

# Concurso Reporteros en la Red 2022

## 1<sup>er</sup> Premio

**Bachillerato y Ciclos Formativos  
Modalidad Educación Financiera**

**Higiene femenina**

**Autoras:** Helena O'Hara  
Adriana Sevilla  
**Curso:** 1º Bachillerato  
**Docente:** Rubén Martí Faus  
**Centro:** IES Cid Campeador (Valencia)

### **Ibercaja Aula en Red**

C/ Ciudad de Soria, 8  
50003 - Zaragoza

aulaenred@fundacionibercaja.es  
<https://aulaenred.ibercaja.es>

## HIGIENE FEMENINA, BIEN DE PRIMERA NECESIDAD

Es un hecho claro que todas las mujeres tienen la regla una vez al mes durante una media de 40 años de su vida. Esta condición no es optativa, sin embargo, el IVA de los productos utilizados para la higiene femenina (10%) es igual al que se aplica a tres agradables actividades de ocio como son: tomar un café en un bar, una cena en un restaurante o pasar una velada en el cine. El principal problema al respecto es que las compresas, los tampones y las copas menstruales no son consideradas productos o bienes de primera necesidad como lo son el pan, los medicamentos e incluso los libros, a los cuales se les aplica simplemente el 4% de IVA. A este gravamen que afecta a todas las mujeres durante su etapa fértil se le conoce socialmente como *tasa tampón*.

En el último período de años, algunos políticos han querido dar visibilidad a este problema que muchas personas consideran una gran injusticia y desigualdad social. De hecho, la medida de aplicar un IVA súper reducido a esta clase de productos llegó a estar incluida en el proyecto de Presupuestos Generales del Estado (PGE) para 2019 aunque finalmente no salió adelante. En los PGE para 2022 no figura ninguna medida destinada a reducir los impuestos de la higiene femenina a pesar de que ha sido un asunto que se marcó como objetivo tanto el presidente del Gobierno, Pedro Sánchez, en la antigua legislatura como el Ministerio de Igualdad para este mismo año. Así pues, la bajada del IVA para productos de primera necesidad para las mujeres españolas seguirá siendo un asunto pendiente del Gobierno, ya que todavía no se ha logrado alcanzar un consenso. Es también necesario destacar el hecho de que quizás la aplicación de la bajada del IVA podría no llegar a afectar directamente al bolsillo de las mujeres ya que no sería esta la primera vez que

una medida similar respecto a la reducción del IVA se traduce en lo que podría considerarse por muchos expertos como una subida de los precios engañosa y encubierta. Algo así se podría decir que ocurrió en julio de 2018 cuando desde el Gobierno se decidió rebajar el IVA del cine del 21% al 10%. Esto causó que un gran número de cines del país en vez de reducir el precio de venta de sus entradas al público como estaba previsto por el Estado, optaron por no influir en este y dejar el precio como estaba antes de adoptar esta medida. Esto, quizás, pone en duda la eficacia de las medidas que están en manos del Gobierno en las que también sería necesaria la colaboración y la ética de las empresas o empresarios implicados en cada caso.



## DESIGUALDAD SOCIAL

En España, el 20% de mujeres no tiene acceso a los productos de higiene íntima. Esta situación es bastante peor en países más pobres, muchas veces las mujeres tienen que decidir si comprar comida para su familia o comprar productos para su higiene íntima. 800 millones de mujeres menstrúan cada día y tan solo el 40% de estas tiene los recursos necesarios para adquirirlos. Como consecuencia, algunas se ven obligadas a recurrir a usar otros productos como, por ejemplo, cartones, toallas, pañales... o incluso en el caso de poder permitirse estos productos, usan la compresa durante varios días para no tener tantos gastos. Esta falta de recursos puede provocar enfermedades. Esto contrasta con el

hecho de otras mujeres que se los pueden permitir sin problemas y no tienen que preocuparse por nada.

Escocia y Nueva Zelanda son dos ejemplos pioneros que se han posicionado en contra de la pobreza menstrual y llevan un año proporcionando estos productos de manera gratuita.

Además, la menstruación en algunas sociedades sigue siendo un tabú y, por ello, no están al tanto del problema que hay con este tema ya que no se puede visibilizar. Todo ello hace que las soluciones a esta evidente muestra de desigualdad social presenten un avance mucho más lento de lo que cabría esperar, si todo el mundo fuese consciente de esta injusticia.

## **LA HIGIENE ÍNTIMA FEMENINA ANTES Y DESPUÉS**

En el pasado se creía que la menstruación era algo anti-higiénico. Hasta mediados del siglo XX se utilizaban prendas menstruales de franela o tela tejidas en casa. Entre 1854 y 1915 aparecieron los primeros productos de higiene íntima femenina, incluida la copa menstrual, hechas de aluminio o caucho. Aunque su uso no se generalizó hasta más tarde, fue en esta época cuando se empezaron a vender este tipo de productos, es decir, comenzaba un nuevo negocio del que se algunos se beneficiaban a partir de una necesidad básica, al igual que ocurre actualmente. Es cierto que estos avances que se han producido respecto a la higiene íntima femenina han ayudado mucho a la salud y han supuesto una gran mejora para las mujeres pero a un precio muy alto. No es justo que se tenga que pagar estos productos cuando la menstruación es una cosa que las mujeres no han elegido tener, aunque poco a poco se está consiguiendo que las cosas cambien, ya que son muchas las

mujeres que se quejan de estar pagando por algo que es una necesidad básica.

## **DESIGUALDAD DE GÉNERO**

Los conflictos económicos respecto a los productos femeninos van más allá de aquellos utilizados para la menstruación. Muchos artículos son más caros en su versión femenina. Las maquinillas de afeitar son el ejemplo más claro. Las rosas, diseñadas para mujeres, tienden a ser más caras, lo que se asocia a cuestiones de marketing. A esto se le hace llamar popularmente *tasa rosa* y, junto a la *tasa tampón*, perjudica económicamente a la mujer.

A pesar de los intentos de algunos políticos por cambiar esto, actualmente no se han conseguido avances significativos. Hay sectores de la sociedad, que no ven esto como una discriminación hacia la mujer, sino como una estrategia de marketing y se justifica envolviéndolo de etiquetas como que son ediciones específicas o que presentan aspectos funcionales diferentes como colores, envases distintos y que, por lo tanto, llevan a un coste de producción mayor.

Por estas circunstancias todavía se puede ver una brecha de género en los productos de este sector que empresas y gobiernos no han conseguido regular hasta el momento.

## Referencias

<https://www.20minutos.es/noticia/4879925/0/adios-tasa-morada-reducir-iva-productos-higiene-femenina/>

Hacienda deja fuera de los presupuestos la bajada del IVA en los productos de higiene femenina que reclama Igualdad  
8-nov-2021

[https://elpais.com/economia/2020/02/25/actualidad/1582641233\\_142779.html](https://elpais.com/economia/2020/02/25/actualidad/1582641233_142779.html)

Tasa rosa: ¿por qué las mujeres pagan más por sus productos personales?  
26-feb-2020

<https://www.elperiodico.com/es/sociedad/20201208/rebaja-iva-compresas-tampones-asignatura-10113696>

La rebaja del IVA de compresas y tampones, una asignatura pendiente  
8-dic-2020

<https://www.rtve.es/noticias/20210316/pobreza-menstrual-mujeres-elegir-alimentacion-higiene/2082483.shtml>

La desigualdad social que provoca este suceso  
10-ene-2022

<https://helloclue.com/es/articulos/cultura/una-breve-historia-de-los-productos-menstruales-modernos>

Como era antes la higiene íntima femenina  
16-ene-2022

<https://www.epe.es/es/igualdad/20211028/pobreza-menstrual-compresas-iva-reducido-tampones-12432646>

La desigualdad de género en productos de higiene íntima  
25-ene-2022

Imagen 1

<https://assets.change.org/photos/1/1y/cu/PoyUCUAychFSNCw-800x450-noPad.jpg?1526527918>

10-ene-2022