



2020 - Año del General Manuel Belgrano

PROYECTO DE LEY

EL SENADO Y LA CÁMARA DE DIPUTADOS DE LA NACIÓN ARGENTINA... SANCIONAN CON FUERZA DE LEY

Exención del Impuesto del Valor Agregado en los Productos de Gestión Menstrual

ARTÍCULO 1°: Exceptúese a los productos de higiene menstrual de la aplicación del impuesto al valor agregado. -

ARTICULO 2°: Incorpórese como inciso l) al artículo 7 de la Ley 23.349 (t.o. Decreto N° 208/97) y sus modificatorias, el siguiente texto:

“ARTICULO 7° - i) los productos de gestión menstrual tales como: toallas higiénica descartables y reutilizables, tampones, esponjas marinas menstruales, paños absorbentes lavables, ropa interior absorbente, copas menstruales y todo otro producto de contención que sea considerado apto para su utilización durante la menstruación.”

ARTÍCULO 3°: Comuníquese al Poder Ejecutivo Nacional.

FUNDAMENTOS

Sr Presidente:

La menstruación es un hecho fisiológico que requiere de necesidades específicas como acceso al agua, a instalaciones sanitarias adecuadas para la privacidad, elementos de gestión menstrual y acceso a la correcta información de la temática. La falta de estos recursos y conocimientos atenta contra el derecho a la salud previsto en el artículo 25 de la Declaración Universal de Derechos Humanos (ONU).

Miles de niñas y adolescentes no asisten a clases durante su período de menstruación porque no pueden acceder a productos de higiene menstrual y/o las condiciones sanitarias del establecimiento no son las adecuadas. El Banco Mundial sostiene que se pierde hasta el 20 % de días de clases durante un año escolar, en algunas regiones muy pobres. Desde hace casi veinte años, el Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF) promueve acciones para visibilizar los desafíos que enfrentan las niñas y adolescentes mujeres para el manejo de su salud e higiene menstrual en el entorno de la escuela, a través de su programa WASH, entre otros.

También miles de mujeres acuden a métodos poco higiénicos durante sus períodos menstruales, ante la imposibilidad de acceder a productos específicos, que pueden generar infecciones u otros inconvenientes para su salud.

La situación de discriminación y exclusión que padecen miles de niñas, adolescentes y mujeres, por tanto, va en contra del reconocimiento pleno de lo establecido en la Convención de los Derechos del niño (CDN) y la Convención para la eliminación de todas las formas de discriminación contra la mujer (CEDAW por sus siglas en ingles)

Como hemos mencionado, **la menstruación implica un impacto económico** por el valor de los productos de gestión menstrual. El costo anual en

productos de higiene femenina puede llegar a \$3,646 en toallitas y \$4.022 en tampones si tenemos en cuenta 13 ciclos por año y el uso de 22 productos por ciclo.

No se trata sólo de un gasto de género, sino que además ahonda desigualdades económicas. Según estadísticas oficiales, **las mujeres** en la Argentina ganan en promedio **27% menos que los hombres** y tienen un mayor grado de precarización laboral. Eso se agrava teniendo en cuenta que, de acuerdo a datos del INDEC, **siete de cada diez personas en situación de pobreza son mujeres**, por lo que comprar toallitas o tampones implica un costo demasiado elevado para sus escasos ingresos.

En este entramado socio cultural se hace indispensable la lectura de la propuesta desde la “perspectiva de género”, la cual se erige como una categoría analítica, esto es, una herramienta o mecanismo de análisis que busca explicar el fenómeno de la desigualdad y de la inequidad entre hombres y mujeres. Consiste en el enfoque de las cosas, situaciones o problemas, tomando en consideración la diversidad en los modos en que se presentan las relaciones de género en la sociedad, pero entendiendo a la vez la identidad de género, tanto de hombres como mujeres. La perspectiva de género establece una teoría social que trata de explicar las características, relaciones y comportamientos sociales de hombres y mujeres en sociedad, su origen y su evolución, destacando la existencia real del género femenino y masculino, sin dominio de uno sobre el otro, sin jerarquías y sin desigualdades.

A través de la perspectiva de género se hace un examen sistemático de las funciones, de las relaciones y de los procesos de mujeres y de hombres, que inicia con el estudio de las diferencias en el acceso al poder, a la riqueza, al trabajo, etcétera, entre unos y otras. Legislar y trabajar con una perspectiva de género significa analizar y comprender los diferentes roles y responsabilidades, relaciones, necesidades y visiones de hombres, mujeres e identidades no binarias (así como otras diferencias pertinentes, tales como las encontradas entre grupos étnicos, clases y edad). Significa también ir más allá del simple reconocimiento de las

diferencias de género, dirigiéndose hacia relaciones más equitativas y solidarias entre hombres, mujeres e identidades no binarias.

Las vulnerabilidades en razón del género, orientación sexual y/o identidad de género puede constituir una **“hipervulnerabilidad” en las relaciones de consumo**, en razón de que a estas/os consumidoras/es la vulnerabilidad estructural que sufren las/os consumidoras/es en el mercado se les agrega la vulnerabilidad por su condición de género, orientación sexual o identidad de género, por tanto, estamos proponiendo una mirada que dimensione y contextualice las relaciones de consumo no sólo partiendo del presupuesto de la vulnerabilidad estructural de las/os consumidoras/es en la “sociedad de consumo”, sino también en el contexto de una sociedad patriarcal y heteronormativa. Asimismo, se entiende a la “situación de vulnerabilidad” como aspecto dinámico, relacional y contextual, la cual debería ser pensada en clave de interseccionalidad que podría visualizarse como algo múltiple y diferente, y por lo tanto ser removido de uno en uno. No hay una “sólida y única vulnerabilidad” que agote la categoría, puede haber diferentes vulnerabilidades. No será idéntica la situación de vulnerabilidad como consumidora de una mujer blanca, de clase media, en un contexto urbano, que de una mujer perteneciente a comunidades indígenas, en un medio rural y con discapacidad.

Los derechos de las/os consumidoras/es deben efectivizarse también con perspectiva de género. De esta manera debe tenerse presente la situación de las mujeres y las personas LGBT+ en pos de garantizar el acceso al consumo, la información, el trato digno y equitativo, la protección de la salud y seguridad y de sus intereses económicos y la libertad de elección.

Es indispensable que la formulación, implementación y evaluación de políticas públicas protectoras de las/os consumidoras/es que contemple la perspectiva de género. “Las consumidoras”, “las mujeres”, “las personas LGBT+”, entre otras, dejan de erigirse como categorías homogéneas que comparten las mismas realidades para necesariamente analizarlas de manera “interseccional”: como consumidores/as, pero también como mujeres o personas intersexuales, como lesbianas, gays o transexuales, como migrantes, personas con discapacidad,

personas con padecimientos mentales, en situación de pobreza, etcétera. Mientras el mercado busca “pasteurizar” las diferencias a través de la masificación y despersonalización, esas diferencias no deben ser, como sostiene Antonio Benjamín, menos consumidoras/es, menos ciudadanas/os, tampoco merecer derechos de segunda clase o una protección apenas retórica del/la legislador/a.

La situación genera inequidades que debemos empezar a resolver y por eso consideramos necesario la excepción de los productos de gestión menstrual al gravamen del IVA, puesto que no sólo son elementos de primera necesidad e importantes para el cuidado sanitario, sino que además el impuesto sobre ellos implica una desventaja concreta para las personas que menstrúan.

Dado que en Argentina no contamos con estadísticas provenientes de ningún organismo oficial vinculado a alguno de los indicadores básicos de la menstruación, sólo contamos con el relevamiento de algunos antecedentes internacionales. Kenia abrió el camino en 2004 con la exención y asentó las bases para que luego Irlanda, Canadá, nueve estados de EE UU (Connecticut, Florida, Illinois, Maryland, Massachusetts, Minnesota, New Jersey, New York y Pennsylvania), la ciudad de Chicago y las Islas Canarias realicen una quita total del impuesto a estos artículos.

En Europa, Francia e Inglaterra mantienen un impuesto del 5,5% y el 5%, respectivamente, el mínimo permitido (según la normativa europea estos productos pueden tener un tipo de gravamen reducido siempre que no sea inferior al 5%).

En lo que respecta a Latinoamérica, Colombia es el único que realizó la quita del IVA con la intervención de la Corte Constitucional que eliminó el gravamen por considerar que era discriminatorio para las mujeres.

El caso más actual registrado en el mundo es el del Parlamento de Escocia que aprobó en febrero del 2020 una ley para la distribución gratuita de productos para la menstruación para todas las mujeres del país, convirtiéndose así en el primer país en tomar esa medida y poniendo a disposición los productos en farmacias, centros educativos y clubes.

Dentro del ámbito nacional existen algunas iniciativas de índole legislativa que destacamos como antecedentes para la elaboración del presente Proyecto de Ley y que no hacen más que visibilizar la urgente necesidad de saldar esta inequidad porque, si bien toallitas y tampones fueron incluidos en el Programa de Precios Cuidados, todavía seguimos pagando una alícuota del 21% de IVA por los productos de gestión menstrual, lo que castiga a todas las mujeres -que cobramos menos salario que los hombres-, pero especialmente a las más pobres.

Tenemos en cuenta que, mediante diferentes normas, se ha aprobado la excepción del IVA en varios productos (Ley 23349, exenciones – título II, artículo 7) y servicios como herramienta para contribuir a mantener un precio que permita un mayor acceso de la población por ser un producto y/o servicio esencial, o bien para alentar el consumo de determinadas industrias consideradas de importancia para el desarrollo nacional.

Por todo lo expuesto, proponemos incluir dentro de las exenciones del impuesto al valor agregado, a los productos de gestión menstrual, por ser un producto esencial, de primera necesidad, lo que vendría a corregir una situación de discriminación para las personas menstruantes. ***La higiene menstrual es una necesidad, no debemos permitir que siga siendo un lujo.***

Firma

María Jimena López

Diputada Nacional por la Provincia de Buenos Aires