora, ¿de qué color es la belleza?

Los modelos de comportamiento social diferencian a hombres de mujeres. En esta distinción de roles sociales, las mujeres se ven relacionadas con belleza, juventud, seducción, etc., mientras los hombres con conocimiento, fuerza, valor, descubrimiento, entre otros (Gallego, 2009). Así, entender el papel del *cuerpo* como una construcción simbólica y no sólo como una realidad en sí mismo, permite captar el culto al cuerpo como vector de análisis sobre el creciente consumismo, orientado por parámetros y estereotipos que deben cumplir particularmente las mujeres, y que se asume como el medio para la consecución de las aspiraciones de bienestar (Cuevas Barberousse, 2009), así como para el logro de metas mayores como la inclusión y movilidad laboral.

Vemos así que el culto al cuerpo, junto con la construcción social del género y los roles asignados tanto a hombres como a mujeres, orientan comportamientos frente al consumo que a su vez son exacerbados o inducidos desde estrategias empresariales para maximizar ganancias.

## Una novedosa forma de discriminación

Las empresas capturan el mercado femenino dando como resultado el traslape entre roles de género y mercado en términos de carga económica para las mujeres. Siendo así, la satisfacción de las necesidades humanas, en su componente de mercado, es aprovechada por las empresas que proporcionan bienes o servicios, desarrollando estrategias como la diferenciación entre productos y la discriminación de precios en función de los ingresos o la elasticidad precio de la demanda del producto, para posicionarse sobre mercados objetivo.

En este marco, los comportamientos diferenciados, conocidos como roles o estereotipos de género, son utilizados por el marketing y la publicidad en el sistema capitalista. Los toman para promocionar productos en función de las “necesidades” de cada género, las mismas que, tal y como vimos en líneas anteriores, son construidas socialmente con base en el género. Sin embargo, lo que no se ha habido puesto en evidencia, hasta que el Departamento de Asuntos del Consumidor de Nueva York (DCA por sus siglas en inglés) en el 2015 realizó un estudio de precios por género, es que el sistema de mercado utiliza estas diferencias en necesidades para promocionar sus productos con una estrategia adicional: discriminando y diferenciando los precios en función a las “necesidades” de cada género (Department of Consumer Affairs, 2015).

Esta discriminación de precios, fundamentada en patrones de consumo estereotipados en cuanto al género, ha motivado que desde la Academia se haya acuñado el término *Pink Tax* o “Impuesto Rosa”, que se define como el sobreprecio que las mujeres pagan sólo por ser muje-



res. En un mundo que rinde culto al cuerpo, la imagen y la apariencia física determinan qué es o no importante, prevaleciendo así una relación fáustica entre feminidad y ser mujer impulsada a través del marketing. Esto tiene resultados trascendentales, pues implica que sean las mujeres, más que los hombres, quienes se conviertan en potenciales consumidoras de productos cosméticos, medicinales, alimenticios y moda en general (Cuevas Barberousse, 2009).

Esta presión sobre las mujeres hace que ellas destinen una mayor cantidad de sus ingresos en adquirir productos como los anteriormente mencionados, que pueden llegar a representar hasta \$1400 de *impuesto rosa* al año debido a un sobreprecio que puede ser hasta del 50 % en productos similares en California (Evia, 2015) y, dado que por lo general el ingreso de las mujeres es mucho menor en proporción al de los hombres, esta situación da como resultado una mayor presión en su poder de compra.

De allí nace un tipo particular de discriminación de precios del que muy poco se habla en los espacios de debate, pero que nos preocupa y por ello nos ha reunido en la presente entrega, esta es la *discriminación de precios en cuanto al género*. Este tipo de *discriminación* de acuerdo al género nos exhorta a poner en evidencia la tendencia actual por parte de las empresas capitalistas de cobrar más por bienes similares sólo por el hecho de ser mujer, situación que se ha vuelto bastante recurrente en diversas economías y que se reproduce continuamente en el modelo capitalista como una forma estratégica que han adoptado las empresas para obtener mayores ganancias a expensas de las mujeres, así como de la construcción y presión social sobre el género.

La discriminación de precios por género funciona, especialmente en el mercado femenino, poniendo el acento en una concepción de feminidad atada a la moda y la publicidad a través de representaciones visuales. Cada vez va más lejos la objetivación de las mujeres en el proceso de construcción del *glamour*, que como categoría resulta inalcanzable, pero que se presenta como real en la publicidad (Soley-Beltran, 2012).

En resumen, las empresas que realizan una diferenciación de género en torno a la demanda, utilizan a su favor la presión y la construcción social de género, las mantienen y profundizan para manipular los precios. De allí que diversas investigaciones apuntan a que existe esta nueva modalidad de venta que se expresa en la variación de los precios de productos compartidos o de similar uso por ambos géneros (CBC News, 2016) (Observatorio de Coyuntura Económica y Políticas Públicas, 2017) (Martínez Navarro, Manzano Antón, & Bouza, 2018) (Medina, 2016) (Arias Paredes, Mansilla Merlano, & Rincón Puche, 2017), provocando que las mujeres paguen un sobreprecio o “impuesto rosa” por productos similares a los que utilizan los hombres.

## El Impuesto Rosa: evidencias en el contexto ecuatoriano

Siguiendo la metodología del DCA, nos acercamos al caso del Impuesto Rosa en la ciudad de Guayaquil<sup>1</sup>, con una cobertura amplia del mercado de productos de cuidado personal<sup>2</sup>, encontrando diferencias en precios de los 82 productos comparados y agrupados en 6 subcategorías (Tabla 1).

En la totalidad de los productos comparados las consumidoras femeninas pagan un sobreprecio respecto al mismo tipo de productos para consumidores masculinos, es decir, el impuesto rosa existe en el mercado guayaquileño. Un análisis más a detalle sugiere que los roles de género

1 El levantamiento de la información se realizó entre los meses de enero y marzo de 2018 y abarcó una muestra de 24 establecimientos, que incluyen tiendas físicas y tiendas *online* que operan en el mercado local.

2 Para validar la representatividad de la muestra aquí estudiada se ha procedido a la realización de dos test de medias: la *t-student* y el análisis de varianza (ANOVA).

se intensifican en el consumo de productos de cuidado personal reafirmando así la idea de la estética de lo femenino, de tal forma que en esta categoría las mujeres en términos promedio porcentuales pagan hasta un 10.9% por los mismos productos que su contraparte masculina, con discrepancias en precios que van desde \$0.00 a \$29.46<sup>3</sup>.

Se observa que las demandas sociales sobre lo femenino se traducen, en términos estéticos, en una demanda sobre el cuerpo. Las mujeres pagan aproximadamente un 10.9% más, en promedio, por artículos que responden a la lógica del culto al cuerpo. La mística de lo femenino tiene implicaciones en la esfera económica ya que no sólo la demanda por este tipo de productos es mayor entre las consumidoras sino que, además, las mujeres pagamos un precio mayor por este consumo. En este sentido, para las mujeres, el cuerpo y su belleza tienen un precio extra.

**Tabla 1. Precio promedio productos de cuidado personal**

Productos	Número de productos	Promedio femenino	Promedio masculino	Diferencia en precios	Prueba <i>t</i>
Afeitadoras	16	\$ 4,63	\$ 4,35	6,05 %	1,60 (0,110)
Cuidado bucal	10	\$ 4,11	\$ 3,98	3,16 %	1,43 (0,111)
Cuidado del cabello	12	\$ 5,97	\$ 5,64	5,53 %	1,61 (0,084)*
Fragancias	20	\$ 88,93	\$ 75,19	15,45 %	3,60 (0,002)*
Antitranspirantes	14	\$ 4,41	\$ 3,92	11,11 %	1,16 (0,145)
Jabones	10	\$ 3,53	\$ 3,50	0,85 %	0,18 (0,430)
Total de productos	82	\$ 15.14	\$ 13.48	10.9 %	2.64 (0.005)*

El área con sombreado gris indica que, en términos promedios, las mujeres pagan un precio mayor. Elaboración de las autoras. Tabulaciones propias.

\* Significancia estadística al 90% de confianza.

Para los productos de cuidado personal el sobreprecio que pagan las mujeres fluctúa entre el 1% y 15%; la diferencia más alta respecto a su equivalente masculina se encuentra en el rubro de fragancias, seguido de los antitranspirantes y afeitadoras, con un 15.4%, 11.1% y 6.1% respectivamente. La diferencia de precios aquí encontrada se asemeja a los resultados del estudio realizado por la Confederación Argentina de la Mediana Empresa (CAME) que, a través de un levantamiento de información en la ciudad de Buenos Aires, determinó un sobreprecio del 18.5%, 8.8%, y, 14.2% para los tres grupos de productos (CAME, 2018). Así mismo, un levantamiento de información para la ciudad brasileña de Sao Paulo evidenció que en el caso de los desodorantes, el impuesto rosa se situaba en 2%, y en 15% en el caso de las afeitadoras (Cunha, 2015). La investigación realizada por la *startup* Idealo Magazín (2016), revista especializada en las compras *on line* para el mercado español, revela que el impuesto rosa fluctúa entre el 7 % y 24 % para tres categorías analizadas: fragancias y perfumes, zapatos, y relojes de pulsera; la primera de ellas muestra una mayor diferencia promedio en los precios, llegando a un sobreprecio del 7% para las fragancias femeninas. Dentro del territorio ecuatoriano

3 El test para significancia de medias para muestras relacionadas, prueba *t*, confirma la validez de la diferencia en precios para productos de consumo personal femeninos y masculinos ( $t = 2.64$ ,  $p = 0.005$ ); adicionalmente se realizó la prueba de análisis de varianza (ANOVA) para fortalecer el análisis de la prueba *t*, esta prueba resultó significativa ( $F = 6.94$ ,  $p = 0.011$ ) robusteciendo el análisis de que en la categoría de productos de cuidado personal existe una diferencia observable y significativa a nivel de población en cuanto al sobreprecio que afecta a los productos femeninos.



un estudio sobre el impuesto rosa para productos de cuidado personal realizado en la ciudad de Quito revela que en el caso de desodorantes, cuchillas de afeitado y champús, la diferencia en precios fluctúa entre un 4 y 12% (Wilches, 2019). De ahí que el culto a lo estético, y en un sentido más concreto el culto a la belleza, encuentra en el consumo una de las vías a través de la cual se canaliza la idea de feminidad y de ser mujer (Cuevas Barberousse, 2009).

De acuerdo a esta investigación, y en función de lo observado en otras latitudes de la región, la prevalencia de un sobrepago para los productos de cuidado personal que afecta a las consumidoras mujeres es una realidad latente en nuestras economías. Los esfuerzos por regular esta situación en el contexto latinoamericano son casi inexistentes, pese a la vigencia de un marco legal que protege a los consumidores. Así, en el caso ecuatoriano, la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, expedida en el año 2000, prohíbe la elevación no sustentada de los precios de los bienes y servicios distribuidos en el territorio nacional. El artículo 51 señala que: “queda absolutamente prohibida la especulación<sup>4</sup>. Igualmente queda prohibida cualquier otra práctica desleal que tienda o sea causa del alza indiscriminada de precios de bienes y/o servicios”. Por otra parte, en el artículo 54 se explicita que en casos excepcionales “el Presidente de la República, fundamentando debidamente la medida, podrá regular temporalmente los precios de bienes y servicios. Dicha regulación la podrá ejercer el presidente de la República cuando la situación económica del país haya causado una escalada injustificada de precios.

4 La misma Ley define a la Especulación como la práctica comercial ilícita que consiste en el aprovechamiento de una necesidad del mercado para elevar artificiosamente los precios, sea mediante el ocultamiento de bienes o servicios, o acuerdos de restricción de ventas entre proveedores, o la renuencia de los proveedores a atender los pedidos de los consumidores pese a haber existencias que permitan hacerlo, o la elevación de los precios de los productos por sobre los índices oficiales de inflación, de precios al productor o de precios al consumidor.

Se ejecutará mediante Decreto Ejecutivo, en el que se debe establecer el vencimiento de la medida cuando hayan desaparecido las causas que motivaron la respectiva resolución”.

De acuerdo con los dos artículos precedentes, el Estado buscará los mecanismos para evitar una subida de precios artificiosa; sin embargo, se observa que en esta Ley no se contempla la discriminación de precios por cuestiones de género, lo cual puede explicarse por el hecho de que, en la época en que esta Ley fue expedida, el enfoque de género no se había transversalizado en los instrumentos legales ecuatorianos. No obstante, en la actualidad, la Ley sigue sin contemplar la prohibición de fijar precios diferenciados en función del género de los consumidores. En este sentido, y atendiendo lo contenido en la Constitución del Ecuador y en el artículo 340, resulta trascendental evaluar los alcances del aumento injustificado de los precios de los productos de consumo asociados a lo femenino.

En el Ecuador, a la existencia del impuesto rosa se suma otro fenómeno que “perjudica” a las mujeres en cuanto a su consumo, como es el caso de los productos de higiene femenina, que son productos de consumo exclusivo e imprescindible para este segmento poblacional. La legislación ecuatoriana en cuanto a tributos sitúa a las compresas femeninas, toallas sanitarias, tampones y productos similares en la categoría de higiene y cuidado personal, gravados por un IVA con tarifa de 12% sobre el precio de mercado. Al respecto es de singular interés la experiencia del vecino del norte, Colombia, donde en el año 2019 la Corte Constitucional eliminó el impuesto al valor agregado para toallas higiénicas y tampones considerando que, como expresó una de las magistradas “dicho impuesto iba en contra de la igualdad y la equidad, ya que se estaba gravando un producto de necesidad básica de las mujeres”.

## Para concluir

El castigo económico para las mujeres que representan los sobrepuestos que se visibilizan como impuesto rosa, forma parte de un conjunto mayor de injusticias y desventajas de género inherentes al sistema económico dominante. En el capitalismo contemporáneo, se generan ganancias adicionales exacerbando un modelo de consumo para las mujeres que, como señala Carosio (2008), “no sólo es alienante, generador de necesidades, superfluo, sino que sostiene y refuerza el patriarcado basándose en el modelo de feminidad tradicional”.

Se ha dado un paso importante al poner en evidencia que el mercado impone un pago adicional a las mujeres de alrededor del 11% para productos similares a los que consumen los hombres -para el caso de Guayaquil-, tendencia coincidente con otras ciudades del país y el continente. Este impuesto rosa resulta doblemente injusto pues opera en el marco de una matriz de ingresos que mantiene una persistente brecha desfavorable para las mujeres. Corregir esta distorsión es urgente. Para ello, es necesario actualizar el marco legal y los mecanismos en el campo de protección de derechos de los consumidores, contemplando la prohibición de fijar precios diferenciados en función del género de los consumidores. Así también, es necesario activar este tema como parte de la agenda de la Superintendencia de Control del Poder del Mercado, organismo que hace parte de la función de control del Estado ecuatoriano.

Un ámbito de especial interés por su potencial capacidad de corregir esta distorsión de precios es la política tributaria, pues en ese marco se pueden encontrar o generar mecanismos de equidad para actuar frente a las empresas que incurren en estos sobrepuestos, o bien compensar a las consumidoras por medio de exenciones.

*Este escrito forma parte del Proyecto de Investigación “El costo de la feminidad: discriminación de precios en el consumo de productos de cuidado personal. Una evidencia para la ciudad de Guayaquil”, Convocatoria FCI-2019 UG.*

## Referencias

- Arias Paredes, L. M., Mansilla Merlano, F., & Rincón Puche, L. (2017). Impuestos y Desigualdad de Género en Colombia. *Revista Económica Supuestos*.
- CAME. (2018). Informe Impuesto Rosa. Buenos Aires: Focus Market.
- Carosio, A. (2008). El género del consumo en la sociedad de consumo. *La Ventana* (27), 130-169.
- CBC News. (26 de 04 de 2016). Recuperado el 05 de 11 de 2019, de <https://www.cbc.ca/news/business/pink-tax-1.3553524>
- Cuevas Barberousse, T. (2009). Cuerpo, feminidad y consumo: El caso de jóvenes universitarias. *Revista de Ciencias Sociales*, II(123), 79-92.
- Cunha, J. (05 de Julio de 2015). 'Pink tax' encarece produtos voltados para mulheres. *Folha de São Paulo*. Obtenido de <https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2015/07/1651761-pink-tax-encarece-produto-para-mulheres.shtml>
- D'Alessandro, M. (2016). *Economía feminista: Cómo construir una sociedad igualitaria (sin perder el glamour)*. Buenos Aires: Sudamericana.
- Department of Consumer Affairs. (2015). *From Cradle to Cane: The Cost of Being a Female Consumer: A Study of Gender Pricing in New York City*. Nueva York: New York City Department of Consumer Affairs.
- Evia, M. J. (24 de 06 de 2015). Impuesto rosa: definición y ejemplos. Recuperado el 03 de 02 de 2019, de Expok Comunicación de sustentabilidad y RSE: <https://www.expoknews.com/impuesto-rosa-definicion-y-ejemplos/>
- Federici, S. (2010). *Calibán y la bruja: Mujeres, cuerpo y acumulación originaria*. Madrid: Traficantes de Sueños.
- Gallego, J. (2009). La construcción del género a través de la publicidad. In *Actas del Congreso La construcción del género en la publicidad en el siglo XXI*.
- Idealo Magazin. (2016). Tasa Rosa: Productos de mujer hasta un 24% más caros. Madrid: Idealo. Obtenido de <https://www.idealo.es/magazin/tasa-rosa-pink-tax-en-espana/>
- Martínez Navarro, G., Manzano Antón, R., & Bouza, G. (2018). Identidad de género, consumo y discriminación a través del precio. *Revista Latina de Comunicación Social*(73), 385 a 400. Obtenido de <http://www.revistalatinacs.org/073paper/1261/20es.html>
- Medina, M. A. (2016). ¿ Existe en Colombia el “impuesto rosa”.
- Naciones Unidas. (1981). *Convención sobre la eliminación de todas las formas de discriminación contra la mujer*. Recuperado el 05 de 11 de 2019, de [https://www.ohchr.org/Documents/ProfessionalInterest/cedaw\\_SP.pdf](https://www.ohchr.org/Documents/ProfessionalInterest/cedaw_SP.pdf)
- Observatorio de Coyuntura Económica y Políticas Públicas. (07 de 2017). Recuperado el 05 de 11 de 2019, de [https://docs.wixstatic.com/ugd/4d12aa\\_98b50aab3cd64179955af0b139d18c93.pdf](https://docs.wixstatic.com/ugd/4d12aa_98b50aab3cd64179955af0b139d18c93.pdf)
- Soley-Beltran, P. (2012). Muñecas que hablan. Ética y estética de los modelos de belleza en publicidad y moda. *Revista de Dialectología y Tradiciones Populares*, 68 (1), 115-146.
- Wilches, M. (2019). *Realidad del Impuesto Rosa en el Ecuador*. Editorial Académica Española.



# Por un cuerpo libre de impuestos

---

Eleonora Marinelli

**A**mérica Latina es la región más desigual del mundo. La historia de los últimos quince años da cuenta de una búsqueda por la equidad en la distribución de ingresos en varios países del continente, con el fin de equilibrar la balanza en beneficio de las clases populares, sin embargo, la ecuación sigue estando en rojo. Aún no hemos podido resolver la creciente inequidad en nuestra región, más allá de la notable reducción de la pobreza y la pobreza extrema.

Hace algunos años el mundo reconoció una nueva forma de discriminación, de segregación hacia las mujeres. El “impuesto rosa” o el “impuesto a la mujer”. Este nuevo mecanismo de exclusión sostiene que productos de mercado tales como ropa, comida o higiene destinados a las mujeres deben ser más caros que los destinados a los hombres. De esta manera muchos productos de higiene personal evidencian esta desemejanza, los mismos productos son más caros para las mujeres que para los hombres. Pero esta forma de segregar, de prohibir, por su alto costo, el acceso a determinados bienes, no está solo presente en estos productos. Un informe del observatorio de géneros del Centro de Economía Política Argentina (CEPA) advierte que en los casos de juguetes prácticamente idénticos, las versiones “femeninas” manifestaron un sobreprecio de entre el 3% y el 300%. Por el contrario, no se constataron casos a la inversa donde existieran sobreprecios en la versión masculina. La desigualdad de género atraviesa diferentes franjas etarias. Ser niña, adolescente, adulta o anciana tiene un precio extra. La mujer siempre paga un costo más alto, en todo sentido.

Claro que esta práctica no es privativa de argentinos y argentinas. Es verdad que el fenómeno no es nuevo, pero aún no existen estudios específicos y extensos sobre el tema en la región. Desde la Red de Justicia Fiscal de América Latina y El Caribe lo vemos como un desafío pendiente para el 2020. En Colombia, por ejemplo, para visibilizar la situación de este problema acudieron a un sencillo ejercicio: describir las actividades de una mujer promedio en un día normal, para subrayar cómo este sector debe pagar más por el simple hecho de pertenecer a ese género. Entonces, de esa manera, “Laura” utiliza productos de cuidado personal o bienes de lujo, así rotulados por el mercado como: rasuradoras o desodorantes, que resultan más caros por dos características básicas, ser rosas y “for women”. Sin contar los productos dirigidos especialmente al público femenino, como toallas higiénicas o tampones.

El grupo de Género y Justicia económica de Colombia realizó el siguiente cálculo que adaptamos con datos argentinos: las mujeres menstrúan un promedio de cuarenta años en ciclos mensuales de 28 días, 5 de los cuales son de sangrado; en un período normal propio del cuerpo de las mujeres. Por lo tanto se requiere un promedio de 25 toallas o tampones mensuales, 300 anuales y 12.000 a lo largo de la vida. En Argentina hay aproximadamente 11.552.202 niñas y mujeres entre los 10 y los 45 años de edad que pagan anualmente en promedio USD 30.00 por productos de higiene femenina, lo que representa un gasto anual total por USD 346.566.060

---

Eleonora Marinelli: Fundación SES - Red de Justicia Fiscal de América Latina y El Caribe.

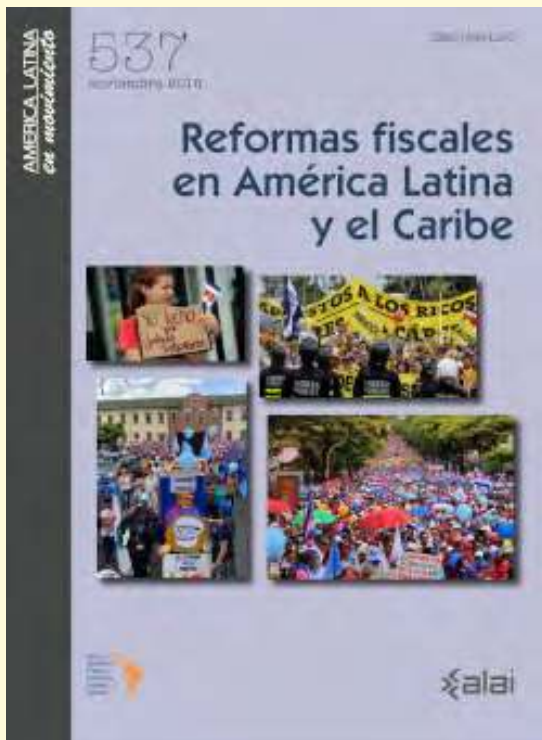


La contribución anual de las mujeres por el pago del IVA debido a la menstruación asciende a la suma de USD 72.778.872 millones.

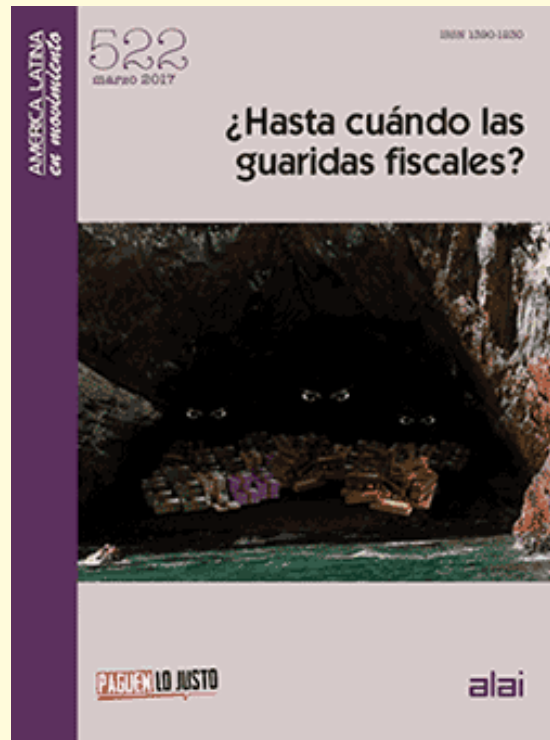
En el país andino la fuerte campaña social bajo el título Menstruación libre de impuestos logró reducir el IVA de los productos de higiene femenina de 16% al 5%. En Argentina hemos dado pasos importantes en esta línea, hace 2 años la organización Economía Feminista lanzó su campaña Menstruación una campaña que plantea, entre otras cosas, lograr la exención del IVA en productos esenciales del cuidado íntimo de las mujeres.

Este hecho es perpetrado y agravado cuando se analiza la participación femenina en el mercado laboral y la brecha de ingresos entre los géneros. Según la Encuesta Permanente de Hogares que realiza el INDEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censo de Argentina), en ese país, el 39% de las mujeres empleadas se encuentran en la informalidad, es decir, sin aportes, ni derechos (jubilación, aguinaldo, vacaciones, indemnización). Una mujer gana 27% menos que un hombre en un trabajo con la misma calificación. Esta situación debe ser resuelta mediante legislación clara y contundente hacia las empresas y el propio Estado.

El sistema actual beneficia al sector masculino, ampliando la brecha entre los géneros en varios niveles, lograr que los productos de higiene femenina sean declarados como esenciales y no productos de lujo es un gran primer paso en el cambio que queremos para una sociedad más justa para todos.



Revista No. 537 - noviembre 2018  
Reformas fiscales en América Latina y el Caribe  
[www.alainet.org/es/revistas/537](http://www.alainet.org/es/revistas/537)



Revista No. 522 - marzo 2017  
¿Hasta cuándo las guaridas fiscales?  
[www.alainet.org/es/revistas/522](http://www.alainet.org/es/revistas/522)

# Un enfoque interseccional: El presupuesto público y las mujeres en Brasil

Carmela Zigoni  
Nathalie Beghin

Brasil es un país profundamente marcado por las desigualdades sociales. Según Oxfam Brasil (2018), seis brasileños tienen una riqueza equivalente a la de los 100 millones de personas más pobres del país, y el 5% más rico tiene la misma fracción de ingresos que el 95% restante. Una mujer trabajadora que gane un salario mínimo mensual tardará 19 años en recibir el equivalente a lo que recibe una persona súper rica en un solo mes.<sup>1</sup>

El enfoque intersectorial explica en gran medida el complejo panorama de las desigualdades en Brasil. El concepto de *intersectorialidad*<sup>2</sup> se refiere a las múltiples dimensiones de la vulnerabilidad, y permite comprender que los diversos tipos de discriminación no sólo se “suman”, sino que interactúan entre sí de manera que la exacerban. Para dar un ejemplo de la doble discriminación que sufre una mujer negra: en el caso de la atención obstétrica, debido a las suposiciones culturales sobre las mujeres negras, las investigaciones demuestran que éstas esperan más tiempo para ser atendidas durante el parto, porque serían más “resistentes al dolor”<sup>3</sup>. Esto significa que esas mujeres sufren violaciones de los derechos humanos porque son mujeres -ya que la violencia obstétrica alcanza al 25% de las mujeres en Brasil- y porque son negras, ya que el tipo de violencia que sufren se ve agravada por su racialización, y los médicos (en su mayoría hombres blancos) las atienden de manera diferente que a las mujeres blancas.

Así, junto a las desigualdades de clase y de género, el racismo estructural<sup>4</sup>, heredado del modelo colonial en el que se fundó Brasil, determina otras capas de reproducción sistémica de desigualdades y privilegios. Los negros<sup>5</sup>, que en Brasil corresponden a poco más del 50% de la población total, representan el 75% en el grupo del 10% más pobre<sup>6</sup>; los homicidios afectan

1 Ver: <https://oxfam.org.br/um-retrato-das-desigualdades-brasileiras/a-distancia-que-nos-une/>

2 Ver: Kimberlé Crenshaw, en los Estados Unidos y Lelia Gonzales, en Brasil.

3 Ver: <http://www.scielo.br/pdf/csp/v33s1/1678-4464-csp-33-s1-e00078816.pdf>

4 El racismo estructural es el conjunto de prácticas institucionales, históricas, culturales e interpersonales que determinan la jerarquía de los grupos sociales a partir de la construcción del concepto de raza, privilegiando a algunos grupos y perjudicando a otros; por ejemplo, la naturalización de la posición de las mujeres negras como trabajadoras domésticas. El racismo institucional es la expresión de un racismo estructural en las instituciones públicas y privadas, que refuerza la estructura social y reproduce los privilegios y las desigualdades, como en el caso del poder judicial, por ejemplo, compuesto en un 70% por hombres blancos.

5 Clasificación del censo oficial realizado por el IBGE - Instituto Brasileño de Geografía y Estadística: blancos, negros, marrones, amarillos e indígenas. La categoría analítica del negro es la suma del negro y del marrón, es decir, ni blanco, ni oriental, ni indígena.

6 Ver: PNAD/IBGE, 2015. Acceso en marzo de 2020. <https://www.ibge.gov.br/estatisticas/multidominio/condicoes-de-vida-desigualdade-e-pobreza/9171-pesquisa-nacional-por-amostra-de-domicilios-continua-mensal>.

más a esta población: proporcionalmente, mueren 158,9% más negros que blancos como víctimas de violencia letal<sup>7</sup>. En el mercado laboral, las mujeres perciben salarios de 20% a 40% menor que los hombres; un trabajador negro recibe, en promedio, el 72,5% del ingreso de un blanco<sup>8</sup>. Las mujeres están sub-representadas en el Congreso Nacional, son sólo el 15% de los parlamentarios. En este mismo espacio, los negros son el 20% y las mujeres negras el 2,5%. La tasa de feminicidio en Brasil es la quinta más alta del mundo<sup>9</sup>: de 2004 a 2014, el feminicidio contra mujeres blancas disminuyó un 9,8%, y el de las mujeres negras aumentó un 54%.<sup>10</sup>

El presupuesto público también expresa esta desigualdad intersectorial. En cuanto a los impuestos, nuestro sistema fiscal produce y reproduce la discriminación de género y raza. Un estudio del Instituto de Estudios Socioeconómicos - Inesc (2014) muestra que el 10% más pobre de la población, compuesto en su mayoría por negros y mujeres (68,06% y 54,34%, respectivamente) destina el 32% de los ingresos a los impuestos, mientras que el 10% más rico, en su mayoría blancos y hombres (83,72% y 62,05%, respectivamente) emplea el 21% de los ingresos en el pago de impuestos<sup>11</sup>. Hasta 2014, el presupuesto para la promoción de la igualdad racial y las políticas para las mujeres representaban menos del 0,5% de los recursos para gastos discrecionales del Presupuesto General de la Unión (OGU). Con la política de austeridad fiscal iniciada en 2015, el panorama se ha vuelto aún más dramático: sin una reforma fiscal que sea efectivamente progresiva e inclusiva, y con altos recortes para las políticas sociales, las mujeres, especialmente las mujeres negras, han visto sus derechos progresivamente violados. Una reforma tributaria inclusiva debe considerar las desigualdades intersectoriales, es decir, la forma en que la clase, la raza y el género interactúan en la reproducción de las políticas tributarias que privilegian a ciertos grupos sociales, especialmente a los hombres blancos, y agobian a otros, especialmente a las mujeres negras.

### Las mujeres en el presupuesto público

Las políticas públicas para las mujeres en Brasil son el resultado de conquistas históricas. Ya en el período de transición de la dictadura a la democracia, en 1985, se creó el Consejo Nacional para los Derechos de la Mujer. Poco después, las mujeres participaron activamente en la Asamblea Nacional Constituyente, que dio lugar a la Constitución Federal de 1988, nuestra Constitución Ciudadana, en la que se instituye los derechos políticos y sociales de las mujeres. El Estado comenzó a tener la obligación de constreñir la violencia intrafamiliar, sentando las bases para la creación de comisarías de policía para mujeres y, en 2006, se publicó la Ley Maria da Penha.<sup>12</sup>

En 2003, se crea la Secretaría Especial de Políticas para las Mujeres - SPM, con rango de ministerio y atribución para asesorar a la Presidencia de la República en la creación de programas dirigidos a las mujeres en diversos órganos, para implementar políticas en red para el enfrentamiento a la violencia doméstica, además de promover la cooperación internacional para la promoción de los derechos de las mujeres. Este nuevo marco institucional ha permitido

---

[html?edicao=26959&t=o-que-e](#)

7 Ver: WAISELFSZ, Julio Jacobo. Mapa da Violência 2016. FLACSO, 2016.

8 Ver: IBGE, acceso en marzo de 2020. <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-sala-de-imprensa/2013-agencia-de-noticias/releases/25989-pretos-ou-pardos-estao-mais-escolarizados-mas-desigualdade-em-relacao-aos-brancos-permanece>.

9 Ver: <https://nacoesunidas.org/onu-feminicidio-brasil-quinto-maior-mundo-diretrizes-nacionais-buscam-solucao/>

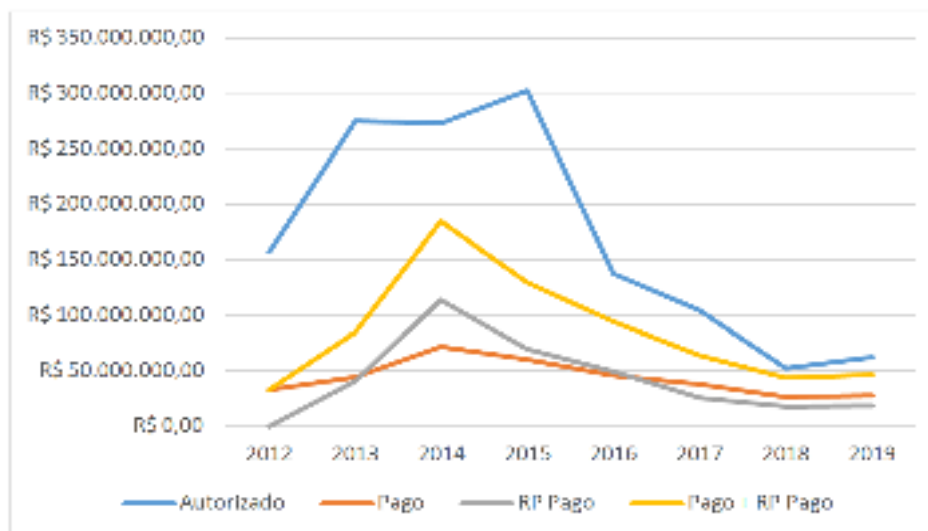
10 Ver: [http://www.onumulheres.org.br/wp-content/uploads/2016/04/MapaViolencia\\_2015\\_mulheres.pdf](http://www.onumulheres.org.br/wp-content/uploads/2016/04/MapaViolencia_2015_mulheres.pdf)

11 Ver: <https://www.inesc.org.br/as-implicacoes-do-sistema-tributarios-brasileiro-nas-desigualdades-de-renda/>

12 Ver: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2004-2006/2006/lei/l11340.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2004-2006/2006/lei/l11340.htm)

la asignación de recursos específicos para las mujeres, así como su seguimiento. El Gráfico 1 presenta la evolución histórica de los presupuestos del principal programa presupuestario ejecutado por la SPM, en los Planes Plurianuales (PPA) 2012-2015 y 2016-2019.

**Gráfico 1: Ejecución financiera del Programa 2016: Promoción de la autonomía y lucha contra la violencia, del periodo 2012 a 2019**



Fuente: Siga Brasil.

\*Valores en reales, corregidos por el IPCA en marzo de 2020. Elaboración propia.

Como se puede ver en el Gráfico 1, hay una fuerte caída en la ejecución financiera del Programa 2016: Políticas para las Mujeres: promoción de la autonomía y lucha contra la violencia en los últimos cinco años: en 2014, los recursos ejecutados (Pagados y Restantes por Pagar) fueron del orden de 185 millones de reales; en 2019 esta cantidad se redujo a sólo 46 millones de reales, una reducción del 75% en términos reales.

En relación con los recursos pagados, la situación de esta política fue dramática. En todos los años analizados, incluso con los recursos autorizados, poco se gastó efectivamente, como se muestra en el Gráfico 1.

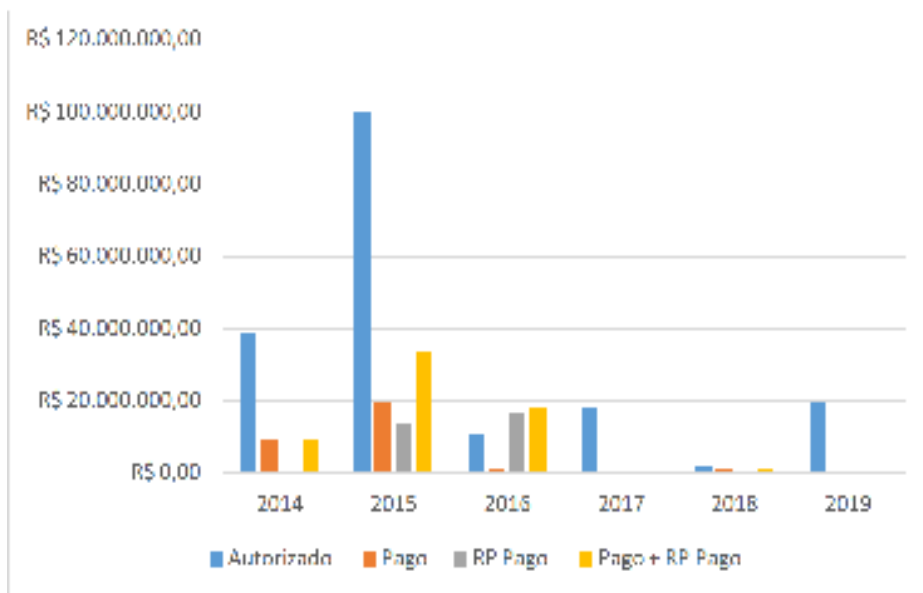
Además de la continua pérdida de presupuesto, cabe destacar la dificultad de la SPM para gastar sus escasos recursos. En los dos últimos PPA, en ninguno de los años la SPM ha logrado alcanzar el 50% de ejecución del recurso autorizado en el año presupuestario vigente. Si consideramos los recursos Pagados + Restantes por Pagar, es decir, la suma de los recursos efectivamente pagados en el ejercicio presupuestario vigente y los recursos pagados con cargo a compromisos contractuales contraídos en años anteriores, la situación es un poco mejor, la ejecución promedio fue del 56%.

La dificultad para realizar el gasto puede estar relacionada con el hecho de que se trata de una nueva política pública, que depende de una red local para ser efectiva: es el compromiso de los estados y municipios de aplicar diversas políticas a través, por ejemplo, de acuerdos con el Gobierno Federal.

## La Casa de la Mujer Brasileña

La Casa de la Mujer Brasileña fue concebida como un servicio público para acoger a mujeres en situaciones de violencia y alta vulnerabilidad, con servicios interdisciplinarios para la derivación de las víctimas. Tuvo su primera asignación presupuestaria en 2014. En 2015, el año de mayor volumen de recursos (alrededor de 100 millones de reales), desembolsó sólo 20 millones de reales, alrededor del 20% de los recursos, y ejecutó el 33% si consideramos lo pagado + restantes por pagar. Desde la creación de esta acción, el gobierno prometió construir 27 casas, una en cada estado del país, pero hasta ahora, sólo se han construido 3 casas, en el Distrito Federal, Mato Grosso do Sul y Paraná. En 2017, esta acción no tuvo recursos, en 2018 ejecutó cerca de R\$ 1,5 millones, y en 2019, nuevamente, no ejecutó nada. El Gráfico 2 muestra el presupuesto de esta acción desde su creación en 2014.

Gráfico 2 - Ejecución financiera de la Casa de la Mujer Brasileña, 2014 a 2019



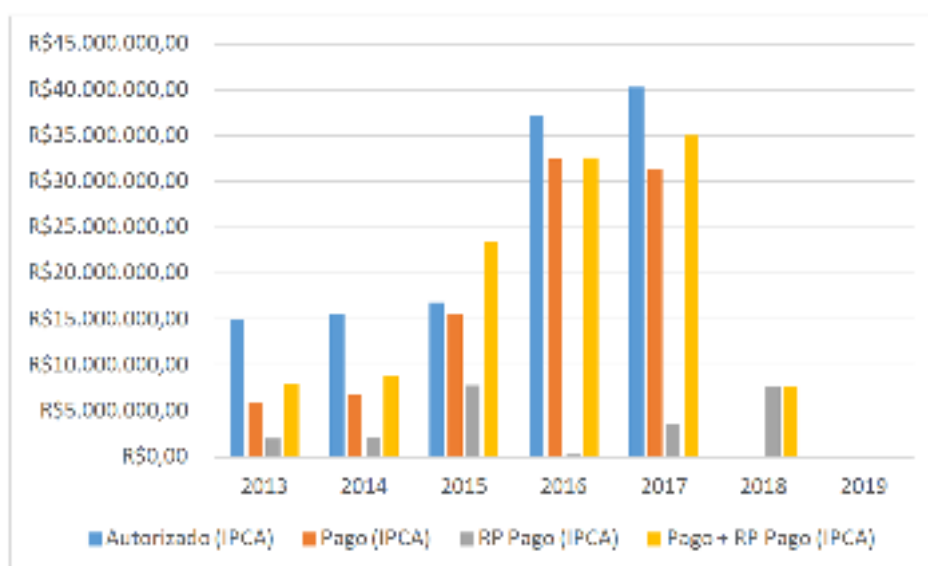
Fuente: Siga Brasil, marzo de 2020.

\*Valores en reales, corregidos por el IPCA. Elaboración propia.

## Ligue 180

El Ligue 180 (llama al 180) es una central telefónica que recibe llamadas de denuncia de violencia doméstica, y recibe en promedio 4 millones de llamadas al año. La ejecución del presupuesto de este servicio siempre ha sido buena, incluso porque es un recurso ejecutado mediante un contrato con una empresa externa. Sin embargo, en 2018 y 2019, esta acción no contaba con recursos autorizados. El Gráfico 3 muestra la evolución de la ejecución financiera de esta acción desde 2013 hasta 2019.

**Gráfico 3: Ejecución financiera de la Central de Llamadas para Mujeres - Ligue 180, 2013 a 2019**



Fuente: Siga Brasil, marzo de 2020.

\*Valores en reales, corregidos por el IPCA. Elaboración propia.

## Presupuesto e igualdad racial

En relación con los recursos autorizados para las poblaciones negra y quilombola, ya para 2015, los recortes presupuestarios que afectaron a la Secretaría de Políticas de Promoción de la Igualdad Racial (SEPPIR) y al Ministerio de Desarrollo Agrario (MDA) fueron del 56,3% y 49,4%, respectivamente<sup>13</sup>. Sin embargo, todavía era posible identificar la relación entre la política pública, la institucionalidad y el presupuesto, una tríada que se derrumbó en los años siguientes.

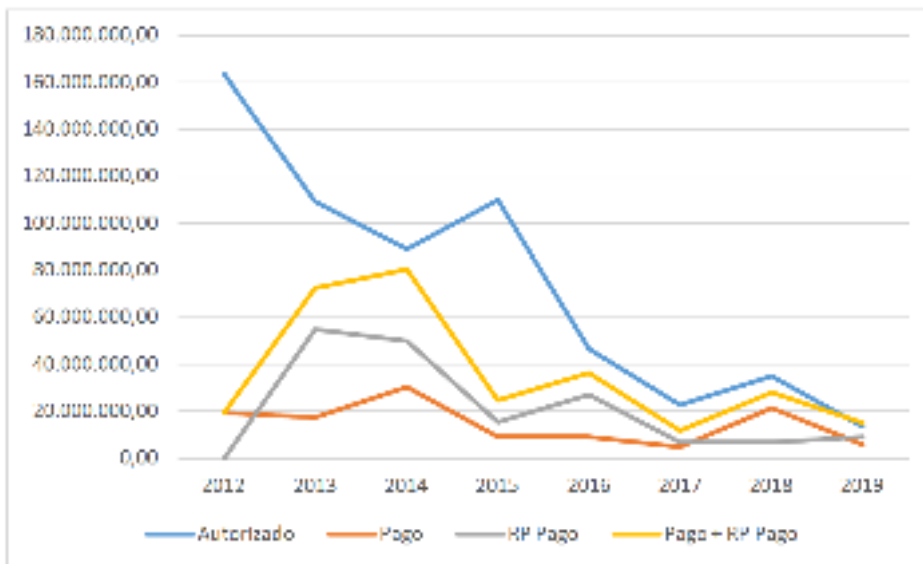
En 2016, comenzó el ataque institucional a los derechos de la población negra y quilombola, con la pérdida del estatus de ministerio de la SEPPIR. Más tarde se creó el Ministerio de Derechos Humanos (MDH), que incorporó los programas de igualdad racial, de las mujeres y de la juventud. Es en ese año que se aprueba la Enmienda Constitucional 95, conocida como la Ley del Techo de Gastos, que congela el gasto público no-financiero por 20 años. En 2017, bajo la égida del CE 95, el recurso autorizado para el Programa 2034: el Programa de Lucha contra el Racismo y Promoción de la Igualdad Racial, se reduce en un 51% en relación con el año anterior, como puede verse en el Gráfico 4.

Si consideramos los dos últimos PPA, en términos reales, en 2019, el recurso de este programa representó sólo el 8% de los recursos autorizados en 2012, es decir, en ocho años, la reducción fue del 92%. El Gráfico 4 presenta la evolución histórica y la incapacidad del Estado para desarrollar una política de igualdad racial que concrete, progresivamente, los derechos de la población negra.

13 Para mayor información ver: <https://www.inesc.org.br/quanto-vale-a-igualdade-racial/>



**Gráfico 4: Ejecución financiera del Programa de lucha contra el racismo y promoción de la igualdad racial, 2012-2019**



Fuente: Siga Brasil.

\*Valores en Reales, corregidos por IPCA. Elaboración propia.

## Consideraciones finales

Romper la lógica machista y racista de la sociedad brasileña es un desafío. Un enfoque intersectorial permite visualizar otros factores que reproducen las desigualdades, lo que puede ayudar a los administradores para la formulación de políticas públicas y la asignación de recursos, pero también para el análisis del sistema tributario. Hay varios impasses para las políticas públicas aún incipientes, que necesitan estructura, personal y recursos. Además, se trata de políticas que mantienen el desafío permanente de capacitar a los administradores y a los propios beneficiarios, puesto que aún existe mucho desconocimiento sobre las desigualdades de género y el racismo institucional.

El escenario brasileño es grave: la construcción del nuevo Plan Plurianual (PPA) 2020-2023 ignoró el II Plan Nacional de Políticas para la Mujer (PNPM), construido a través de cuatro conferencias nacionales, con la participación de más de 2 mil mujeres en cada edición. No se puede percibir las prioridades del II PNPM en el PPA 2020-2023, que tampoco presenta metas e indicadores para monitorear el cumplimiento de resultados. En cuanto a la igualdad racial, el escenario es aún peor: el nuevo PPA 2020-2023 simplemente excluyó a las poblaciones negras y quilombolas, partiendo del concepto de igualdad sin considerar la diversidad del pueblo brasileño y los procesos históricos de violación de derechos que han impactado de manera diferenciada en los grupos sociales.

La Constitución Federal de 1988 y otros mecanismos jurídicos prevén la participación social y la transparencia pública como un derecho de la población. Corresponderá a los movimientos de mujeres y de mujeres negras vigilar los recursos autorizados y defender sus derechos ante el Estado brasileño. *(Traducción ALAI)*.

Carmela Zigoni es asesora política del Inesc.

Nathalie Beghin es coordinadora de la Asesoría Política del Inesc.

# Colombianas reclaman Políticas para sobrevivir y acabar la desigualdad

Daniela Mora Saavedra

Para alcanzar el progreso económico de las mujeres en Colombia se necesitan acciones categóricas que contribuyan a que la igualdad y la equidad entre hombres y mujeres no sea una consigna sino una realidad, observar los problemas estructurales sobre los que se sostienen es importante para transformar este problema que es alimentado por prejuicios, desprotección social y desigualdad generalizada (Pazos, 2013). De allí que, analizar el modelo económico vigente en Colombia ligado a la violencia económica que padecen las mujeres, sirve como insumo para entender cuál es el papel asignado a las mujeres en la economía y la situación de vulneración de sus derechos. A propósito de la conmemoración del Día Internacional de la Mujer Trabajadora, además de seguir insistiendo en la igualdad salarial y la reducción de brechas, se debe resaltar la importancia de exigir políticas que apunten a mejorar la calidad de vida de las colombianas y no perder de vista que, la política económica, laboral, fiscal, en especial el sistema tributario, además de no tener neutralidad con el género, actúan como desencadenantes de la violencia económica que padecen las mujeres en este país.

Los principales obstáculos para que las mujeres gocen de los mismos derechos económicos que los hombres en Colombia están, por un lado; en el modelo de desarrollo económico que ha orientado al país hasta hoy y que redundo en una política económica, laboral y fiscal que no son neutrales al género y que esconde impuestos regresivos y sexistas y, por otro lado, en la división sexual del trabajo que carga con las tareas del cuidado a las mujeres.

Gráfica 1. Núcleo de violencia económica



Fuente: elaboración de la autora

Daniela Mora Saavedra es politóloga, especialista en finanzas públicas. Coordinadora de proyectos y responsable de asuntos de género de Cedetrabajo.

En Colombia, la búsqueda de la igualdad se fija en normas que no se aplican; el país ha suscrito al menos 11 leyes con referencia al empoderamiento económico de las mujeres y su participación en el mercado laboral, además el Estado colombiano ha inscrito algunos convenios internacionales como “La convención sobre la eliminación de todas las formas de discriminación contra las mujeres (CEDAW, 1979) y también “La convención interamericana para prevenir, sancionar, y erradicar la violencia contra las mujeres (Convención de Belém do Pará, 1994). No obstante, las raíces de la discriminación basadas en el género y la desigualdad se mantienen por el papel que se ha asignado arbitrariamente a las mujeres en la economía y debido el contexto de desigualdad “naturalizada” entre personas, empresas y países que demarca la política económica vigente.

Lo anterior sucede porque el manejo de la política económica se ha orientado para mantener beneficios a un grupo reducido de empresas y personas, que para mantener sus privilegios, conducen al resto de la población hacia todo tipo de dificultades mediante prácticas deshonestas, como la corrupción, el fraude, la evasión o elusión de impuestos. Esto es especialmente nocivo para consolidar sistemas de bienestar social que contribuyan a descargar a las mujeres del trabajo doméstico y ocupar trabajos de calidad.

## El desafío de sobrevivir a las políticas excluyentes del mercado laboral

En Colombia, los problemas del mercado laboral se profundizan para la población en general, y particularmente para las mujeres; esto sucede tanto por los estereotipos de género existentes en la sociedad que se reflejan en políticas excluyentes en el mercado laboral (en los trabajos remunerados como en los no remunerados como el trabajo doméstico), también porque persiste la discriminación salarial, la precariedad y la pobreza femenina. 2019 fue el cuarto año consecutivo con aumento del desempleo, ubicándose en 10,5%. Las deficiencias estructurales están a la orden del día y se acompañan de una elevada informalidad, baja remuneración y problemas para el acceso a la seguridad social completa (salud + pensión).

De acuerdo con las estadísticas del DANE (Departamento Administrativo Nacional de Estadística), para 2019 las mujeres en Colombia representaron el 51% del total de la población. No obstante, las colombianas tienen una brecha salarial de 18,1% con respecto de los hombres, su tasa de desempleo bordea el 14% para 2019 y 23% para las mujeres jóvenes. En adición, para 2019, su participación laboral continuó concentrándose en actividades de baja calidad y mayor informalidad como comercio, hoteles, restaurantes (33,4%) y servicios sociales, comunales y personales (31,7%). Esto permite observar que, en efecto, para las mujeres sigue siendo mucho más difícil alcanzar plenas garantías laborales y lleva a plantearse dos cuestionamientos: en primer lugar, sobre lo que entendemos por trabajo de la mujer, y, en segundo lugar, sobre cómo se garantiza su derecho al trabajo.

**Tabla 1. Tasa de desempleo por sexo**

Tasa de desempleo	2015	2016	2017	2018	2019
Hombres	6,7	7,1	7,2	7,4	8,2
Mujeres	11,8	12,0	12,3	12,7	13,6
<b>Brecha (en puntos porcentuales)</b>	5,1	4,9	5,1	5,2	5,5

Fuente: Cedetrabajo con datos del DANE

Para responder a lo anterior, como primer aspecto, hay que señalar que las políticas que los distintos gobiernos han implementado se han concentrado en favorecer la precariedad de manera generalizada. En ese marco, hablar de la reducción de brechas entre hombres y mujeres

como un gran avance se hace insuficiente, puesto que, aunque las brechas puedan estrecharse, las cifras permiten analizar que esto no sucede por la creación de nuevos empleos a los que las mujeres acceden, sino porque las condiciones del mercado laboral desmejoran en general. De acuerdo con las estadísticas de mercado laboral del Departamento Nacional de Estadística (DANE), durante 2019 en Colombia se destruyeron 170.000 puestos de trabajo, de los cuales de cada 10, 6 eran ocupados por mujeres. Si en los análisis de mercado laboral se incluyeran este tipo de datos en el país, debería hablarse de una brecha de “aniquilación de puestos de trabajo” entre hombres y mujeres del 49,4%. Imposible garantizar la igualdad si las políticas arruinan empleos ya existentes.

Adicionalmente, las reivindicaciones por la absorción de fuerza de trabajo femenina en Colombia son más que vigentes. De cada 10 personas que están en edad de trabajar, 5 son mujeres. De cada 10 personas que están disponibles para trabajar, 4 son mujeres y de cada 10 desocupados, 6 son mujeres. Como hecho a resaltar, uno de los aspectos más ligados a la exclusión de las mujeres en el mercado laboral es la cuestión de la inactividad: las colombianas representan el 65,1% de los inactivos del país dentro de los cuales 5.544.000 de ellas están en oficios del hogar, actividades que no son remuneradas, ni reconocidas por el Estado, lo que quiere decir que de cada 10 personas inactivas 7 son mujeres y de cada 10 mujeres que están inactivas, 6 están dedicadas a los oficios del hogar.

**Tabla 2. Brecha de participación laboral**

Tasa Global de Participación (TGP)	2015	2016	2017	2018	2019
Hombres	75,2	74,9	74,8	74,6	73,9
Mujeres	54,8	54,5	54,5	53,8	53,1
Brecha (en puntos porcentuales)	-20,4	-20,3	-20,3	-20,9	-20,8

Fuente: Cedetrabajo con datos del DANE

**Tabla 3. Ocupación por sexo**

Tasa de ocupación	2015	2016	2017	2018	2019
Hombres	70,1	69,6	69,4	69,1	67,9
Mujeres	48,3	48,0	47,8	47,0	45,9
Brecha (en puntos porcentuales)	-21,8	-21,6	-21,6	-22,1	-22,0

Fuente: Cedetrabajo con datos del DANE

Otra cara de la discriminación se evidencia en la subvaloración de capacidades y la retribución. Según las cifras del Ministerio del Trabajo del año 2018, mientras el salario medio de los hombres fue de \$ 1.143.168 para las mujeres fue de \$ 967.791. Adicionalmente, aunque las mujeres en Colombia tienen un mayor nivel educativo, cuentan con una menor participación. El promedio de educación de las mujeres ocupadas es de 10 años, mientras que el de los hombres es de 8,8 años.

**Tabla 4. Nivel educativo y ocupación por sexo 2019**

Nivel educativo ocupados	Hombres	Mujeres
Ninguno	49,0%	36,8%
Bachiller	32,3%	34,1%
Técnico o tecnológico	8,8%	13,7%
Universitario	6,8%	10,8%
Postgrado	3,0%	4,6%

Fuente: Cedetrabajo con datos del DANE

En cuanto a los tiempos de trabajo y la paridad, tanto en los empleos productivos como reproductivos se observa que las colombianas siguen estando cargadas con las labores del cuidado. Para 2019, en el país se trabajó un promedio de 58,2 horas a la semana, de las cuales el trabajo remunerado ascendió a 44,3 horas y los oficios del hogar y actividades del cuidado en 18,2 horas. Para los hombres, las horas semanales de trabajo promedio son de 54,4 horas, en ese sentido el trabajo remunerado asciende a 47,7 horas y los oficios del hogar y actividades del cuidado llegan a 10,4 horas. Por su parte las mujeres en Colombia trabajan 63,6 horas, 9,2 horas más que los hombres, por lo tanto el trabajo remunerado llegó a 39,5 horas (8,2 horas menos que los hombres) y las actividades del cuidado a 25,7 horas a la semana (15 horas más que los hombres).

Las discriminaciones y desigualdades que se van produciendo y agudizando durante la vida laboral de las mujeres, también se ven reflejadas en la inequidad del sistema pensional. Mientras el 58,3% de los cotizantes a pensión son hombres, tan solo 41,7% son mujeres y según la CEPAL, solo el 20,5% de las mujeres mayores a 57 años accede a una pensión.

Todo este andamiaje de precarización en el mercado laboral colombiano que recae con mayor fuerza en las mujeres, permite concluir que en el país se siguen implementando políticas que no sirven para que las mujeres adquieran independencia económica y, por el contrario, perpetúan las divisiones sexuales del trabajo y los roles de género.

## **Si la política económica no es neutra, la política fiscal y el sistema tributario tampoco lo son**

Dado que en Colombia la generación de riqueza y su distribución no han sido adecuadas, los distintos gobiernos han implementado aproximadamente cada dos años una nueva reforma tributaria; específicamente en el 2020, el país cuenta con la reforma número catorce en menos de tres décadas. Estas reformas han profundizado impuestos indirectos como el IVA, que hoy tiene un peso del 27,6% del recaudo tributario y que en el Estatuto Tributario gravó los productos de higiene menstrual con tarifa plena, como si se tratase de “bienes de lujo” o cosméticos.

Dichas reformas, mantuvieron abiertamente sus impuestos sexistas con sesgos explícitos de género, en contravía de los principios de equidad y progresividad. Fue mediante la campaña Menstruación Libre de Impuestos, y no por voluntad política, que dicha realidad se modificó. En 2018, la Corte Constitucional declaró como bienes exentos a toallas y tampones<sup>1</sup>. El siste-

<sup>1</sup> Mediante el Grupo de Género y Justicia Económica de la Red por Justicia Tributaria en Colombia, en el marco del debate de la reforma tributaria del 2016, se elaboró una proposición legislativa para lograr la declaratoria de estos productos como exentos del IVA. El Congreso negó la exención, pero aprobó la disminución del impuesto del 16% al 5%, lo que evitó que las colombianas tuvieran que pagar \$25.000 pesos (aprox. US\$ 6,25) más (de forma individual y \$ 64 mil millones de pesos (US\$ 16 millones) adicionales de recaudo total por concepto de IVA (Moreno, 2016). Posteriormente, en 2017 se realizó una demanda por inconstitucionalidad, cuyo objetivo fue

ma tributario colombiano también mantiene otros tipos de sesgos que pueden esconderse en aspectos como: el consumo diferencial, impacto de aumentos en las tarifas del IVA, la ampliación de la base gravable en renta sobre los ingresos de las mujeres, carga tributaria de bienes y servicios básicos, entre otros.

Para concluir, como muestran los datos, las mujeres en Colombia necesitan políticas que les permitan sobrevivir y frenar las causas de la desigualdad. Insistir en la garantía de los derechos económicos de las mujeres y la transformación de los estereotipos y prejuicios que le otorgan un rol determinado en la economía, son asuntos que deben ser atendidos para avanzar como sociedad, pues la subvaloración de capacidades, la descalificación de la mano de obra, el no reconocimiento del trabajo del cuidado y su aporte a la productividad, -cuyo peso se calcula en 20% del PIB- impactan de forma negativa al bienestar general.

Por estos motivos, es preciso exigir un modelo económico, una política fiscal y un sistema tributario que no profundicen las desigualdades y actúen como verdadero motor de desarrollo. Sólo así se podrán contrarrestar las violencias y garantizar el goce efectivo de los derechos de las mujeres en Colombia.

#### Referencias

Moreno, N. (2018). “¿Cómo afecta la reforma tributaria a las mujeres? Seminario de política fiscal y género”. Universidad del Rosario.

La Silla Vacía (2016). “Menstruación libre de impuestos”. Disponible en la web: <https://lasillavacia.com/silla-llena/red-de-las-mujeres/historia/menstruacion-libre-de-impuestos-59238>

Pazos, M. (2013). “Desiguales por ley. Las políticas públicas contra la igualdad de género”. Madrid.

---

solicitar a la Corte Constitucional la declaratoria de inconstitucionalidad del IVA a los productos de higiene mensual, es decir ir por el 0%. Finalmente, en noviembre del año 2018 la Corte Constitucional retomó la discusión dando como resultado un fallo que ordena la eliminación del IVA a toallas higiénicas y tampones mediante la sentencia C 117/18, beneficiando a 18 millones de colombianas en edad reproductiva.





# Nicaragua: Cargas impositivas injustas discriminan a las mujeres

---

Luisa Molina  
Marilea Reynosa

**D**urante la Jornada Nacional por los Derechos de las mujeres nicaragüenses, celebrada entre el 25 de noviembre de 2019 y finalizada el 8 de marzo de 2020, a propósito del Día Internacional de la Mujer, en conjunto con varios movimientos sociales de mujeres y unidad nacional, reafirmamos nuestro compromiso por contribuir a hacer realidad la vigencia de los derechos de las mujeres en Nicaragua. Desde la Coordinadora Civil, cada año las mujeres, jóvenes, profesionales, rurales, campesinas y de pueblos originarios reafirmamos nuestro compromiso por contribuir a hacer realidad la vigencia de los derechos de las mujeres en Nicaragua.

La aprobación de Leyes y políticas de Estado hasta hoy no ha fortalecido los derechos humanos de las mujeres, ni ha disminuido su vulnerabilidad integral, producto del debilitamiento de los instrumentos legales; que empieza con Ley 779, Ley Integral contra la Violencia hacia la Mujer y termina con la Ley 822 de Concertación Tributaria y sus reformas tanto a la Ley como a su reglamento en el 2019.

## Fiscalidad

En Nicaragua, la equidad de género está respaldada por el principio constitucional en el artículo 27 de la Carta Magna y por la Ley 648 de Equidad de Derechos y Oportunidades. Algunas políticas fiscales pueden tener incidencias diferenciadas entre hombre y mujeres, siendo ellas las más perjudicadas.

La Ley de Reformas y Adiciones a la Ley de Concertación Tributaria, está considerada como una de las peores violencias hacia los derechos de las mujeres por el aumento de las tasas y derogación de las exoneraciones, principalmente a los productos industrializados de la canasta básica, alimentos de mayor demanda, artículos del hogar y productos específicos de uso y consumo exclusivo de las mujeres, afectando de esta manera al pilar familiar, representado por mujeres en casi un 80% de los hogares de Nicaragua en donde ellas son el sostén principal o la cabeza de familia.

Con la aprobación de una serie de leyes relacionadas con la política fiscal y financiera, Nicaragua se convierte en uno de los países con mayor desigualdad e inequidad económica y social. La regresividad de su política asegura privilegios fiscales al grupo del 10% más rico de Nicaragua. El sistema tributario claramente beneficia a un sector y por otro lado, aplica impuestos onerosos al consumo del agua, energía y combustible, afectando a las parcelas más vulnerables y empobrecidas.

---

Luisa Molina y Marilea Reynosa: Coordinadora Civil, Mesa de Género, Fiscalidad y Género.

El costo de la canasta básica y la carga impositiva es insostenible y puede verificarse fácilmente haciendo un balance entre el ingreso de las familias con trabajo informal: el 80% de la PEA. El costo actual de la canasta básica es de C\$15,000.00, aproximadamente unos USD\$400, cuando el ingreso promedio por familia mensual es de C\$7,000.00 o su equivalente en dólares, alrededor de USD\$180. Por lo tanto, las familias priorizan alimento, salud infantil y abandonan todo lo referido al crecimiento, ahorros, salud de adultos y recreación. En esta descripción, no incluimos la población rural y Costa Caribe, con las cuales no es posible realizar un análisis concreto por falta de información, ya que ambas poblaciones están en permanente migración del campo a otras ciudades y a otros países. La situación de los pueblos indígenas es más dramática, en su mayoría han cruzado a Honduras, abandonando sus propiedades a causa de la amenaza de los colonos del Pacífico.

## **Afectaciones de las reformas fiscales y sus perjuicios hacia las mujeres**

La no aplicabilidad de deducciones en el IR: el artículo 21 de la LCT estableció la deducción en restas de trabajo, pero esta norma no se aplica al cumplimiento de tal disposición, es una evidente transgresión a la equidad de género en la fiscalidad, siendo un país donde gran parte de los hogares son monoparentales y la madre es quién sustenta la familia.

Otro asunto relevante es en el caso de las cargas fiscales en el lugar de trabajo de la mujer. Las empresas tienen mayores ventajas y deducciones en incentivos fiscales que las mismas trabajadoras.

Impacto oculto en la seguridad social. En el año 2015, el 46% de los asegurados eran mujeres, esto revela que el sector femenino representa gran parte de la población económicamente activa, sin embargo, continúa en desventaja, ya que muchas de ellas se encuentran realizando empleos informales y carecen de protección tanto ante las contingencias de la vida como en el ámbito laboral. Los hombres, por otro lado, suelen ocupar mejores posiciones y promedios salariales más elevados que las mujeres, por lo tanto gozan en mayor cantidad del efecto del salario máximo cotizante.

Gravamen a productos del hogar. El artículo 127 de la LCT exonera del IVA ciertos productos de la canasta básica mientras que otros no gozarán del este beneficio. Es posible revisarlos en la lista del Impuesto Selectivo de Consumo (ISC) donde existen gravámenes para una serie de productos de uso doméstico. Esta determinación constituye un perjuicio para las economías familiares lideradas por mujeres.

Impuesto Rosa. El denominado “Impuesto Rosa” se utiliza para identificar cómo las mujeres pagan más impuestos al consumo que los hombres. Incluso con el valor de un 15% de IVA, la mujer abona más impuesto que el hombre, porque de todas maneras, los “productos femeninos” tienen un mayor valor en comparación.

## **Conclusiones**

La política fiscal debe ser analizada con enfoque de género y no sólo desde la perspectiva del ingreso. Es importante que futuras reformas lo consideren y que pongan en práctica las ya establecidas en la Ley, para que las mujeres no carguen con las mayores responsabilidades tributarias en nuestro país.

En la actualidad, las mujeres tienen mayor acceso a ingresos propios, su participación en el ámbito laboral aumentó aunque la remuneración sigue siendo desigual. En Nicaragua, las mu-

eres se concentran aproximadamente del 70% al 75% en empleos informales. Pero no tienen condiciones laborales dignas ni cuentan con seguro social y tienen una responsabilidad desproporcionada en las tareas domésticas y los cuidados no remunerados. Cuidar, asear y cocinar siguen siendo asuntos de mujeres. El trabajo no remunerado es realizado en su mayoría por mujeres limitando sus oportunidades de educación, capacitación o empleo e imposibilitando su empoderamiento económico.

## Propuestas

1. Identificar los pilares políticos, sociales y económicos sobre los que se debe sostener una propuesta de igualdad y equidad económica y social hacia las mujeres, tomando en cuenta la modernidad y avances tecnológicos del siglo XXI, así como desarrollar el debate del modelo económico para la sostenibilidad económica de ellas. Fuera de las ideologías actuales y centrándose en las realidades.
2. Desarrollar el plan de desobediencia fiscal nacional.

## Bibliografía

Manual Reforma Tributaria 2019, 16 de julio 2019, <https://www.iniet.org/manual-reforma-tributaria-2019/>

“En Nicaragua la equidad de género está respaldada por principio constitucional en el artículo 27 de la Carta Magna...”. <https://www.laprensa.com.ni/2016/12/12/economia/2148824-sabias-que-la-fiscalidad-tiene-rostro-de-mujer>, Dec 12, 2016.

Entrevista a María Félix Estrada, Justicia Fiscal y Género - Publicado el 6 Mar, 2017. [https://issuu.com/oxfamin-termonenvalencia/docs/mar\\_a\\_f\\_l\\_ix\\_estrada](https://issuu.com/oxfamin-termonenvalencia/docs/mar_a_f_l_ix_estrada)

La injusticia fiscal tiene cara de mujer, 6 mar 2018. [https://elpais.com/elpais/2018/03/05/planeta\\_futuro/1520255239\\_101687.html](https://elpais.com/elpais/2018/03/05/planeta_futuro/1520255239_101687.html), “Al mismo tiempo, la opinión pública ve que muchas multinacionales pagan apenas una parte de los impuestos que les corresponden...”

Lograr la igualdad entre los géneros y empoderar a todas las mujeres y niñas, 5 oct 2019. <https://www.ni.undp.org/content/nicaragua/es/home/sdgooverview/post-2015-development-agenda/goal-5.html>



# ¡Más motivadas que nunca!

---

Marie Antonelle Joubert

*Las Jornadas Mundiales de Acción “¡Por un sistema fiscal feminista!” vienen reclamando Justicia Fiscal para la igualdad de género, aunque el espacio para la sociedad civil se haya reducido drásticamente.*

Por cuarto año consecutivo, la Alianza Global por la Justicia Fiscal (GATJ) y sus redes regionales (RFJLAC, TAFJA en Asia, TJNA en África, TJ-E en Europa, FACT Coalition y C4TF en Norte América), llevan a cabo sus Jornadas Mundiales de Acción “¡Por un sistema fiscal feminista!”, en marzo. **Estas Jornadas son el hito (la cumbre) anual de una campaña exigiendo Justicia Fiscal por la Igualdad de Género.**

Esta campaña, estimulada por un grupo internacional bien determinado y súper colaborativo, que reúne alrededor de GATJ unas 60 feministas y fiscalistas de más de 30 países, viene empujando 5 demandas principales:

- **Demanda 1.** Detener los flujos financieros ilícitos y prácticas fiscales perjudiciales que facilitan la evasión fiscal y están sesgados hacia los países ricos, las corporaciones multinacionales y los ricos. Incluyendo a través del establecimiento de un organismo intergubernamental inclusivo de impuestos globales de la ONU, donde todos los países tienen un asiento en la mesa e igual voz en la determinación de las normas fiscales internacionales.
- **Demanda 2.** Reducir las cargas fiscales injustas sobre las mujeres y adoptar impuestos progresivos y justos -inclusive nuevas formas de impuestos sobre el capital y la riqueza- combinados con una menor dependencia de impuestos al consumo que perjudican a los pobres, entre los cuales la mayoría son mujeres.
- **Demanda 3.** Eliminar el sesgo de género y la discriminación en las políticas tributarias para cumplir con los compromisos macroeconómicos de la Declaración de Beijing, que pidió a las naciones “revisar y modificar las políticas macroeconómicas, especialmente las políticas fiscales, para abordar las causas estructurales de la pobreza y reducir la desigualdad de género”, incluso a través de la práctica de presupuestos de género para garantizar que los ingresos fiscales se recaudan y gastan de manera que promuevan la igualdad de género.
- **Demanda 4.** Garantizar que las políticas fiscales y tributarias reconozcan y sirvan para representar, reducir y redistribuir el trabajo de cuidado no remunerado.
- **Demanda 5.** Aumentar la asignación de ingresos fiscales para servicios sociales sensibles al género.

Se unen a la campaña las organizaciones miembros de dicho grupo de trabajo sobre Tributación y Género, y aliados como la Internacional de Servicios Públicos (ISP), Association for Women’s Rights in Development (AWID), Center for Economic and Social Rights (CESR), ActionAid, Christian Aid, Oxfam, Tax Justice Network (TJN) y Womankind Worldwide.

---

Marie Antonelle Joubert, Alianza Global por la Justicia Fiscal.

Se lanza siempre en el Día Internacional de la Mujer (8 de marzo) y coincide con la sesión de la Comisión de la Condición Jurídica y Social de la Mujer de las Naciones Unidas (CSW). Este año, la 64ª sesión de la CSW se iba a celebrar del 9 a 20 de marzo, en las Naciones Unidas en Nueva York.

Es crucial el año 2020 por la igualdad de género (y su financiamiento), porque 2020 marca el 25º aniversario de la adopción de la Declaración y Plataforma de Acción de Beijín, una serie de compromisos muy ambiciosos para promover la igualdad de género. 2020 también representa un hito de cinco años para alcanzar los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

Lo cual significa una oportunidad importante para evaluar los desafíos que afectan la implementación de la Plataforma de Beijín y los ODS: la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres. La reunión del CSW iba a ser **una oportunidad crítica para avanzar en nuestro llamado de exigencia global** para que los gobiernos maximicen los recursos disponibles a través de **impuestos justos y progresivos para financiar servicios públicos y sistemas de protección social sensibles al género.**

Pero a principios de marzo de 2020, la ONU anunció que la 64ª sesión de la CSW cambiaría su formato debido a las preocupaciones con respecto al COVID-19. La Comisión se reunió el 9 de marzo para una reunión de procedimiento para adoptar el proyecto de Declaración Política y la acción sobre cualquier otro proyecto de resolución. La sesión se suspendió hasta nueva notificación. No hubo debate general y todos los eventos paralelos fueron cancelados, incluso los nuestros.

Esto, por supuesto, impacta en la participación de la sociedad civil y la capacidad de asistir a la CSW como un espacio clave para la toma de decisiones y políticas de la ONU. Esto significó menos voz para la sociedad civil, lo que significa que necesitamos hacer más “ruido” digitalmente y en los medios.

Ya que, de toda forma, tenemos menos recursos que las multinacionales para nuestro trabajo de incidencia, **¿por qué no nos tomamos esta cuarentena como una oportunidad de desarrollar nuestra fuerza de comunicación?**

Para empezar, los miembros del grupo de trabajo de GATJ sobre impuestos y género tomaron la decisión de convertir su evento del CSW en un seminario web que se celebró al mismo tiempo que el evento paralelo se habría celebrado el 13 de marzo. El seminario web se tituló “Reviviendo la agenda macroeconómica descuidada de Beijing: justicia fiscal para los derechos de las mujeres”.

Al suspenderse el espacio de incidencia “hasta nueva notificación”, pretendemos empujar nuestras notificaciones: notificaciones de sensibilización del público en general, sobre nuestras demandas y nuestra campaña, en **una iniciativa continua para tener una perspectiva de género en todo lo que hacemos para mantener viva la campaña por Justicia Fiscal durante todo el año.**

Con o sin cuarentena, cada año, cientos de miles de millones de dólares de ingresos públicos se pierden a través de flujos financieros ilícitos y fuga de capitales a través de la evasión fiscal por parte de las empresas multinacionales. Esto priva a los gobiernos de recursos que necesitan para financiar servicios públicos, protección social e infraestructura para reducir las desigualdades. Las mujeres marginadas y las que viven en la pobreza son las más afectadas. En segundo lugar, las políticas fiscales regresivas y discriminatorias utilizadas para aumentar los ingresos del gobierno siguen teniendo impactos negativos en las personas pobres, especialmente en las mujeres. Además, el trabajo de cuidado no remunerado, realizado principal-

mente por mujeres, sigue invisible en la economía. Los gobiernos deben actuar por la justicia fiscal para reconocer, reducir y redistribuir el trabajo de cuidado no remunerado; recaudar ingresos fiscales de manera progresiva y justa en función del género, como una forma sostenible de financiar los compromisos para poner fin a la pobreza y reducir la desigualdad.

## La justicia fiscal debe ser una realidad vivida para mujeres y niñas en todas partes. Es hora de mostrarlo, y demostrarlo... online, por ahora.

Es contra este contexto que la Alianza Global por la Justicia Fiscal (GATJ) actúa como una frente de unión para los movimientos globales de justicia fiscal y de derechos de las mujeres, reuniendo a grupos de la sociedad civil en coaliciones a nivel nacional, regional e internacional, en su campaña “¡Por un sistema fiscal feminista!”, empujando la promoción de soluciones alternativas para ayudar a los esfuerzos individuales a lograr una mayor visibilidad e impacto. La campaña debe servir como una oportunidad para destacar los problemas fiscales que afectan a las mujeres; alentar la justicia fiscal para ser una parte integral de las luchas por los derechos de las mujeres; y hacer que la justicia fiscal sea más relevante para la gente común y sus familias, reflejando las voces de personas reales. También brinda una oportunidad para fortalecer y diversificar el movimiento de justicia fiscal, al acercar los dos movimientos para vincular la justicia fiscal con la realización de la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres y las niñas.

### Objetivos de la campaña:

1. Posicionar cada vez más la justicia fiscal como parte integral de la lucha por los derechos de las mujeres y la igualdad de género en la política y en audiencias públicas.
2. Enseñar a los líderes nacionales que sus ciudadanos no aceptarán la creciente desigualdad, y que hay personas comunes que se opondrán al statu quo injusto.
3. Desarrollar el poder de los activistas de todo el mundo para hacer campaña contra la desigualdad y hacer que la élite y las empresas rindan cuentas de forma más efectiva en la próxima década.
4. Estimular las organizaciones implicadas en estos temas a tomar medidas para que la justicia fiscal financie los derechos de las mujeres.
5. Influir en el cambio y la práctica de políticas fiscales para promover la igualdad de género y los derechos de las mujeres.

