

Con o sin confinamiento **SÍ** menstruamos

@papayita
informa



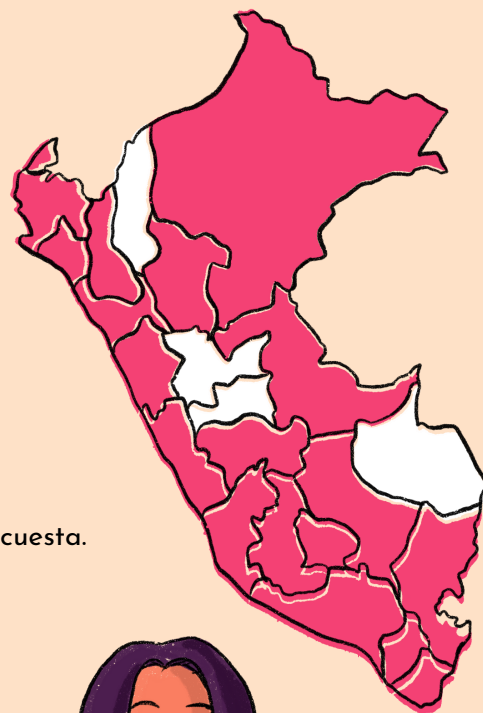
Introducción:



Ante la reciente crisis sanitaria a nivel global, han surgido muchas preocupaciones respecto a diversas problemáticas. Sin embargo, Desde Papayita Informa, durante el mes de junio del 2020, realizamos una encuesta con la finalidad de conocer las vivencias menstruales peruanas; teniendo en cuenta que "Con o sin pandemia Sí menstruamos" en el cual participaron 695 personas:

¿A quiénes encuestamos?

La encuesta estuvo dirigida principalmente a todas las peruanas menstruantes, por lo que pudimos obtener respuestas de cientos de personas de diferentes lugares de nuestro país.



Departamentos que participaron de nuestra encuesta.

Edades



10-15 años = 17.4%
16-19 años = 26.6%

20-25 años = 24.5%
26-30 años = 12.4%

31-40 años = 7.6%
41 a más años = 1.5%

¿Cuáles son los productos menstruales más usados?

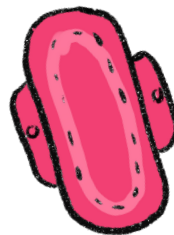
Hallamos que más de la mitad de las personas encuestadas usan toallas higiénicas desechables, y el 13.2% usan tampones. Lo cual nos hace plantearnos ¿Cuáles son las razones de seguir usando estos productos menstruales, cuando existen diferentes alternativas?



Toalla Higiénica
68,6 %



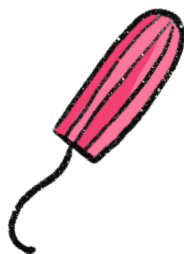
Copa Menstrual
7,44%



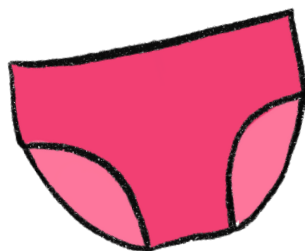
Toalla de Tela
6,13%



Sangrado Libre
0,72%



Tampón
13,2%



Calzón Menstrual
0,72%

OTRO

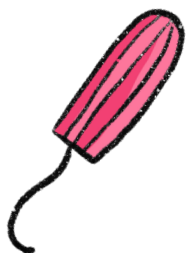
Otros Tipos
3,06 %

¿Cuáles son los productos menstruales más conocidos?

Con los resultados previos los cuales arrojaron que el 68,6% de las encuestadas usan toallas higiénicas, nos preguntamos, si conocían otros productos menstruales y estos fueron el resultado, fue gratificante conocer que mas del 90% de las encuestadas conocían 3 productos menstruales:



Toalla Higiénica
97.22%



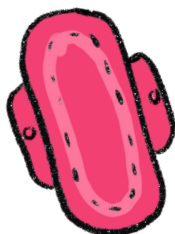
Tampón
95.05%



Copa Menstrual
93.04%



Calzón Menstrual
40.19%



Toalla de Tela
8.96%



Sangrado Libre
0.46%

Barreras que nos impiden acceder a productos menstruales



Testimonio



"Mi hermana se quedó sin trabajo en la cuarentena, por suerte yo pude mantenerlo. Cuando me solicitó ayuda económica, lo primero que me pidió que le compre no fue comida, sino toallas higiénicas."

Barreras Sociales



Como se mencionó antes, no hay mucha conciencia colectiva sobre las alternativas de productos, por lo que no se produce demanda, entonces el mercado no puede expandirse, lo que significa que menos acceso a las diferentes formas de acoger nuestra menstruación.



Barreras de Mercado

La menstruación es un tema poco tocado en nuestra sociedad, por lo que es de esperarse que se generen dudas y miedo relacionados a esta, lo que nos impide conocer completamente como autogestionar nuestra menstruación.



Barreras Económicas



Los productos menstruales son insumos de primera necesidad, sin embargo, hubo casos donde se tuvo que racionar la comida y dejar de comprar productos de gestión menstrual, debido a la reducción de ingresos económicos.

Testimonios

"Siempre he tenido la relación de odio/asco con mi propia menstruación, pero en esta cuarentena me he tomado el tiempo de explorarme y perdonarme por tratarme mal al menstruar."

