



“2021 Año de homenaje al premio Nobel de Medicina César Milstein”

El Senado y la Cámara de Diputados, reunidos en Congreso, sancionan con fuerza de Ley:

PROYECTO DE LEY

REFORMA DEL I.V.A PARA UNA ECONOMÍA EQUITATIVA ENTRE GÉNEROS

ARTÍCULO 1º – Incorpórase como Inciso i) del artículo 7º de la Ley N° 20.631 de Impuesto al Valor Agregado, sustituido por el artículo 1º de la Ley N° 23.349 y sus modificaciones, según texto ordenado decreto del P.E.N. 280/97, lo siguiente:

“i) Productos de gestión menstrual; todos aquellos elementos de contención del sangrado vaginal utilizados durante la menstruación, tales como toallas higiénicas descartables y/o reutilizables, tampones, paños absorbentes, copas menstruales, esponjas marinas, ropa interior absorbente o cualquier otro que se considere apto y/o los reemplace en el futuro.”

ARTÍCULO 2º – Comuníquese al Poder Ejecutivo.

Cofirmante

Carla Carrizo

FUNDAMENTOS

Señor Presidente:

Las mujeres solemos percibir y padecer desigualdades en el acceso a los cargos jerárquicos, en los salarios, en la posibilidad de realizar horas extras, en los espacios políticos y también en las góndolas. El diferencial de precios de productos funcionalmente idénticos según estén dirigidos a hombres o a mujeres se lo conoce como “Impuesto Rosa”. Cuando las mujeres van al supermercado, por ejemplo, terminan pagando hasta un 15% más que los varones por el mismo producto.

Este encarecimiento de los productos que tienen a las mujeres por destinatarias tiene que ser considerado a la luz de las diferencias salariales y de acceso al mercado laboral porque, teniendo en cuenta ambos fenómenos, podemos concluir que a la vez que las mujeres tienen menos ingresos, pagan más por el mismo producto. Es una doble vulneración y una dinámica que refuerza el empobrecimiento femenino y la dependencia económica.

A este escenario se le suma la particularidad biológica de las mujeres: la menstruación, junto con la capacidad de gestar, es una característica fisiológica exclusiva del sexo femenino. El cuerpo de la mujer está diseñado para eliminar todos los meses el óvulo que no ha sido fecundado, proceso que se concreta a través del sangrado vaginal.

Por lo tanto, las mujeres ganamos menos, gastamos más y tenemos un gasto fijo derivado del funcionamiento de nuestros cuerpos. Este gasto no es optativo ya que mensualmente requerimos de productos para contener el sangrado y es por esto que estos productos no son un bien de mercado más sino que son un bien esencial.

No es un fenómeno exclusivo a nuestro país. Por eso organismos internacionales como UNICEF promueven la generación de facilidades en el acceso a los productos de gestión menstrual. Esta organización se encuentra ejecutando el Plan de Acción de Género 2018-2022, el cual contiene entre sus objetivos “Promover el acceso a información e insumos para la higiene menstrual.” (punto 4 del Plan de Acción). Otro actor involucrado en la temática es el Banco Mundial. Durante un evento de promoción de la iniciativa Let Girls Learn, Michelle Obama explicó cómo la menstruación puede influir en que las niñas no asistan a la escuela y cómo este problema debe ser abordado para permitir que las jóvenes continúen su educación. Tal como declara Jennifer Sara en representación del Banco Mundial, “invertir en una buena gestión de la higiene menstrual para permitir que las mujeres y las niñas alcancen su máximo potencial es una medida crítica para construir el capital humano de una nación a lo largo del tiempo”.

En el caso concreto de nuestro país y las características biológicas de las mujeres argentinas, la menstruación tiende a presentarse por primera vez a los 12 años y perdurar hasta la edad promedio de 52 años; abarca entre 3 y 7 días del mes e involucra aproximadamente 11 millones de mujeres y varones trans. Teniendo en cuenta que cada persona que menstrúa presenta aproximadamente 13 ciclos por año y que utiliza alrededor de 22 productos desechables por ciclo, la gestión de la menstruación tiene un impacto económico y ambiental considerable. Según los cálculos realizados por Economía Femini(s)ta, el gasto anual involucrado en la adquisición de productos



descartables para la contención del sangrado ronda entre los \$2.500 y \$3.500. La carga económica que implica la adquisición de los productos de gestión menstrual, en los segmentos femeninos de menores recursos, puede implicar hasta el 10% de sus ingresos. Además, el mismo informe revela que la variación de precios que estos productos presentan a causa de la inflación excede al promedio que expresa el Índice de Precios al Consumidor, superándose entre un 4,6% (en el caso de las toallitas descartables) y 16,2% (en el caso de los tampones). Esta “inflación acelerada” responde a que la necesidad de contar con este producto hace que las variaciones en el precio casi no alteren la cantidad demandada del bien. Renunciar a comprar este tipo de productos no es una opción porque se funda en una necesidad objetiva. La falta de acceso o el consumo de productos de baja calidad puede generar infecciones urinarias, vaginales, problemas de salud reproductiva, cáncer e infertilidad. Además involucra incomodidad, favorece la reducción de la movilidad y puede generar vergüenza, ansiedad y aislamiento. No es posible ir a la escuela, ir al trabajo, ir a una reunión social si no contamos con los elementos necesarios para resolver las consecuencias del sangrado. Por esto, no contar con los productos necesarios para la contención del sangrado es una de las causas detrás del ausentismo laboral y escolar en las niñas, jóvenes y mujeres, situación que refuerza la pobreza femenina.

Si se tiene en cuenta que el acceso a los productos de gestión menstrual es un costo que cae exclusivamente sobre dos grupos de la población - las mujeres y varones trans-, y que estos se encuentran en una situación estructural de desventaja económica, el impuesto rosa en general y el “impuesto a la menstruación” en particular acrecientan la desigualdad y refuerzan las inequidades.

Por este motivo el proyecto pretende facilitar la adquisición de estos insumos mediante la quita del Impuesto al Valor Agregado, que representaría una disminución importante en el precio de góndola. Este tipo de intervenciones son compartidas por varios países, que ya lo han eliminado o se encuentran debatiendo la propuesta. Tal es el caso de Kenya, que fue el primer país que liberó de impuestos los productos de gestión menstrual en el año 2004. Colombia por su parte llevó adelante la campaña “Menstruación Libre de Impuestos” y logró bajar de un 16% a un 5% el IVA de estos productos. Las mujeres canadienses no pagan impuestos por las toallitas y tampones desde julio de 2015 y en Australia, donde el movimiento “Stop the Tampon Tax” (Detén el impuesto al tampón, en inglés) luchó por 18 años, las mujeres lograron la eliminación del 10% de IVA en 2019. En Estados Unidos, algunos estados como Illinois, Maryland, Massachusetts, Minnesota, Columbia, Connecticut, Nueva Jersey y Nueva York y Pennsylvania ya eliminaron este impuesto. Nueva York incluso aprobó la distribución gratuita de toallas femeninas y tampones en escuelas públicas, albergues y cárceles.

En el caso Argentino, contamos con un único ejemplo provincial, a cargo de la provincia de Tucumán. Esta recientemente aprobó la Ley N° 9.349, que garantiza la provisión estatal de productos de gestión menstrual (toallitas, tampones, ropa interior absorbente, etcétera) a todas las niñas, adolescentes y mujeres que se encuentren en situación de vulnerabilidad socioeconómica o educativa. Si bien esta es una señal de avance, porque visibiliza el problema, vemos con preocupación que quizás no resuelva los problemas de acceso a los productos porque el diseño de la política complejiza la tarea de distribución de los elementos, al tiempo que genera la identificación de la población beneficiaria, pudiendo reforzarse el estigma sobre estas, derivar en patronazgo. Y esquiva el tratamiento de debate de fondo respecto a la carga impositiva que cae sobre un producto esencial, indispensable, y de consumo eminentemente femenino



La iniciativa aquí propuesta también se condice con el compromiso argentino en el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). Específicamente con el ODS #3, que brega por la Salud y el bienestar para todos en todas las edades y el ODS #5, que promueve la igualdad de género en general y en salud reproductiva y sexual en particular.

Dado que la menstruación, debido a la segmentación que hace el mercado y la diferenciación de precios por el mismo producto, termina constituyéndose en un factor de desigualdad, la quita del IVA a los productos menstruales debe entenderse como tema más de la amplia agenda pública que persigue la equidad de género. Los productos destinados a la gestión menstrual son caros e indispensables, por lo que deben ser reconceptualizados como productos de primera necesidad para poder manejar el periodo menstrual de una manera saludable, segura y digna. A su vez, no basta con desgravar un solo tipo de elemento de gestión menstrual. Facilitar las condiciones para el acceso debe ser acompañado por el respeto hacia la soberanía de los cuerpos y cada mujer debe poder escoger cuál es el más adecuado para ella según su idiosincrasia, valores, comodidad y preferencia.

Por último, facilitar el acceso a productos reutilizables, como ser la copa menstrual, tiene un impacto ambiental favorable al reducir el nivel de desechos. Este insumo tiene un costo elevado ya que va desde los \$700 a los \$1.300. Sin embargo, la vida útil de la copa menstrual, que ronda los 10 años, la convierte en la opción más costo-eficiente y garantiza la disponibilidad de productos para la gestión menstrual durante todo ese tiempo. Por eso, y dado la barrera de acceso que su costo puede representar, es importante promover y facilitar el acceso a ese producto.

Por todo lo expuesto, solicito a mis pares tengan a bien aprobar este proyecto.

Cofirmante:

Carla Carrizo