

Mateos, Laura López; Nijeboer, Nathalie García-Erviti

Article

Menstruación sostenible, un cambio en las reglas : del continuismo a la concienciación

Revista de marketing y publicidad

Provided in Cooperation with:

ZBW OAS

Reference: Mateos, Laura López/Nijeboer, Nathalie García-Erviti (2023). Menstruación sostenible, un cambio en las reglas : del continuismo a la concienciación. In: Revista de marketing y publicidad (8), S. 95 - 114.

<https://revistas.cef.udima.es/index.php/marketing/article/download/19367/19605>.

doi:10.51302/marketing.2023.19367.

This Version is available at:

<http://hdl.handle.net/11159/631490>

Kontakt/Contact

ZBW – Leibniz-Informationszentrum Wirtschaft/Leibniz Information Centre for Economics

Düsternbrooker Weg 120

24105 Kiel (Germany)

E-Mail: [rights\[at\]zbw.eu](mailto:rights[at]zbw.eu)

<https://www.zbw.eu/>

Standard-Nutzungsbedingungen:

Dieses Dokument darf zu eigenen wissenschaftlichen Zwecken und zum Privatgebrauch gespeichert und kopiert werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen. Sofern für das Dokument eine Open-Content-Lizenz verwendet wurde, so gelten abweichend von diesen Nutzungsbedingungen die in der Lizenz gewährten Nutzungsrechte. Alle auf diesem Vorblatt angegebenen Informationen einschließlich der Rechteinformationen (z.B. Nennung einer Creative Commons Lizenz) wurden automatisch generiert und müssen durch Nutzer:innen vor einer Nachnutzung sorgfältig überprüft werden. Die Lizenzangaben stammen aus Publikationsmetadaten und können Fehler oder Ungenauigkeiten enthalten.

Terms of use:

This document may be saved and copied for your personal and scholarly purposes. You are not to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute or otherwise use the document in public. If the document is made available under a Creative Commons Licence you may exercise further usage rights as specified in the licence. All information provided on this publication cover sheet, including copyright details (e.g. indication of a Creative Commons license), was automatically generated and must be carefully reviewed by users prior to reuse. The license information is derived from publication metadata and may contain errors or inaccuracies.



<https://savearchive.zbw.eu/terms-of-use>

Menstruación sostenible, un cambio en las reglas: del continuismo a la concienciación

Laura López Mateos (autora de contacto)

Alumna. Universidad a Distancia de Madrid, UDIMa (España)

lauraudima@protonmail.com | <https://orcid.org/0009-0008-6918-5759>

Nathalie García-Erviti Nijeboer

Directora general e-retail advertising y profesora (España)

nathalie.garcia@e-retailadvertising.com

Extracto

La menstruación sostenible se impone poderosamente en el área de la salud y la higiene por su importancia a futuro y su valor como herramienta activa de conciencia social, visibilización y responsabilidad. Mediante este estudio se pretende evaluar el grado de aceptación, uso y conocimiento de productos como las compresas reutilizables o las copas y bragas menstruales, todos ellos artículos sustentables para la gestión de los periodos. Para este fin se ha llevado a cabo una encuesta en línea en España a una muestra representativa de personas menstruantes desde la menarquía hasta la menopausia, recopilando información sobre los hábitos y rutinas de higiene menstrual, incluyendo la correspondiente disposición de los individuos a hacer uso de los mencionados artículos sostenibles para su gestión y abordaje. Se observó un conocimiento generalizado de estos productos, de sus beneficios y ventajas, con una tendencia favorable a su implementación en el futuro. Se dibuja la necesidad de continuar desarrollando soluciones innovadoras que promuevan la salud, la sostenibilidad y la igualdad en la gestión menstrual. Tras un análisis exhaustivo de los resultados, se han plasmado las posibles líneas futuras de investigación en este campo, abriendo una puerta a un tratamiento más amplio, integrativo, transversal y multidisciplinar de esta temática.

Palabras clave: menstruación sostenible; copa menstrual; bragas menstruales; compresas reutilizables; higiene menstrual.

Recibido: 29-08-2023 / Aceptado: 25-09-2023 / Publicado: 07-11-2023

Cómo citar: López Mateos, L. y García-Erviti Nijeboer, N. (2023). Menstruación sostenible, un cambio en las reglas: del continuismo a la concienciación. *Revista de Marketing y Publicidad*. CEF, 8, 95-114. <https://doi.org/10.51302/marketing.2023.19367>



Sustainable menstruation, a change in the rules: From continuity to awareness

Laura López Mateos (corresponding author))

Nathalie García-Erviti Nijeboer

Abstract

Sustainable menstruation has gained significant momentum within the field of health and hygiene as a proactive means to promote social awareness, visibility, and responsibility. This study aims to assess the acceptance, usage, and awareness levels of sustainable period management options such as reusable pads, menstrual cups, and period underwear in Spain. To achieve this, an online survey was conducted in Spain, targeting a representative sample of individuals across the menstruation spectrum, from menarche to menopause. The survey collected data on menstrual hygiene practices, routines, and attitudes towards adopting the aforementioned sustainable products. Results revealed a great degree of familiarity with these alternatives, their benefits and advantages, showing a positive trend for future adoption. Nonetheless, it is evident that there is a compelling need to continue pursuing innovative solutions that promote health, sustainability, and equality in menstrual hygiene management in the country. Upon in-depth analysis of the results, this dissertation identifies potential areas for future research and paves the way for a more comprehensive, inclusive, interdisciplinary, and cross-sectional approach to this topic.

Keywords: sustainable menstruation; menstrual cup; menstrual panties; reusable pads; menstrual hygiene.

Received: 29-08-2023 / Accepted: 25-09-2023 / Published: 07-11-2023

Citation: López Mateos, L. y García-Erviti Nijeboer, N. (2023). Menstruación sostenible, un cambio en las reglas: del continuismo a la concienciación. *Revista de Marketing y Publicidad*. CEF, 8, 95-114. <https://doi.org/10.51302/marketing.2023.19367>



Sumario

- 1. Introducción
 - 1.1. Problema de investigación
 - 1.2. Pregunta de investigación
 - 1.3. Justificación: La relevancia, originalidad y contribución científica al conocimiento académico
- 2. Objetivos
 - 2.1. Objetivo general
 - 2.2. Objetivos específicos
- 3. Método
 - 3.1. Metodología
 - 3.1.1. Cuestionario
- 4. Resultados
 - 4.1. Análisis cuantitativo de las encuestas
- 5. Discusión
- 6. Conclusiones
- Referencias bibliográficas

1. Introducción

La creciente preocupación por la salud, en convivencia con el cuidado del medio ambiente, las nuevas corrientes de pensamiento y el impulso de la conciencia social, están provocando una profunda y sostenida transformación en el sector de la higiene íntima menstrual.

El periodo, como proceso fisiológico y reiterativo inherente a lo largo de la vida de la población menstruante, ha sido históricamente subestimado y estigmatizado. En la actualidad, tanto su gestión como su abordaje son objeto de un profundo debate social, dando lugar a la aparición de nuevas tendencias que abogan por la inclusión de la sustentabilidad en esta área, gracias, en gran parte, al cambio en la percepción y en las rutinas de las personas usuarias.

La menstruación sostenible, movimiento que infiere alternativas respetuosas con el medio ambiente y la salud, adquiere una creciente importancia en el panorama actual y en el ámbito académico. Las compresas reutilizables, junto con las bragas y copas menstruales, son eje y fruto de este modelo, como opciones que imprimen el respeto por el entorno y que reflejan el creciente interés de la población e industria.

Llegados a este punto resulta de interés profundizar en el análisis de la trayectoria y evolución del sector de la higiene íntima, así como el peso e impacto de las alternativas sostenibles actuales. Se reflejarán, igualmente, las opciones por las que se decantan las personas españolas que hacen uso de estos artículos y que pueden llegar a diferir de los productos de cuidado más tradicionales.

1.1. Problema de investigación

La gestión de la higiene menstrual se posiciona como un tema de vanguardia, confluendo en su ecosistema aspectos medioambientales y de salud. La utilización de artículos menstruales desechables, como tampones y compresas, suponen un gasto económico recurrente, generando además consecuencias negativas para el entorno al incurrir en un elevado consumo de recursos y una generación de residuos exponencial.

La aparición de productos reutilizables para el cuidado, salud e higiene durante los periodos abre puertas a posibles cambios en las tendencias de consumo de estos artículos.

Actualmente el mercado español ofrece distintas alternativas sustentables para los usuarios, concentrando un amplio abanico de opciones que comienza a destacar por su creciente demanda.

En respuesta a esta situación, las marcas del sector han adaptado e incrementado la oferta de distintos tipos de copas y bragas sustentables, así como de compresas reutilizables (Roqueta, 2021). Estos artículos, además de destacar por la economicidad de recursos y por el correspondiente ahorro para los consumidores, son seguros y respetuosos con la salud y el entorno, manteniéndose tan cómodos y efectivos como los tradicionales productos desechables.

Esta inercia empresarial es reflejo de un cambio cultural y social hacia prácticas más conscientes y responsables. Este es el motivo por el que resulta necesario el abordaje de sus características, beneficios y retos desde un enfoque multidisciplinar, incluyendo aspectos medioambientales, de salud, educativos y socioculturales. El futuro más inmediato se proyecta hacia alternativas que permitan reducir el impacto, abordando las desigualdades y barreras relacionadas con la gestión menstrual, permitiendo de este modo el acceso igualitario a productos de higiene íntima adecuados.

Desde la perspectiva de las personas que hacen uso de productos menstruales, las opciones actuales disponibles para la gestión del ciclo se multiplican, se visibilizan y se mejoran, incorporando aspectos y características transversales. Por otro lado, los nuevos artículos de salud e higiene para la menstruación acogen la sostenibilidad de manera intrínseca en sus pilares. Se favorece, igualmente, el acercamiento de estos productos a la totalidad de la población, potenciando el papel de estos individuos en la estructura social, al facilitar un mayor control y autonomía sobre sus respectivos ciclos menstruales.

Se contempla, de este modo, el potencial de los productos menstruales sostenibles para contribuir al bienestar general y mejorar la calidad de vida durante los ciclos periódicos. Comienza de este modo una escalada hacia el cambio progresivo en los hábitos de higiene íntima, con la repercusión correspondiente y pertinente en el sector de interés. Ahora los consumidores pueden elegir, ante este nuevo paradigma, entre distintos productos que permiten acoger, contemplar y valorar la sustentabilidad.

La decisión final, que interesa conocer, recae de manera particular sobre cada una de las personas que requieren de la utilización de estos artículos, que eligen según sus prioridades o preferencias la trayectoria de su gestión menstrual.

1.2. Pregunta de investigación

PI: ¿Cuál es el grado de aceptación de la copa menstrual, las bragas menstruales y las compresas reutilizables entre la población española menstruante?

1.3. Justificación: La relevancia, originalidad y contribución científica al conocimiento académico

El periodo, pilar fundamental de este trabajo, no es un proceso exclusivo de mujeres cisgénero, puesto que no todas las mujeres menstrúan (Sanoja, 2020) y no todas las personas que conviven con la regla son mujeres (Planned Parenthood, 2020). Para favorecer la inclusión de cualquier ser humano en este estudio, el enfoque dejará a un lado la perspectiva femenina de manera genérica e incluirá a todos aquellos individuos afectados por este fenómeno fisiológico. La visión parte desde una óptica inclusiva y justa con la sociedad actual, sin posibilidad de que exista discriminación alguna por este hecho.

Los nuevos tiempos traen de su mano alternativas que retan las concepciones instauradas. La aparición de diversas opciones de productos higiénicos durante el periodo abre puertas hacia una menstruación más sostenible, con un compendio de nuevas ideas que se encuentran fuertemente vinculadas al compromiso con el cuidado del medio ambiente y con el correspondiente ahorro de recursos económicos.

Mediante el desarrollo de este estudio se pretende contribuir científicamente al conocimiento académico con la creación de una base con material empírico, construyendo un posible aporte para futuras decisiones de políticas públicas relacionadas con la menstruación y sus necesidades en España. La investigación generará de este modo conocimientos útiles tanto para los responsables gubernativos como para profesionales de la salud y educadores, quienes podrán utilizar esta información para diseñar e implementar programas educativos aplicables a futuras líneas de desarrollo. Este estudio proporcionará, igualmente, información detallada sobre las alternativas sustentables a los productos menstruales desechables, lo que permitirá a las personas que menstrúan tomar decisiones informadas y contribuir a un consumo más consciente y responsable. Y es que, los cambios en términos ambientales, comienzan en uno mismo (Zurita Sánchez, 2020).

A pesar de la creciente popularidad de las alternativas sostenibles y su dilatada presencia en el mercado, resulta necesario analizar las experiencias y el correspondiente grado de conocimiento de estos productos en comparación con los tradicionales. Estudios contundentes como el de Illa se centran en la copa menstrual, incidiendo en su entendimiento y uso (2018). Sin embargo, otros trabajos focalizan su temática en la ropa interior reutilizable, con mejoras en el diseño de producto desde la perspectiva *zero waste*. Es evidente que, aun encontrando diversas publicaciones relacionadas con este asunto que incluyen el prisma de la pobreza e higiene menstrual (EDE Fundazioa, 2021), existe escasa literatura que contemple esta temática desde un enfoque inclusivo.

La relevancia de este estudio parte de su abordaje integrador desde una óptica transversal e interdisciplinaria. De esta manera, el objetivo principal se centra en la exploración de las experiencias y percepciones de los consumidores respecto a los productos de hi-

giene íntima personal. Se incluirá, asimismo, el estudio de los factores que influyen en su elección y aquellas barreras que pueden llegar a impedir la adopción e integración de estos productos sostenibles en las rutinas de salud menstrual.

2. Objetivos

2.1. Objetivo general

OG1: Evaluar el conocimiento de la población menstruante sobre los productos sostenibles disponibles en la actualidad.

OG2: Examinar las rutinas de salud e higiene íntima durante el ciclo menstrual en España.

2.2. Objetivos específicos

OE1: Establecer la relevancia de los artículos menstruales sostenibles entre los productos disponibles en el mercado español.

OE2: Distinguir las características y factores determinantes que influyen en la elección final de los consumidores de productos de higiene y salud menstrual.

OE3: Reflejar la imagen percibida, por las personas españolas que menstrúan, de las compresas reutilizables, copa menstrual y bragas menstruales, como alternativas sostenibles para la gestión del periodo.

OE4: Identificar las futuras tendencias de uso de los productos sostenibles de higiene y salud menstrual en España.

3. Método

3.1. Metodología

La metodología empleada en esta investigación para la consecución de los objetivos establecidos se basa en un enfoque cuantitativo buscando la descripción de tendencias, actitudes y opiniones de una muestra que sirva como ejemplo de la población objetivo (Creswell, 2014, p. 20). Se analizará de este modo el conocimiento, las percepciones, las prácticas y las preferencias de la población española menstruante sobre los productos sostenibles ligados a la higiene y salud durante sus periodos.

Durante el desarrollo del marco teórico ha existido una ligera revisión bibliográfica, consultando fuentes secundarias que desarrollan la evolución del tratamiento de la menstruación, incluyendo la recolección de información vinculada a la legislación vigente y al mercado actual.

Para llevar a cabo este estudio se utilizará la herramienta de un cuestionario diseñado para recopilar información relacionada con la menstruación sostenible. Este instrumento de recopilación de datos se desarrollará teniendo en cuenta los objetivos específicos de la investigación, y se ajustará para garantizar que las preguntas tengan relación con el contexto cultural y social de España en la actualidad.

Una vez recopilados los datos, se analizarán utilizando técnicas estadísticas descriptivas e inferenciales. El primer análisis permitirá obtener una visión general de las respuestas y las tendencias en las percepciones y preferencias de las personas encuestadas. Por otra parte, el estudio inferencial ayudará a evaluar las relaciones entre las variables y a probar las hipótesis planteadas en la investigación (Flores Ruiz *et al.*, 2017) como elementos nucleares que sustentarán el desarrollo de las conclusiones.

3.1.1. Cuestionario

El cuestionario 2 (Alvira, 2011) ha quedado compuesto por un total de 15 preguntas, procediendo a su distribución a través de plataformas en línea como redes sociales y foros relacionados con la salud y la higiene íntima. La recopilación por este medio ha facilitado el acceso a una amplia variedad de personas menstruantes, permitiendo a los encuestados completar el cuestionario de manera anónima y en un entorno cómodo (Lloyd Wright, 2005). LimeSurvey en su versión 5.6.21 es el software que ha sido utilizado en este estudio.

El mencionado cuestionario fue validado de manera previa por 5 usuarios diferentes, todos ellos personas menstruantes con edades comprendidas entre los 17 y 44 años. Se ha obtenido de este modo la retroalimentación necesaria para garantizar el correcto funcionamiento de la herramienta utilizada y la comprensión precisa del contenido. Con la información obtenida se concretó la estructura definitiva de esta herramienta cuantitativa.

La ideación de las preguntas se ha centrado en evitar el uso de un tiempo excesivo para su contestación. Además de esto, se ha optado por una ordenación que ha seguido una secuencia psicológica, opción considerada más adecuada para obtener resultados sinceros por parte de los usuarios. Del total de 15 preguntas, 14 de ellas son cuestiones cerradas, incluyendo 6 dicotómicas sí y no junto con 3 de respuesta múltiple, con una única pregunta final abierta. La pregunta filtro ha sido incluida en el apartado de aceptación de las condiciones de la encuesta y protección de datos, pudiendo acceder a cumplimentar el cuestionario únicamente aquellas personas que sean menstruantes.

La muestra de la investigación se ha seleccionado utilizando un método de muestreo no probabilístico, específicamente un muestreo por bola de nieve (Osvaldo, 2021). Este enfoque

permite identificar a las personas menstruantes a través de sus redes sociales y contactos personales, lo que puede facilitar el acceso a grupos que de otra manera serían difíciles de alcanzar (Nikolopoulou, 2022).

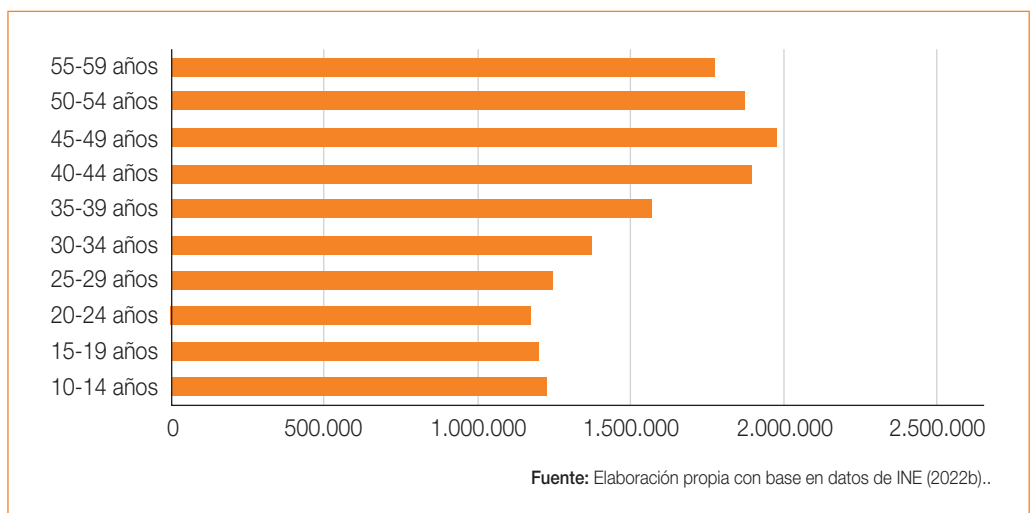
Llegados a este punto, resulta de interés señalar que, ante la ausencia de información precisa sobre la población menstruante objetivo de esta investigación, se ha determinado el tamaño de la muestra y la correspondiente interpretación de datos a través de estimaciones.

En relación con las mujeres cisgénero, la edad media de aparición del primer periodo ronda los 12 años de edad, aunque normalmente se considera la horquilla desde los 9 hasta los 16 años (Miller, 2018; Gómez, 2017). Respecto a la menopausia, su lapso se sitúa alrededor de los 51 años, abarcando el rango entre los 45 y 55 años (García, 2020).

A estos datos debemos añadir la población según su edad, en grupos quinquenales, del Instituto Nacional de Estadística (INE, 2022b). Tomando datos de la población femenina en España entre los 10 y los 59 años en el ejercicio 2022, nos encontramos ante un universo total de 15.284.436 personas (INE, 2022a).

Se debe tener en cuenta que entre un 0,1 % de la población sufre amenorrea primaria y un 0,7 % amenorrea secundaria. Estas alteraciones en la menstruación presentan diversas causas y pueden ser ocasionales o intermitentes o permanentes (Sociedad Española de Ginecología y Obstetricia, 2013). Otros autores como indican que la amenorrea secundaria afectaría hasta a un 4 % de mujeres en edad fértil.

Gráfico 1. Estadísticas del padrón continuo. Grupos quinquenales de edad de las mujeres en España en el ejercicio 2022



Con estos datos, se debe tener en cuenta a la población trans y no binaria, que oscila entre el 0,1 % y el 2 % entre adultos, dependiendo del área geográfica y la propia definición del término «transgénero» (Goodman *et al.*, 2019). Según la Federación Estatal de Lesbianas, Gais, Trans y Bisexuales (FELGTB), a nivel español no se pueden concretar datos sólidos en la actualidad (Rodríguez Álvarez, 2021).

Tras este recorrido, el total de la población objetivo de este estudio, según las estimaciones mencionadas, asciende a un total de $N = 15.000.000$ de personas. El resultado del tamaño de la muestra para que sea representativa se sitúa en 385 individuos, incluyendo un margen de error del 5 % y un nivel de confianza del 95 %. El total de contestaciones obtenidas finalmente para este estudio ha ascendido a $n = 864$.

La representatividad de la muestra se torna vital al permitir generalizar los hallazgos obtenidos sobre la población objetivo de manera más precisa, minimizando los sesgos y aumentando la validez externa de los resultados. Los frutos obtenidos de esta investigación se fundamentan en una sólida base de datos, lo que confiere mayor relevancia y aplicabilidad de las conclusiones y recomendaciones propuestas.

4. Resultados

4.1. Análisis cuantitativo de las encuestas

El presente estudio ha recopilado un total de 864 registros, proporcionando una muestra representativa para el análisis cuantitativo de los datos obtenidos. Sobre las 15 preguntas de la encuesta se procede a continuación a realizar un análisis de los resultados más relevantes, incluyendo la motivación de origen de cada una de las cuestiones incluidas.

Como primer paso, se ha preguntado a las personas participantes por los rangos de edad en los que se encuentran. La intencionalidad de esta pregunta reside en comprender su distribución, pudiendo proporcionar información relevante sobre las preferencias, necesidades y comportamientos relacionados con la gestión menstrual sostenible en las diferentes etapas de la vida. Estos resultados han revelado un contexto relativamente equilibrado en cuanto a la edad de los individuos, con una mayor representación en los grupos incluidos desde los 25 hasta los 54 años. Destaca poderosamente la participación del grupo de 35-44 años, copando el 46,30 % de respuestas. Estos hallazgos proporcionan *per se* una base inicial para poder comprender cómo las diferentes generaciones perciben y se involucran en la gestión de su ciclo menstrual.

La segunda pregunta se ha centrado en evaluar el nivel de conocimiento que poseen las personas encuestadas sobre los productos sustentables para la gestión menstrual. Esta cuestión mencionaba por primera vez y de manera directa artículos como las compresas

reutilizables, las copas menstruales y las bragas menstruales. Su presencia en la encuesta ha sido relevante para comprender el grado de familiaridad y aceptación de estas alternativas sostenibles en la población encuestada.

Los resultados indican que la mayor parte de los encuestados (60,07 %) conocen todos los productos sostenibles detallados en el enunciado de la cuestión, mientras que el 37,27 % admite saber sobre alguno de ellos.

El nivel de conocimiento de las personas encuestadas, haciendo alusión a campañas de concienciación relacionadas con los productos sostenibles de higiene menstrual a través de internet o redes sociales, se ha plasmado en la tercera pregunta. Este tipo de acciones desempeñan un papel fundamental en la difusión y promoción de la información, construyendo puentes educativos cómodos y accesibles. Los resultados revelan que la mayoría de las personas encuestadas, casi el 66 %, tienen conocimiento de su existencia. Sin embargo, un porcentaje significativo (34 %) declaró no tener conocimiento alguno de las mismas.

La percepción sobre el uso y las ventajas de los artículos sustentables para la gestión menstrual ha quedado retratada en la cuarta pregunta. El objetivo de la misma se ha centrado en determinar si existe un grado significativo de familiaridad con estos productos y si las personas encuestadas están informadas sobre sus características y beneficios.

Los resultados han mostrado que la mayor parte de las personas encuestadas (78,47 %) tienen al menos un nivel medio de conocimiento sobre el uso y las ventajas de los productos sustentables disponibles en el mercado para la gestión menstrual. Sin embargo, es importante señalar que un porcentaje minoritario (20,14 %) aún presenta un bajo conocimiento sobre estos productos, destacando que el 1,39 % no dispone de ninguna información al respecto.

Tabla 1. Respuestas a la pregunta 4

Opción	Cuenta	Porcentaje
Ningún conocimiento: No conozco este tipo de productos	12	1,39 %
Bajo nivel de conocimiento: He oído hablar de ellos, pero no he profundizado	174	20,14 %
Nivel medio de conocimiento: Conozco distintos productos y sus características	500	57,87 %
Alto nivel de conocimiento: Cuento con amplios conocimientos sobre los mencionados artículos de higiene y salud menstrual	178	20,60 %

Fuente: Elaboración propia.

Para explorar la opinión de las personas participantes sobre el impacto en el medio ambiente de los productos utilizados durante el periodo, enfrentando a los productos reutilizables frente a los desechables convencionales, se ha formulado la quinta pregunta. El objetivo que se pretende alcanzar es conocer el grado de acuerdo o desacuerdo generalizado respecto a la afirmación reflejada en la cuestión. Los resultados arrojados muestran una clara y poderosa tendencia a estar en sintonía con la declaración plasmada en el enunciado. La mayoría de las personas encuestadas, un 96,30 %, expresaron algún nivel de acuerdo. Únicamente un pequeño porcentaje (3,82 %) se mostró en desacuerdo con la afirmación.

Resulta de interés conocer la experiencia de los participantes en relación con el uso de productos sostenibles de higiene y salud menstrual. La finalidad se ha centrado en determinar la proporción de usuarios y usuarias que han utilizado este tipo de productos en comparación con las personas que no lo han hecho. Las respuestas a esta cuestión revelan que una mayoría significativa de las personas encuestadas (alrededor del 65 %) han utilizado en algún momento artículos sustentables, mostrando cierta experiencia y familiaridad con este tipo de productos. Sin embargo, también resulta importante destacar que un poco más de un tercio de las personas consultadas aún no han probado estas opciones reutilizables.

La pregunta 7 se ha centrado en identificar aquellos factores que han influido en la decisión de final de uso de productos sostenibles para la salud e higiene menstrual. A las personas encuestadas se les proporcionaron diferentes opciones, permitiéndoles seleccionar más de una respuesta, ya que pueden ser varias las causas que pueden haber desempeñado un papel relevante en su decisión final. Las conclusiones determinan que los factores con mayor peso y, por ende, mayor influencia en la determinación como claves de elección son la sostenibilidad medioambiental y el ahorro económico. Además de estos aspectos puede observarse que la comodidad, la salud, la seguridad y las recomendaciones de otras personas también juegan un papel motivacional y de influencia muy significativo.

Tabla 2. Respuestas a la pregunta 7

Opción	Cuenta	Porcentaje
Sostenibilidad medioambiental	454	52,55 %
Salud y seguridad	289	33,45 %
Ahorro económico	467	54,05 %
Comodidad y facilidad de uso	351	40,62 %
Recomendación de otras personas	239	27,66 %
No lo he considerado	158	18,29 %

Fuente: Elaboración propia.

Para llegar a conocer el nivel de interés o atracción de los diferentes productos sostenibles disponibles en el mercado se ha configurado la octava cuestión. A los participantes se les ha mencionado tres artículos como opciones a elegir, incluyendo la posibilidad de indicar que no tienen preferencia por ninguno en particular. Los resultados muestran que la copa menstrual es el producto reutilizable de higiene menstrual con mayor aceptación por parte del público (60,30 %), seguido de las bragas menstruales (27,08 %). Las compresas reutilizables, sin embargo, obtuvieron una menor preferencia (3,01 %).

Un aspecto importante de este estudio es identificar las principales barreras u obstáculos a los que han enfrentado las personas encuestadas a la hora de adoptar productos sostenibles en su higiene durante los periodos. A través de la pregunta 9 se les han proporcionado diversas opciones, pudiendo seleccionar más de una respuesta. Los resultados contemplan que las barreras más frecuentes se centran en la propia y personal resistencia al cambio, el desconocimiento sobre cómo utilizar los artículos sustentables y la falta de información. El coste elevado y la dificultad para poder adquirir estos artículos quedan relegados a un segundo plano. Es llamativo el dato que contempla que el 41 % de las personas participantes no ha experimentado ninguna barrera.

La décima pregunta se ha centrado en plasmar la disposición de la muestra para llegar a recomendar productos sostenibles a terceros. Las conclusiones a esta cuestión reflejan que la gran mayoría de las personas encuestadas estarían dispuestas a sugerir la adopción de estos artículos a otras personas (86,23 %). Esta alta predisposición puede suponer un indicador de peso que sugiere una actitud favorable hacia los productos sustentables para la gestión menstrual y una percepción positiva de sus beneficios.

Para conocer de manera más detallada la muestra, la pregunta 11 ha quedado formulada de manera que profundice en el método principal utilizado por las personas encuestadas para la gestión de su menstruación. Se proporcionaron diversas opciones de respuesta, quedando incluidos tanto métodos convencionales desechables como productos sustentables. Las conclusiones posicionan a la copa menstrual como el artículo utilizado más extendido entre las personas encuestadas, seguido de cerca por las compresas y tampones desechables. Las bragas menstruales y las compresas reutilizables presentan una menor prevalencia como métodos principales durante los periodos.

En relación con la cuestión anterior, la pregunta 12 se ha formulado con la intención de identificar aquellos factores mayormente predominantes e influyentes a la hora de elegir el método principal de gestión del ciclo menstrual. En este apartado se proporcionaron varias opciones de respuesta, indicando a las personas encuestadas la disposición de seleccionar más de un ítem.

Las conclusiones muestran que la comodidad y facilidad de uso destaca poderosamente sobre el resto de opciones (67,01 %). La costumbre y hábitos personales se coloca en segunda posición, alcanzando el 45,95 %. La sostenibilidad medioambiental, la seguridad

del producto y el ahorro económico también se consideran factores importantes, aunque en menor medida. Por último, la influencia de la recomendación de otras personas es relativamente baja en comparación con el resto de factores mencionados.

Tabla 3. Respuestas a la pregunta 12.

Opción	Cuenta	Porcentaje
Sostenibilidad medioambiental	269	31,13 %
Seguridad del producto	215	24,88 %
Costumbre y hábitos personales	397	45,95 %
Ahorro económico (durabilidad del producto)	262	30,32 %
Comodidad y facilidad de uso	579	67,01 %
Recomendación de otras personas	58	6,71 %

Fuente: Elaboración propia.

Resalta sustancialmente la importancia de tener en cuenta todas estas motivaciones, abordando correctamente y de manera estratégica los aspectos con mayor peso para las personas menstruantes.

La trayectoria personal de cada individuo puede haber experimentado cambios. Este es el motivo por el que se formula la siguiente cuestión, intentando reflejar las posibles modificaciones en sus productos de cabecera a lo largo de su convivencia con el periodo. Los resultados reflejan que el 69,68 % de las personas encuestadas han experimentado cambios en su recorrido particular.

Con vistas al futuro, la pregunta 14 ha pretendido identificar la percepción de las personas encuestadas sobre la progresiva utilización de productos sostenibles de salud e higiene menstrual. Un 94,21 % considera que estos artículos serán cada vez más empleados durante los periodos, reflejando una tendencia positiva hacia su adopción y popularización, indicando que existe una sensación de crecimiento en la demanda y una aceptación de estas alternativas respetuosas.

El último apartado del cuestionario alberga una pregunta opcional abierta. En ella se ha exhortado a las personas encuestadas a realizar comentarios o sugerencias relacionadas con la gestión menstrual sostenible. En consecuencia, se han obtenido un total de 132 respuestas que no han quedado limitadas con opciones predefinidas, recogiendo de este modo una amplia gama de comentarios que varían significativamente los resultados obtenidos entre los componentes de la muestra.

Esta diversidad de respuestas válidas ha permitido enriquecer la comprensión y el diálogo sobre el tema, fomentando la participación activa, la expresión individual y la diversidad de opiniones que invitan a una reflexión profunda sobre los aspectos vinculados a este campo. Un vergel de ideas, sensaciones, visiones y perspectivas de cada individuo a través de estas líneas, aportando muchos comentarios que resultan de interés para configurar las conclusiones de este trabajo.

5. Discusión

El presente estudio se ha adentrado en la exploración de la menstruación sostenible y su gestión, examinando para ellos diversos parámetros y aspectos relacionados con la salud e higiene durante los periodos.

A través de una exhaustiva revisión de literatura y la consecuente aplicación de la encuesta como herramienta cuantitativa para esta investigación, la recopilación de datos junto con los resultados obtenidos ha favorecido una visión actualizada y real de los desafíos y oportunidades que rodean a la menstruación. Los pilares se asientan sobre ejes de conocimiento efectivo que promulguen y fomenten prácticas más inclusivas y sostenibles en este ámbito.

6. Conclusiones

Respecto al conocimiento de los productos sostenibles para ser usados durante los periodos, incluyendo las compresas reutilizables o las bragas y copas menstruales, los resultados sugieren que las personas presentan cercanía y familiaridad con estos artículos reutilizables de gestión menstrual. Aunque estos datos son muy alentadores, es importante tener en cuenta que un pequeño porcentaje (3 %) declaró no tener conocimiento alguno sobre estos productos, lo que puede indicar la necesidad de promover una mayor difusión e información sobre estas opciones sustentables para la salud e higiene durante los periodos.

Las campañas de concienciación a través de fuentes como internet o las redes sociales en relación con productos sostenibles de gestión menstrual están presentes en la esfera digital. Los resultados revelan que la mayor parte de las personas encuestadas tienen conocimiento de su existencia, lo que sugiere que existe una difusión real de información acerca de las alternativas sustentables en el ámbito menstrual. Sin embargo, un porcentaje significativo, que alcanza el 34 %, declaró no tener conocimiento alguno, lo que indica la clara necesidad de continuar promoviendo y difundiendo información sobre los productos sostenibles para la higiene menstrual a través de diversas fuentes, consiguiendo de este modo alcanzar a un público más amplio.

Los resultados obtenidos sobre el nivel de conocimiento centrado en el uso y las respectivas ventajas de los artículos sustentables disponibles en el mercado en la actualidad son alentadores. Aunque la mayor parte de las personas menstruantes conocen e identifican estos productos, se sugiere la necesidad de seguir promulgando información a este respecto para conseguir informar y educar a la totalidad de la población. La concienciación sobre sus beneficios durante la gestión menstrual debe centrarse en ampliar el conocimiento para favorecer la adopción de estas alternativas más sustentables en el futuro más inmediato.

Cuando se introduce la variable medioambiental y se cuestiona el impacto de estos productos sostenibles enfrentándolos a los desechables tradicionales, los hallazgos respaldan la idea de que existe una percepción generalizada a favor de los productos sustentables de higiene menstrual. Se posicionan de este modo como alternativa más favorable y responsable desde el punto de vista ambiental si se comparan con los artículos tradicionales de un único uso. Este aspecto refuerza la importancia de promover, informar y difundir sobre los beneficios y ventajas de las compresas reutilizables o las copas y bragas menstruales, como herramientas sostenibles que limitan el impacto antropogénico para el entorno.

En relación con el uso y la experimentación con productos sostenibles de salud e higiene menstrual, los datos obtenidos confirman la necesidad de continuar fomentando la educación en torno a estos productos, así como intervenir en el abordaje de las posibles barreras o limitaciones existentes que puedan estar impidiendo una mayor adopción por parte de ciertos segmentos de la población.

Los factores que han influido en la posible consideración de hacer uso de artículos sustentables arrojan conclusiones significativas, destacando poderosamente el ahorro económico y la preocupación medioambiental. Estos resultados pueden llegar a ser útiles para orientar distintas estrategias de promoción y educación, así como para desarrollar productos que consigan satisfacer las necesidades, demandas y expectativas de las personas usuarias.

Respecto al atractivo y el interés que proyectan estos productos reutilizables, la copa menstrual se erige preferencia destacada para las personas encuestadas, seguida de las bragas menstruales como opción secundaria. Es por ello que las conclusiones obtenidas a raíz de esta cuestión resultarían de utilidad para conseguir orientar adecuadamente estrategias de marketing y desarrollo de productos, ajustándose a las tendencias y necesidades de las consumidoras y los consumidores.

Las barreras que impiden la adopción de artículos sustentables parecen no ser determinantes para la mayor parte del público encuestado, aunque un tercio de las personas consultadas confirman la dificultad de adoptar cambios en sus rutinas habituales. La información resultante de esta pregunta se posiciona relevante para poder abordar e identificar estas dificultades, desarrollando estrategias que puedan llegar a superar y romper con los escollos mencionados.

En relación con las recomendaciones relativas a productos de higiene y salud menstrual reutilizables, una amplia mayoría sugeriría su uso a terceros. Los resultados respaldan la idea de que estos productos pueden tener un impacto positivo en la vida de las personas, posicionándose como opciones viables y útiles para la gestión menstrual.

Dentro de los distintos métodos disponibles en el mercado para ser utilizados durante los periodos, destacan poderosamente los artículos sostenibles por encima de los artículos desechables tradicionales. Estos datos indican la aceptación y la integración en las rutinas actuales de este tipo de métodos, lo que resalta la importancia de aunar esfuerzos para continuar promoviendo la adopción generalizada de productos sustentables de higiene menstrual, al ofrecer alternativas más conscientes y respetuosas con el entorno. Respecto a los factores predominantes e influyentes en esta elección final, destaca la facilidad de uso y la costumbre inherente a los hábitos personales, elementos a tener en cuenta de cara a futuras acciones o campañas.

El cambio de producto de cabecera a lo largo de la trayectoria y convivencia de cada persona con la menstruación ha plasmado la flexibilidad de la muestra ante nuevas alternativas que puedan resultar de su interés, exponiendo su apertura ante la posible adopción de nuevos artículos. Destaca de este modo la importancia de disponer de diversas opciones en el mercado, brindando la oportunidad de encontrar el método de gestión menstrual que mejor se adapte a las necesidades y preferencias particulares en diferentes etapas de la vida.

Cuando se cuestiona la posibilidad de una mayor presencia de productos sustentables en el porvenir, el resultado sugiere un cambio en las actitudes y comportamientos hacia una gestión sustentable con el respectivo abordaje consciente y responsable del ciclo menstrual. Cada vez más personas reconocen los beneficios de los productos sostenibles y muestran una clara predisposición a adoptarlos en el futuro.

Los comentarios adicionales y sugerencias relacionadas con la menstruación sostenible han dibujado tanto la visión como los inconvenientes a los que se enfrentan las personas. Destaca poderosamente el reclamo de incorporar lavabos en los cuartos de baño de las distintas localizaciones públicas, facilitando las acciones necesarias para la higiene y la privacidad. Además, gran parte de las respuestas se concentran en demandar una información más contundente sobre los métodos sostenibles de gestión menstrual y solicitan formación desde los propios centros educativos.

En líneas generales este estudio sobre la menstruación sostenible ha arrojado información actualizada y de interés, ampliando el conocimiento de esta área y destacando la necesidad de un abordaje integral que se enfrente a los desafíos y oportunidades que surgen en este campo. Es imperativo continuar promoviendo la salud e higiene menstrual, fomentando prácticas sustentables que minimicen el impacto ambiental durante los periodos.

Las conclusiones obtenidas subrayan la importancia de seguir investigando y desarrollando soluciones innovadoras que promuevan la salud, la sostenibilidad y la igualdad en la gestión menstrual. Se torna fundamental seguir promoviendo la conciencia y la acción en este ámbito, para lograr un futuro en el que la menstruación sea gestionada de manera sostenible, inclusiva y respetuosa.

Referencias bibliográficas

- Alvira, F. (2011). *Cuadernos Metodológicos. La encuesta: una perspectiva general metodológica*. Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Creswell, J. W. (2014). *Research design. Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. (4.^a ed.). SAGE.
- EDE Fundazioa. (2021). *Estudio sobre la pobreza e higiene menstrual en la CAE*. Emakunde – Instituto Vasco de la Mujer. https://www.emakunde.euskadi.eus/contenidos/informacion/publicaciones_informes/es_emakunde/adjuntos/pobreza_higiene_menstrual_cae.pdf
- Flores Ruiz, E., Miranda Novales, M. G. y Villasís Keever, M. Á. (2017). El protocolo de investigación VI: cómo elegir la prueba estadística adecuada. *Estadística inferencial. Revista Alergia México*, 64(3), 364-370. <https://doi.org/10.29262/ram.v64i3.304>
- Gómez, T. (2017). *La edad media de la primera regla se adelanta*. Clínica Ginecológica. <https://www.clinicaginecologica.org/la-edad-media-de-la-primer-regla-se-adelanta/#:~:text=Hace%20100%20a%C3%B1os%2C%20la%20edad,Seg%C3%BAn%20la%20Dra>
- Goodman, M., Adams, N., Cornell, T., Kreukels, B. P., Motmans, J. y Coleman, E. (2019). Size and distribution of transgender and gender nonconforming populations. *Endocrinology and Metabolism Clinics of North America*, 48(2), 303-321. <https://doi.org/10.1016/j.ecl.2019.01.001>
- Illa García, A. (2018). *La revolución de la copa menstrual*. Universitat de Barcelona. <https://diposit.ub.edu/dspace/handle/2445/125417>
- INE. (2022a). *Estadística del padrón continuo*. INE. <https://www.ine.es/jaxi/Datos.htm?path=/t20/e245/p08/I0/&file=01002.px#latabs-grafico>
- INE. (2022b). *Población por edad (grupos quinquenales)*. INE. <https://www.ine.es/jaxi/Tabla.htm?path=/t20/e245/p08/I0/&file=01002.px&L=0>
- Lloyd Wright, K. B. F. (2005). Researching internet-based populations: Advantages and disadvantages of online survey research, online questionnaire authoring software packages, and web survey services. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 10(3). <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2005.tb00259.x>

- Miller, R. E. (2018). ¿When will I get my period? *Nemours KidsHealth*. <https://kidshealth.org/es/kids/when-period.html>
- Nikolopoulou, K. (2022). What Is snowball sampling? *Scribbr*. <https://www.scribbr.com/methodology/snowball-sampling/#:~:text=Snowball%20sampling%20is%20a%20non,people%20with%20a%20rare%20disease>
- Osvaldo, H. G. (2021). Aproximación a los distintos tipos de muestreo no probabilístico que existen. *Revista Cubana de Medicina General Integral*, 37(3). http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0864-21252021000300002
- Planned Parenthood. (2020). El periodo no es solo cosa de mujeres. *Planned Parenthood*. <https://www.plannedparenthood.org/es/blog/el-periodo-no-es-solo-cosa-de-mujeres-2>
- Rodríguez Álvarez, S. (2021). El reto de legislar sobre los derechos trans sin saber cuántos ni cómo son. *InfoLibre*. https://www.infolibre.es/politica/reto-legislar-derechos-trans-son_1_1195059.html
- Roqueta, S. (2021). Compresas reutilizables para una menstruación sostenible y segura. *Objetivo Bienestar*. https://www.objetivobienestar.com/sostenibilidad/compresas-reutilizables-menstruacion-sostenible-segura_54681_102.html
- Sanoja, M. (2020). Ni todas las mujeres menstrúan ni todas las personas que menstrúan son mujeres. *El País*. <https://elpais.com/buenavida/2020-06-19/ni-todas-las-mujeres-menstruan-ni-todas-las-personas-que-menstruan-son-mujeres.html>
- Sociedad Española de Ginecología y Obstetricia. (2013). Protocolo SEGO. Amenorrea primaria y secundaria. Sangrado infrecuente (actualizado febrero 2013). *Progresos de Obstetricia y Ginecología*, 56(7), 387-392. <https://doi.org/10.1016/j.pog.2013.04.006>
- Zurita Sánchez, M. C. (2020). *La copa menstrual como alternativa para el cuidado del medio ambiente*. Universidad San Francisco de Quito. <https://repositorio.usfq.edu.ec/handle/23000/10462>

Laura López Mateos. Graduada en Marketing por la Universidad a Distancia de Madrid, UDIMA. Funcionaria de la Administración local desde el ejercicio 2010. Profesional con enfoque transversal que combina su continua formación académica con un prisma de entrega multidisciplinar al servicio público.

Nathalie García-Erviti Nijeboer. Directora general experimentada en la industria del marketing y la publicidad. Experta en optimización del comercio electrónico, *country managers*, publicidad, comercio electrónico y Web 2.0. Profesora universitaria. Doctoranda por la Universidad a Distancia de Madrid, UDIMA.

Contribución de las autoras: Elaboración del marco teórico y revisión del estado del arte, N. G.-E. N.; Elaboración de la investigación, L. L. M.; Elaboración del marco aplicado de los datos y elaboración de resultados, L. L. M.; Contribución a la revisión bibliográfica, L. L. M.

