


IMPUESTO   
2019

ROSA 



FOCUS   
market

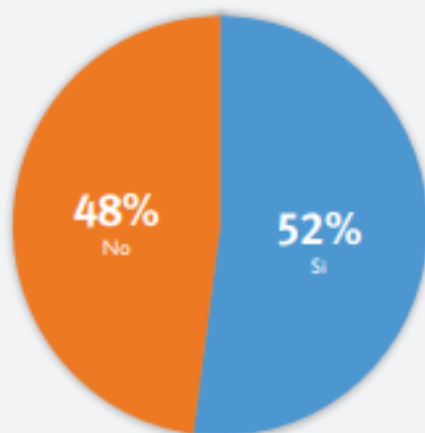




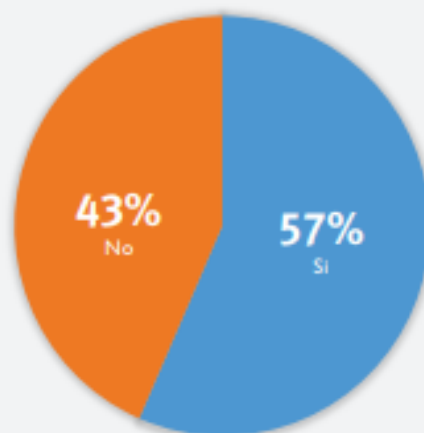
Confederación Argentina de la Mediana Empresa

1- DE ACUERDO A LA LEY, LOS HOMBRES Y LAS MUJERES TIENEN LOS MISMOS DERECHOS.  
EN SU OPINIÓN, ¿EN ARGENTINA, HOMBRES Y MUJERES SON IGUALES ANTE LA LEY?

**2018**

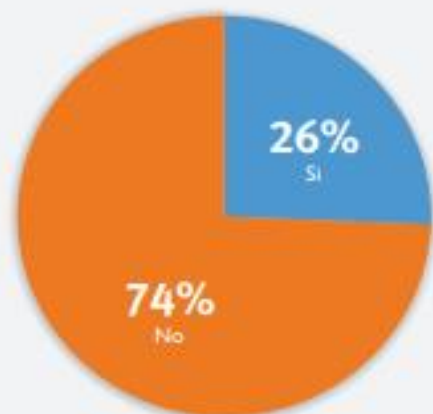


**2019**

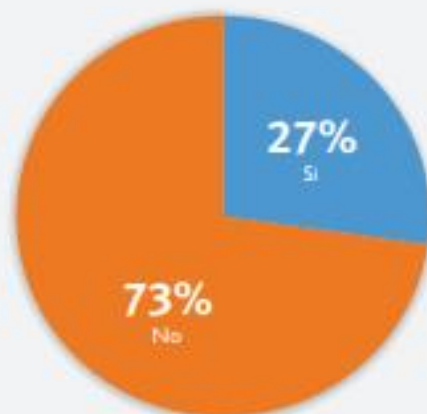


2- ¿EN ARGENTINA USTED CREE QUE LAS MUJERES TIENEN LAS MISMAS OPORTUNIDADES QUE LOS HOMBRES?

**2018**

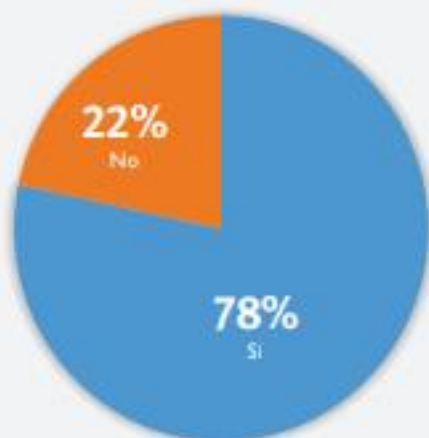


**2019**

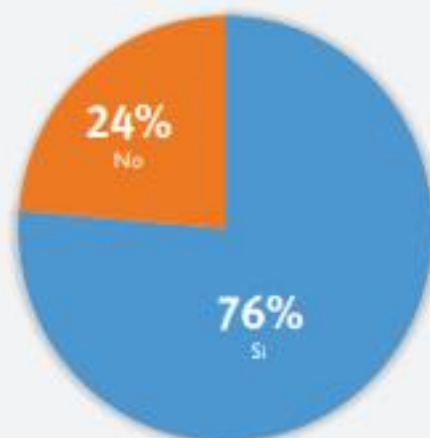


3- ¿EN EL CAMPO LABORAL USTED PIENSA QUE HAY DIFERENCIAS ENTRE EL HOMBRE Y LA MUJER PARA ACCEDER A NIVELES JERÁRQUICOS A NIVEL DE GESTIÓN PÚBLICA O EMPRESARIA?

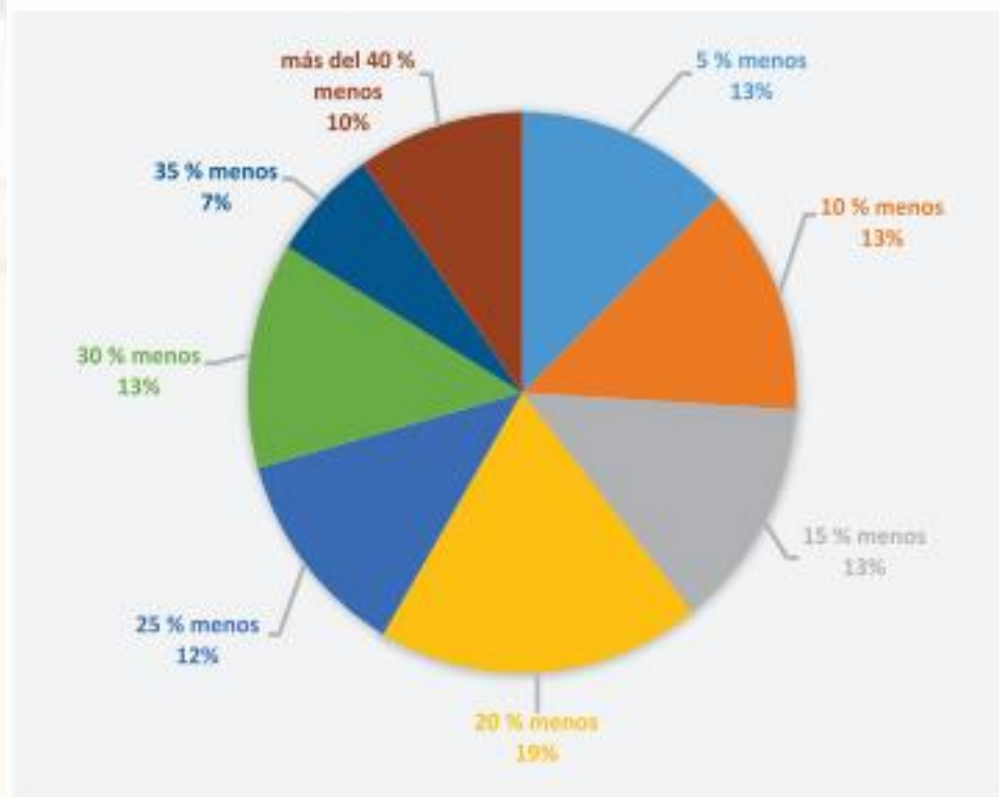
**2018**



**2019**

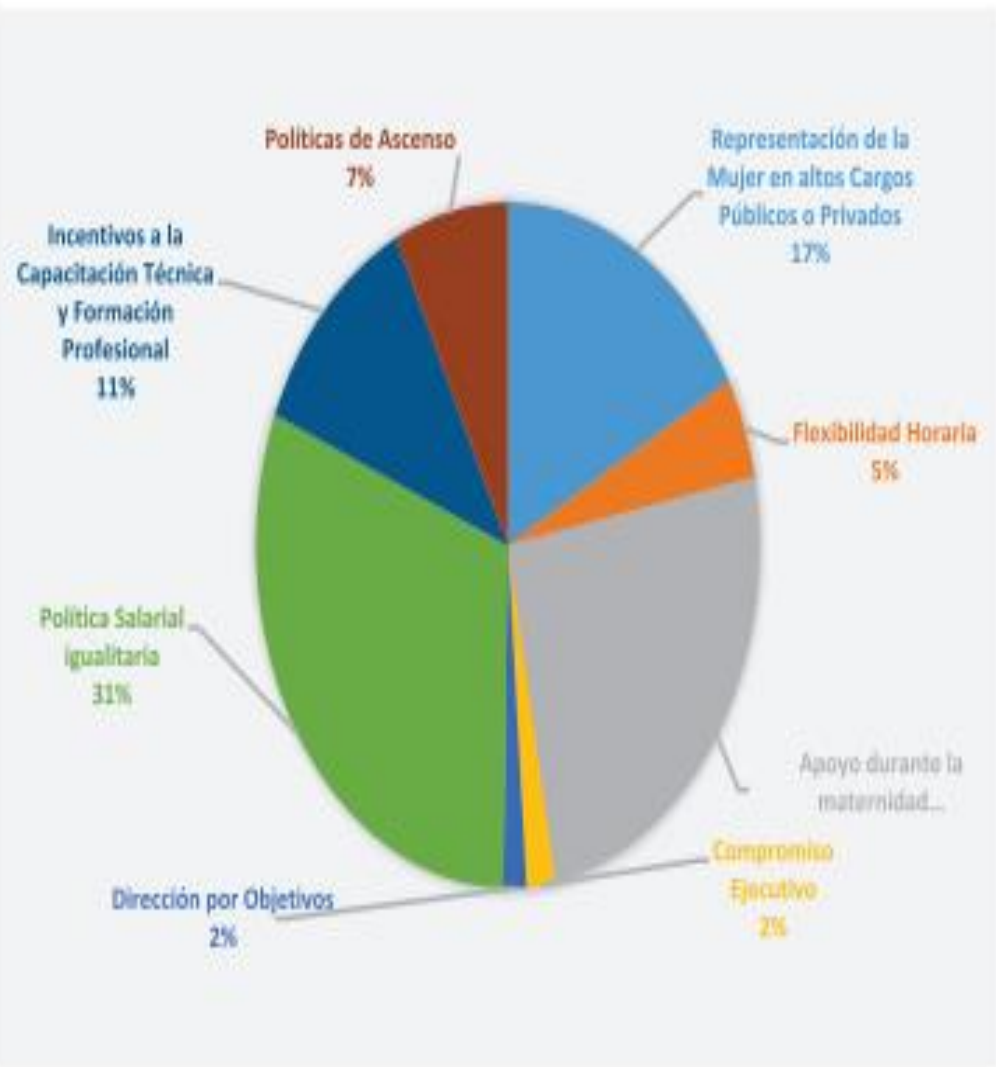


#### 4) EN EL CAMPO LABORAL CUÁL ES LA BRECHA SALARIAL ENTRE EL HOMBRE Y LA MUJER?

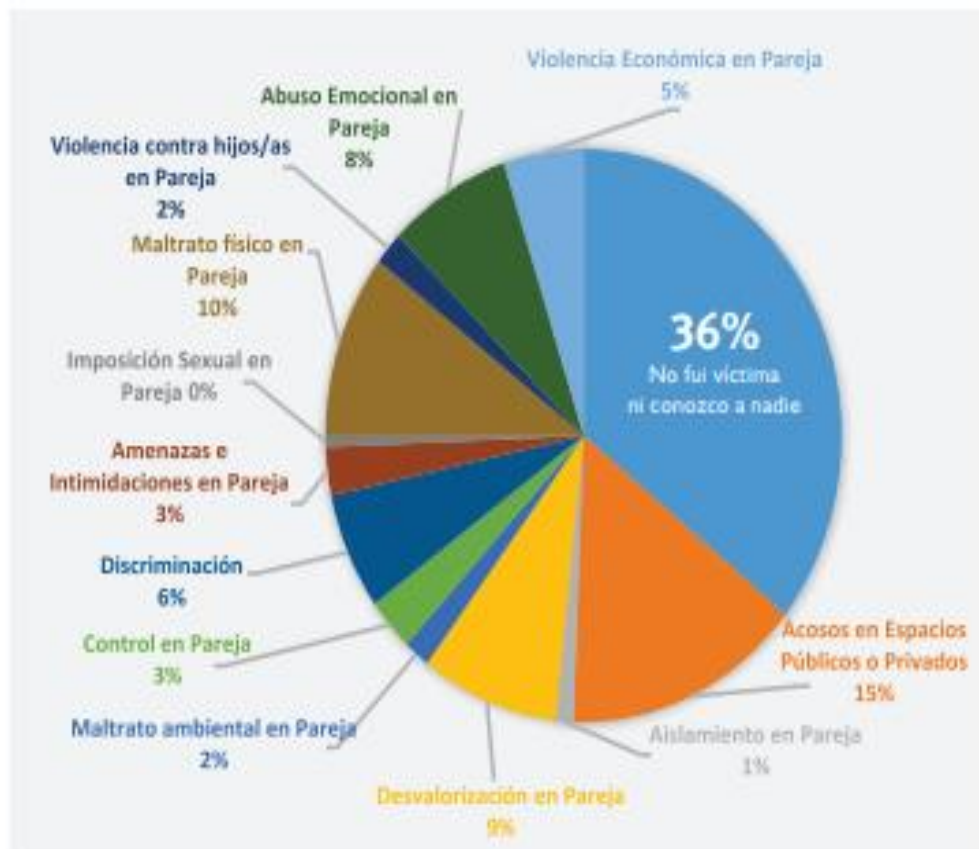




5) ¿QUE INICIATIVAS A LA DIVERSIDAD DE GÉNERO PIENSA QUE TIENEN MÁS IMPORTANCIA EN ARGENTINA POR ORDEN DE PRIORIDAD?



7) ¿USTED FUE VÍCTIMA O CONOCE A ALGUIEN QUE HAYA SIDO VÍCTIMA DE ALGUNO DE ESTOS TIPOS DE VIOLENCIA DE GÉNERO?



# Informe sobre la paridad entre ambos sexos (World Economic Forum)

Table 3: Global rankings, 2018

Country	GLOBAL INDEX		ECONOMIC PARTICIPATION AND OPPORTUNITY		EDUCATIONAL ATTAINMENT		HEALTH AND SURVIVAL		POLITICAL EMPOWERMENT	
	Rank	Score (0–1)	Rank	Score (0–1)	Rank	Score (0–1)	Rank	Score (0–1)	Rank	Score (0–1)
Iceland	1	0.858	16	0.793	39	0.999	121	0.968	1	0.674
Norway	2	0.835	11	0.806	41	0.999	95	0.972	3	0.563
Sweden	3	0.822	9	0.808	52	0.998	115	0.969	7	0.512
Finland	4	0.821	17	0.786	1	1.000	60	0.977	6	0.519
Nicaragua	5	0.809	69	0.679	36	1.000	1	0.980	2	0.576
Rwanda	6	0.804	30	0.743	109	0.961	90	0.973	4	0.539
New Zealand	7	0.801	23	0.761	1	1.000	107	0.970	9	0.472
Philippines	8	0.799	14	0.801	1	1.000	42	0.979	13	0.416
Ireland	9	0.796	43	0.725	57	0.996	111	0.970	8	0.493
Namibia	10	0.789	12	0.804	42	0.999	1	0.980	20	0.375
Slovenia	11	0.784	15	0.795	29	1.000	1	0.980	22	0.361
France	12	0.779	63	0.685	1	1.000	78	0.974	10	0.458
Denmark	13	0.778	38	0.734	1	1.000	100	0.971	15	0.406
Germany	14	0.776	36	0.734	97	0.976	85	0.973	12	0.418
United Kingdom	15	0.774	52	0.705	38	0.999	110	0.970	11	0.421
Canada	16	0.771	27	0.748	1	1.000	104	0.971	21	0.365
Latvia	17	0.758	10	0.807	1	1.000	1	0.980	42	0.246
Bulgaria	18	0.756	50	0.708	87	0.989	42	0.979	25	0.346
South Africa	19	0.755	91	0.645	72	0.992	1	0.980	17	0.404
Switzerland	20	0.755	34	0.739	80	0.991	108	0.970	29	0.320
Barbados	21	0.753	2	0.871	1	1.000	72	0.976	77	0.166
Costa Rica	22	0.749	105	0.614	1	1.000	63	0.977	16	0.406
Cuba	23	0.749	97	0.627	40	0.999	77	0.975	18	0.396
Lithuania	24	0.749	21	0.765	53	0.997	1	0.980	41	0.254
Bolivia	25	0.748	96	0.630	96	0.976	51	0.979	14	0.408
Lao PDR	26	0.748	1	0.915	105	0.968	98	0.971	89	0.137
Netherlands	27	0.747	56	0.698	1	1.000	120	0.968	28	0.323
Belarus	28	0.747	6	0.838	49	0.998	52	0.979	74	0.173
Spain	29	0.746	80	0.660	47	0.998	93	0.972	24	0.354
Bahamas	30	0.741	3	0.863	1	1.000	1	0.980	100	0.122
Burundi	31	0.741	5	0.839	130	0.890	55	0.978	40	0.255
Belgium	32	0.738	49	0.714	34	1.000	85	0.973	39	0.264
Estonia	33	0.734	42	0.729	1	1.000	42	0.979	51	0.228
Albania	34	0.734	54	0.701	91	0.987	134	0.963	34	0.284
Moldova	35	0.733	18	0.785	69	0.993	1	0.980	72	0.176
Argentina	36	0.733	114	0.599	63	0.995	1	0.980	23	0.356
Portugal	37	0.732	44	0.721	82	0.991	54	0.978	46	0.240
Serbia	38	0.730	76	0.672	51	0.998	1	0.980	37	0.272



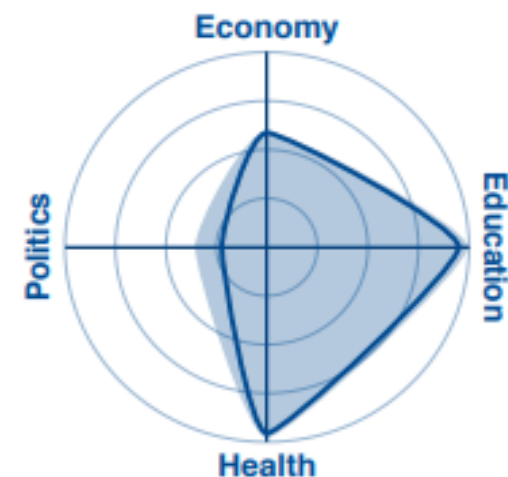
# Argentina

rank  
out of 149 countries **36**

score  
0.00 = imparity  
1.00 = parity **0.733**



## SCORE AT GLANCE



Argentina score  
average score

## KEY INDICATORS

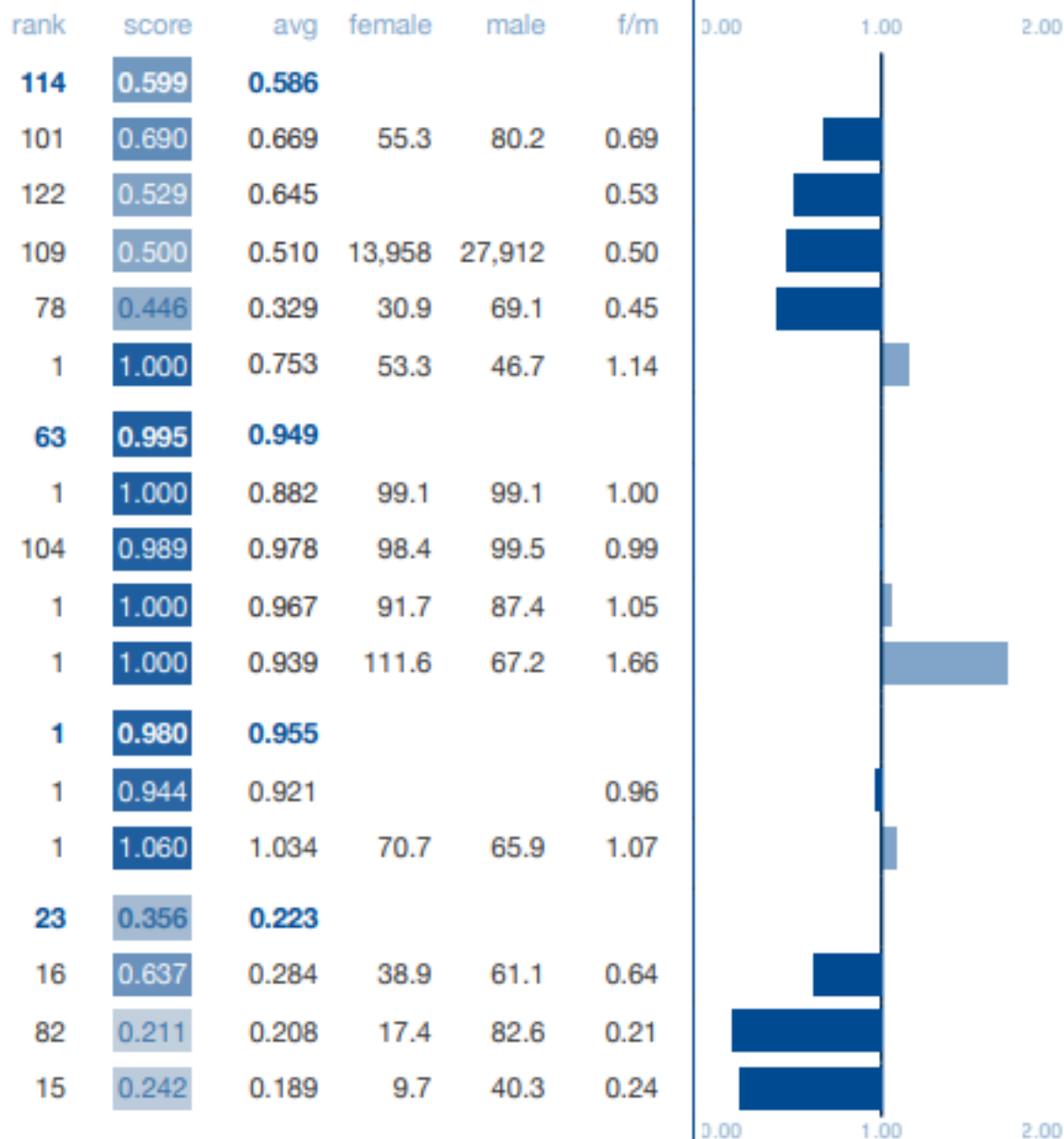
GDP (US\$ billions)	637.59
GDP per capita (constant '11, intl. \$, PPP)	18,934
Total population (1,000s)	43,847.43
Population growth rate (%)	0.95
Population sex ratio (female/male)	1.04
Human Capital Index score	64.34

## Global Gender Gap score

	rank	2006 score	rank	2018 score
Economic participation and opportunity	82	0.551	114	0.599
Educational attainment	29	0.997	63	0.995
Health and survival	1	0.980	1	0.980
Political empowerment	23	0.204	23	0.356
rank out of	115		149	

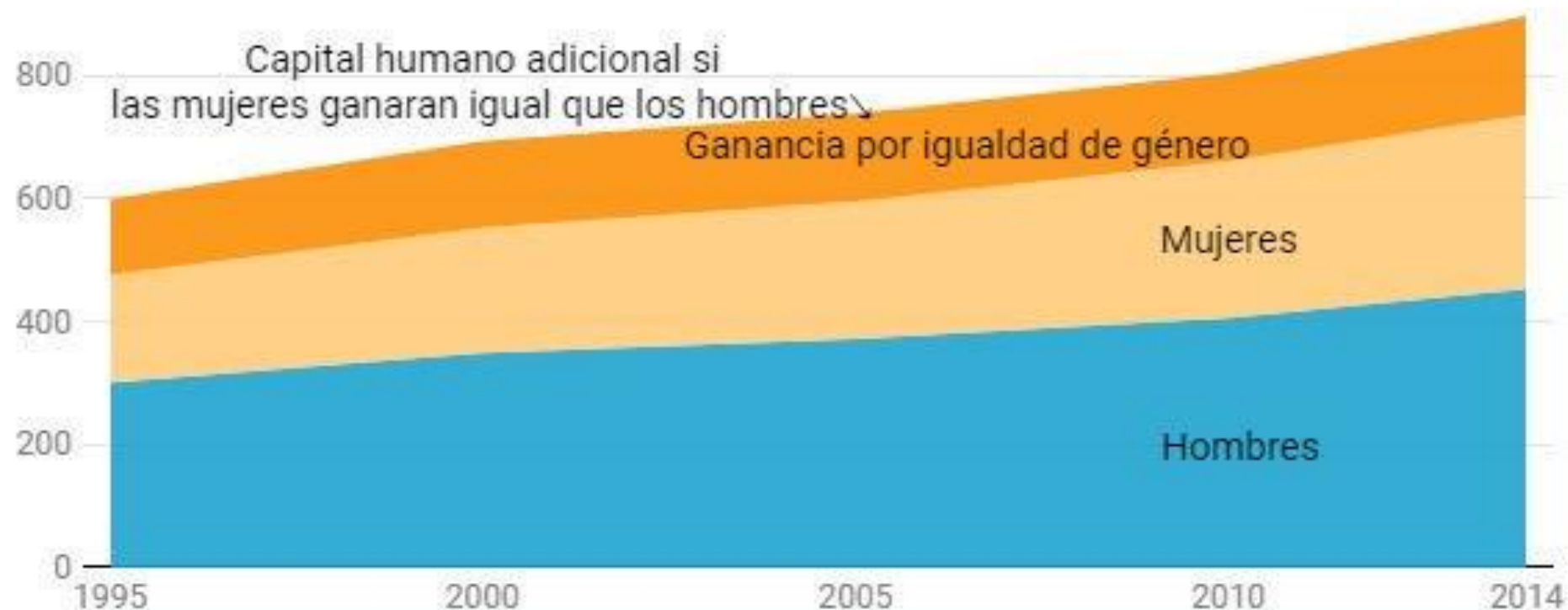
## COUNTRY SCORE CARD

distance to parity



# Si las mujeres ganaran igual que los hombres, agregarían USD 160 billones a la riqueza del capital humano en todo el mundo

La riqueza del capital humano por género (USD billones, 2014)



Fuente: Informe Potencial truncado: el alto costo de la desigualdad de ingresos por género



Base de la encuesta: 5131 casos


### Universo por zonas geográfica:

CABA 37.26%  
GBA Norte 11.09 %  
GBA Oeste 14.30 %  
GBA Sur 13.34%  
Interior Provincia de Buenos Aires 11.53 %  
Interior del país 12.48 %

### Universo por edad

19 a 25 – 11 %  
26 a 35 - 14,4%  
36 a 45 - 23,6%  
46 a 55 - 22,7%  
56 a 64 - 18,6%  
Mayor 65 - 9,4%





Nace en EEUU (Nueva York), cuando en 1992 se realiza un estudio sobre la diferencia de precios basados en el género.

**Que es el Impuesto Rosa?**  
Es el sobreprecio que pagan las mujeres por encima del precio que pagan los hombres en algunos productos orientados al consumo femenino.

**CALIFORNIA** es el primer estado en promulgar un proyecto de ley, para proteger a los consumidores de la discriminación de género en los precios en 1995.

# IMPUESTO ROSA EN AGENDA

ESTUDIO DE CASOS EN EL MUNDO:



ESTADOS UNIDOS  
CANADA  
REINO UNIDO  
COLOMBIA  
ARGENTINA



## ESTADOS UNIDOS

**Las mujeres estadounidenses estarían pagando más por el transporte que los hombres, por ser más propensas a sufrir hechos de inseguridad.**

**(Rudin Center for transportation)**

**EEUU: 5 de cada 10 productos de cuidado personal son más caros en las versiones femeninas.**

**(Informe de la Oficina de Responsabilidad del Gobierno de EEUU – Agosto 2018)**

**En 2017 en EEUU las mujeres ganaron el 82% de lo que ganaron los hombres.**

**(Centro de Investigación Pew)**

**Nueve estados han reducido el impuesto al tampón en EE.UU**

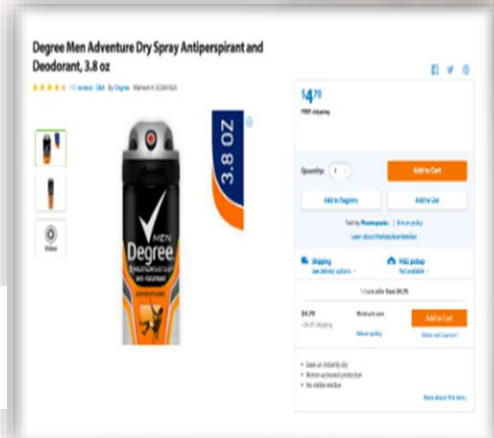
**(National Public Radio)**



CANADÀ

Las mujeres  
Canadienses  
pagan un 43%  
más en  
artículos de  
tocador que  
los hombres.

Para los hombres,  
el precio es de  
**\$ 4.70**



**Prima pagada por la mujer  
por productos de cuidado  
personal en Canadá (2016):**



**43%**

Premium paid by women for personal care products in Canada

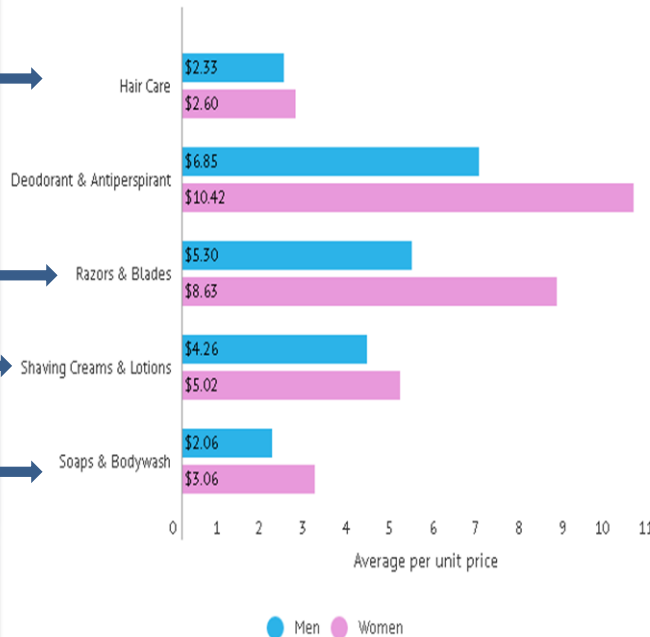
Cuidado del pelo: **12% +**

Desodorante y  
antitranspirante: **52% +**

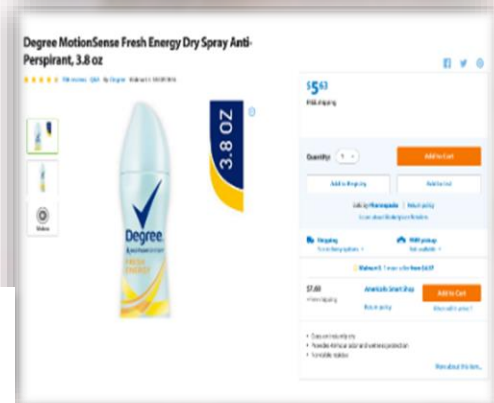
Maquinitas y cuchillas de  
afeitar: **63% +**

Cremas y lociones de  
afeitar: **18% +**

Jabones y geles de baño:  
**48% +**



Para mujeres, el  
precio es de  
**\$ 5.63**



**Gracias a la lucha de  
Ciudadanos y  
representantes  
Canadienses, en 2015  
se elimina el impuesto  
a los productos de  
higiene menstrual.**





## REINO UNIDO

**Una de cada 10 niñas y mujeres británicas no pueden pagar protección sanitaria.**

(Plan International UK)

**Escocia: el primer país en entregar productos sanitarios gratuitos a estudiantes en escuelas, colegios y universidades.**

(Agosto de 2018)

La empresa RIFT (Especialista en devolución de impuestos) realizó un estudio donde observaron cientos de artículos de tocador y productos de belleza, y ropa de niños en los principales minoristas del Reino Unido:

Productos	Hombre	Mujer	Diferencia
4 paquetes de maquinitas descartables	£3,18	£3,38	<b>6,28 % +</b>
Desodorante	£1,88	£2,08	<b>10,63 % +</b>
Crema Hidratante	£8,02	£10,77	<b>34,28 % +</b>

Productos	Niño	Niña	Diferencia
Camisas y Chombas escolares	£8,76	£9,00	<b>2,73 % +</b>
Pantalón escolar	£9,23	£9,35	<b>1,30 % +</b>
5 paquetes de ropa interior	£6,55	£6,93	<b>5,80 % +</b>
5 paquetes de medias	£5,30	£5,44	<b>2,64 % +</b>



COLOMBIA

Los colombianos aceptan que basta con dirigirse a un supermercado para poder observar cómo las cuchillas de afeitar de hombres son más baratas que de mujeres.

**Colombia, el primer país de América Latina en quitar el impuesto a toallas higiénicas y tampones femeninos. (2018)**

Con respecto a la eliminación del impuesto en los productos de higiene femenina, la Magistrada Gloria Ortiz decía lo siguiente:

**“Este es un producto de uso exclusivo de mujeres que se relacionan con la dignidad de ellas, es un producto insustituible...”.**

# Nuevo relevamiento de la Consultora Focus Market

Relevamiento de precios (enero 2019) realizado por Focus Market vía Scanntech con los mismos productos (salvo una marca de maquinita de afeitar que no se encontró este año en el mercado) que se relevaron en el informe del 2018:

Puntos de venta relevados (Argentina)	515
Productos relevados	14
Tipología de productos	5
*Porcentaje de diferencia de precio promedio	11,35%

Porcentaje de diferencia de sobreprecio promedio que pagan las mujeres, con respecto a lo que pagan los hombres, por productos de similares características, en 2018 con respecto a 2019:

Diferencia que pagan las mujeres 2018	Diferencia que pagan las mujeres 2019
13,70 %	11,35 %

\*Se tomaron 8 productos para sacar el porcentaje de diferencia de precio promedio. Ya que 4 productos este año tienen el mismo valor en sus versiones femeninas y masculinas, y en 2 casos se encontró que la versión masculina es un 2,3% más cara que la versión femenina; a diferencia del informe anterior donde la versiones femeninas en el primer caso eran más caras en un 5,3% y en el segundo caso en un 8,8%.

 <p>Colonia niña 80ML <b>\$143,50</b></p>	 <p>Colonia niño 80ML <b>\$126, 20</b></p>	<p><b>+ 13,7 %</b></p>
 <p>Máquinas de afeitar Mujer 3 UN \$112 <b>\$37,3 c/u</b></p>	 <p>Máquinas de afeitar Hombre 5 UN \$171,50 <b>\$34,3 c/u</b></p>	<p><b>+ 8,7 %</b>  x Unidad</p>
 <p>Afeitadora Woman 2 UN <b>\$132,10</b></p>	 <p>Afeitadora Men 2 UN <b>\$ 128,30</b></p>	<p><b>+ 3 %</b></p>

Al igual que el informe anterior este producto contiene un 20% mililitros menos en la versión femenina que en la versión masculina. Y si tomamos el valor por mililitros, el perfume de mujer al contener 50ml debería tener un precio de \$634,16, un 20% menos de lo que vale:

 <p>Eau De Toilette Woman X 50 MI <b>\$761,00</b></p>	 <p>Eau De Toilette Men X 60 MI <b>\$761,00</b></p>	<p><b>+20 %</b>  (Tomando el valor de \$634,16 que debería valer 50ml)</p>
--	--	--



En este nuevo relevamiento estos productos cuestan igual en las versiones femeninas y masculinas, a diferencia del informe anterior donde las versiones femeninas eran más caras que las masculinas en un 5,3% en el primer caso, y en un 8,8% en el segundo caso:

 Analgésico Mujer 400mg Caps. Gelatina x 10 <b>\$ 51</b>	 Analgésico 400 mg Caps. Gelatina x 10 <b>\$ 51</b>	=
 Desodorante Women Spray 150ML <b>\$83,00</b>	 Desodorante Men Spray 150ML <b>\$83,00</b>	=

En este caso el desodorante de hombre es un 2,3% más caro que el desodorante de mujer, a diferencia del informe anterior donde el desodorante de mujer era un 5,5% más caro:

 Desodorante Women 50ML <b>\$ 85,50</b>	 Desodorante Men 50 ML <b>\$ 87,50</b>	- 2,3 %
---	--	---------



## ARGENTINA

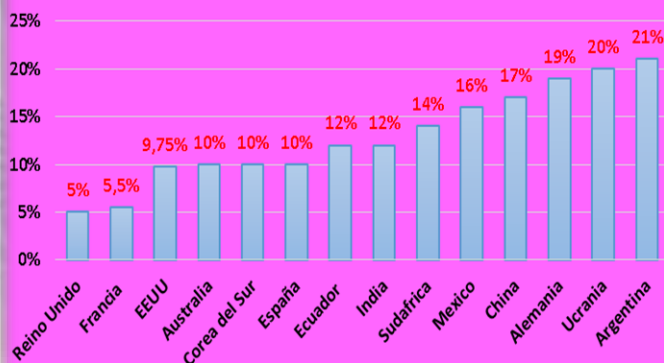
Al menos 500 millones de niñas y mujeres carecen de los medios para administrar sus periodos menstruales.  
(Informe de UNICEF y OMS -2015)

En 2018 se presentaron en Argentina dos proyectos de Ley en el Congreso Nacional, con el objetivo de regular la problemática del Impuesto Rosa en el país.

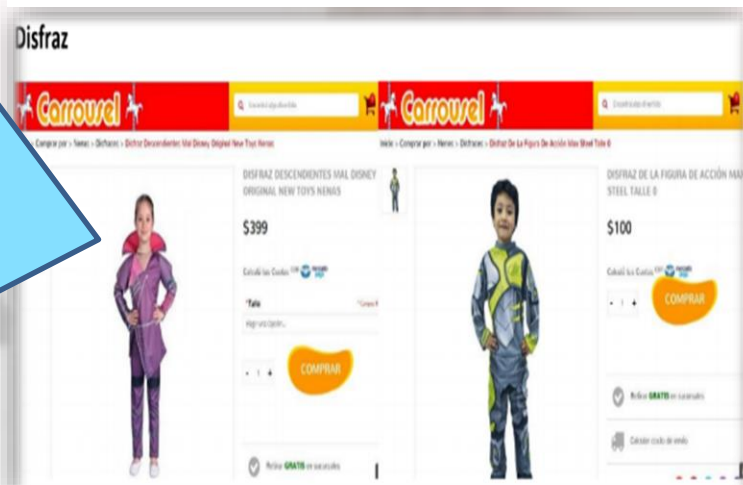
- (S- 911/18) y (S-675/18)-

De los 13 países evaluados, Argentina posee el IVA más alto, el cual es aplicado íntegramente a los productos de Higiene Intima Femenina.

Porcentaje de IVA sobre productos de Higiene Femenina en el Mundo



Ejemplos de Impuesto Rosa encontrados en el informe de CEPA (Centro de Economía Política de Argentina) :



Mochila Jardin

