

**ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN PROMOVRIENDO EL USO DE LA COPA  
MENSTRUAL EN VALENCIA ESPAÑA**

**HEIDY VIVIANA VALERO GUARNIZO**

**AUTOR**

**01203025**

**CORPORACIÓN UNIVERSITARIA UNITEC  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS  
PROGRAMA DE MERCADEO Y PUBLICIDAD**

**VALENCIA, ESPAÑA 23 DE MAYO DE 2023**

## INTRODUCCIÓN

La pobreza menstrual es una problemática que afecta a un gran número de mujeres en todo el mundo. Esta situación se refiere a la falta de acceso a productos menstruales adecuados, higiénicos y asequibles, lo que limita la capacidad de las mujeres para llevar una vida digna y saludable durante su ciclo menstrual. Esta realidad tiene graves consecuencias físicas, emocionales y sociales, que se traducen en un impacto negativo en la calidad de vida de las mujeres y en la perpetuación de desigualdades de género.

En este contexto, surge la necesidad de investigar y comprender más a fondo las razones que subyacen a la existencia de la pobreza menstrual y explorar alternativas de solución que sean efectivas y sostenibles. El presente trabajo de grado se centra en analizar en detalle esta problemática, así como en proponer una alternativa concreta: la copa menstrual.

La metodología que se desarrollará en esta investigación se basará en un enfoque de análisis cualitativo. Se realizará una revisión de la literatura científica y académica existente sobre la pobreza menstrual, examinando estudios previos, informes y estadísticas relevantes. Además, se llevarán a cabo entrevistas a expertos en marketing y publicidad, también en una alguna oportunidad a expertos en salud menstrual y desarrollo social.

El objetivo de esta investigación es analizar las causas profundas de la pobreza menstrual y evaluar cómo la copa menstrual puede ofrecer una solución efectiva a esta problemática, al tiempo que contribuye a la preservación del medio ambiente. Se explorarán las ventajas y

desafíos asociados con la adopción de la copa menstrual como una alternativa sostenible y económicamente viable para las mujeres en situación de pobreza menstrual.

Las posibles conclusiones de este trabajo podrían señalar la importancia de abordar la pobreza menstrual desde una perspectiva integral que combine medidas políticas, educativas y de acceso a productos menstruales adecuados. Se espera que los resultados de esta investigación sirvan como base para promover políticas públicas inclusivas y programas de salud menstrual que garanticen el acceso equitativo a soluciones sostenibles, como la copa menstrual, en beneficio de las mujeres y del medio ambiente.

En resumen, este trabajo de grado tiene como objetivo profundizar en el análisis de la pobreza menstrual, presentar la copa menstrual como una alternativa viable y sostenible, y proponer conclusiones y recomendaciones que contribuyan a la erradicación de esta problemática, fomentando la igualdad de género y la preservación del medio ambiente.

## TABLA DE CONTENIDO

<b>1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....</b>	<b>7</b>
<b>1.1 Justificación.....</b>	<b>9</b>
<b>1.2 Pregunta de investigación.....</b>	<b>11</b>
<b>1.3 Objetivo general.....</b>	<b>11</b>
<b>1.4 Objetivos específicos.....</b>	<b>11</b>
<b>2. MARCO TEÓRICO.....</b>	<b>13</b>
<b>2.1 Pobreza menstrual.....</b>	<b>13</b>
<b>2.2 Infecciones genitourinarias femeninas.....</b>	<b>14</b>
<b>2.3 Contaminación ambiental.....</b>	<b>15</b>
<b>2.4 Comunicación digital.....</b>	<b>16</b>
<b>2.5 Copa menstrual.....</b>	<b>17</b>
<b>3. ESTADO DEL ARTE.....</b>	<b>18</b>
<b>3.1 Ficha técnica 1.....</b>	<b>18</b>
<b>3.2 Ficha técnica 2.....</b>	<b>20</b>
<b>3.3 Ficha técnica 3.....</b>	<b>23</b>
<b>3.4 Presentación de resultados.....</b>	<b>24</b>
<b>4. DISEÑO METODOLÓGICO.....</b>	<b>28</b>
<b>4.1 Tabla 1.....</b>	<b>29</b>
<b>4.2 Mapa mental 1.....</b>	<b>30</b>
<b>4.2.1 Análisis.....</b>	<b>30</b>
<b>4.3 Mapa mental 2.....</b>	<b>31</b>

<b>4.3.1 Análisis.....</b>	<b>31</b>
<b>4.4 Mapa mental 3.....</b>	<b>32</b>
<b>4.4.1 Análisis.....</b>	<b>32</b>
<b>5. CONCLUSIONES.....</b>	<b>33</b>
<b>6. RECOMENDACIONES.....</b>	<b>34</b>
<b>7. REFERENCIAS...../.....</b>	<b>36</b>
<b>8. ANEXOS.....</b>	<b>40</b>
<b>9. CARTA DE CESIÓN DE DERECHOS.....</b>	<b>42</b>

**TITULO**

ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN PROMOVRIENDO EL USO DE LA COPA  
MENSTRUAL EN VALENCIA ESPAÑA

## **1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

La pobreza menstrual es una realidad que afecta a millones de mujeres en todo el mundo, incluyendo Valencia, España. Se refiere a la falta de acceso a productos menstruales adecuados, limpios y asequibles, lo que limita la capacidad de las mujeres para llevar una vida digna y saludable durante su ciclo menstrual. Esta situación no solo tiene consecuencias negativas en la salud física y emocional de las mujeres, sino que también perpetúa desigualdades de género y afecta su participación plena en la sociedad.

La existencia de la pobreza menstrual en Valencia y en otros lugares se puede argumentar y respaldar con datos proporcionados por diversas entidades e investigaciones. Por ejemplo, según un informe publicado por la organización Plan International, alrededor de 500 millones de mujeres y niñas en todo el mundo carecen de acceso a productos menstruales adecuados. Esta falta de acceso se atribuye a diversos factores, como la falta de recursos económicos, la estigmatización y la falta de educación sobre la menstruación.

En el contexto de Valencia, España, diferentes estudios y organizaciones locales también han evidenciado la existencia de la pobreza menstrual. Por ejemplo, la Asociación de Planificación Familiar (APF) ha señalado que muchas mujeres en situación de vulnerabilidad en la comunidad de Valencia, enfrentan dificultades para acceder a productos menstruales debido a limitaciones económicas. Además, la APF destaca que esta falta de acceso puede tener consecuencias negativas en la salud y bienestar de las mujeres, así como en su participación social y educativa.

Asimismo, datos proporcionados por el Instituto Nacional de Estadística (INE) de España revelan que un porcentaje significativo de mujeres en el país vive en situación de riesgo de pobreza o exclusión social. Esta realidad económica precaria puede agravar aún más la dificultad de acceder a productos menstruales de calidad y asequibles para muchas mujeres en Valencia y otras regiones.

Estos datos y argumentos respaldan la existencia de la pobreza menstrual como un problema real y urgente que debe abordarse en Valencia y en el ámbito nacional e internacional. Es fundamental tomar conciencia de esta problemática y trabajar en la búsqueda de soluciones efectivas y sostenibles que garanticen el acceso equitativo a productos menstruales adecuados para todas las mujeres, sin importar su situación económica o social.



## **1.1 Justificación**

La realización de esta investigación sobre la pobreza menstrual y la promoción de la copa menstrual como alternativa sostenible y accesible, surgen de la necesidad de abordar una problemática que afecta a millones de mujeres en la actualidad. Este tema es de suma importancia en la sociedad actual debido a su relevancia en términos de salud, derechos humanos, igualdad de género y sostenibilidad ambiental.

En primer lugar, la investigación se justifica por la necesidad de visibilizar y comprender en profundidad la realidad de la pobreza menstrual. A pesar de ser un tema que afecta a una gran cantidad de mujeres, sigue siendo un aspecto poco abordado y estigmatizado en muchos contextos. La investigación permitirá generar conocimiento y conciencia sobre esta problemática, brindando información fundamental para la implementación de campañas publicitarias por medio de programas de intervención adecuados.

En segundo lugar, la importancia de este tema radica en su impacto directo en la vida de las mujeres y en la garantía de sus derechos. La falta de acceso a productos menstruales adecuados limita la salud, la educación y la participación social y económica de las mujeres. Al abordar la pobreza menstrual y promover alternativas como la copa menstrual, se busca empoderar a las mujeres, promover la igualdad de género y mejorar su calidad de vida.

Además, como estudiante de mercadeo y publicidad, y como mujer, siento un fuerte compromiso personal para impulsar este proyecto. Mi motivación surge de la fascinación por

abordar una problemática relevante desde una perspectiva integral y generar un impacto positivo en la sociedad.

Esta investigación representa una oportunidad única para ampliar el panorama del conocimiento, explorar nuevas perspectivas y contribuir al enriquecimiento del campo publicitario y de marketing en constante evolución.

En cuanto al grado de pertinencia de la investigación frente al programa académico profesional de la investigadora, se destaca la vinculación con disciplinas como la salud pública, la igualdad de género y la sostenibilidad ambiental. La investigación no solo fortalecerá los conocimientos teóricos y metodológicos adquiridos durante el programa, sino que también contribuirá a la formación de una profesional comprometida con el bienestar de las mujeres, la justicia social y el cuidado del medio ambiente.

En resumen, la investigación se justifica por la necesidad de abordar la pobreza menstrual, promover alternativas sostenibles y accesibles como la copa menstrual, garantizar los derechos de las mujeres y contribuir al avance del conocimiento en esta área. La relevancia social, los impactos directos en la vida de las mujeres y el interés personal y profesional de la investigadora respaldan la importancia y pertinencia de este trabajo de grado.

## **1.2 Pregunta de investigación**

¿Qué estrategias de comunicación pueden incentivar el uso de la copa menstrual en Valencia España?

## **1.3 Objetivo general**

Identificar estrategias de comunicación que puedan incentivar el uso de la copa menstrual minimizando las consecuencias negativas en la salud de las mujeres por el mal uso de productos menstruales y a su vez, cuidar del medio ambiente de Valencia, España.

## **1.4 Objetivos específicos**

El primer objetivo específico de esta investigación es analizar el contexto en el que se desarrolla la problemática de la pobreza menstrual y la falta de acceso a productos menstruales sostenibles.

El segundo objetivo específico de esta investigación es identificar de manera precisa las causas y consecuencias de la pobreza menstrual, así como definir una metodología efectiva que nos permita recopilar datos relevantes, realizar análisis profundos y generar conclusiones sólidas.

Desarrollar estrategias creativas para abordar y resolver la problemática de la pobreza menstrual, promoviendo el uso de la copa menstrual como una alternativa sostenible, económica y saludable.

A través de un enfoque creativo de mercadología publicitaria, se buscará desarrollar iniciativas y campañas que promuevan la concientización, la accesibilidad económica y la adopción de alternativas sostenibles como la copa menstrual. Estas estrategias estarán diseñadas para generar un impacto positivo en la sociedad, mejorar la calidad de vida de las mujeres y contribuir a la protección del medio ambiente.

## 2. MARCO TEÓRICO

### 2.1 Pobreza menstrual

La falta de accesibilidad a productos menstruales en España, realza parte de la población femenina que reconoce haber enfrentado dificultades económicas para obtener los productos de higiene menstrual. Aunque España intenta que el IVA de estos productos sea del 4 por ciento al clasificarse como productos de primera necesidad, en la mayoría del territorio nacional se mantiene el 10 por ciento, provocando que muchas mujeres no puedan costear los productos mensualmente. (2022)

Hay dos de cada diez mujeres que se enfrentan en un verdadero reto cada mes, pues tienen que decidir entre comer o comprar algún producto de higiene menstrual llevando en alto el concepto de la “pobreza menstrual”, tanto así que muchas han tenido que llevar puesto cualquier otra cosa que reemplace una compresa, tampón o copa menstrual, sufriendo en silencio tanto a nivel, físico como psicológico. (Patricia Martín, 2021)

Son considerados “un lujo” los productos de higiene menstrual para aquellas mujeres que sufren de pobreza menstrual. Un gasto importante para el bolsillo de las mujeres, que no tienen los recursos económicos y que se ha convertido en una problemática invisible que identifica hasta un 22 por ciento de las mujeres, según un estudio realizado recientemente. (Marta Borraz / Ana Requena Aguilar, 2022)

## 2.2 Infecciones genitourinarias femeninas

Una de las infecciones genitourinarias femeninas más común es la candidiasis. Esta se propicia por el crecimiento excesivo de un hongo que está presente en la flora vaginal. Esta infección aumenta exponencialmente durante la menstruación ya que al utilizar productos de higiene como las compresas o los tampones, dificultan que el calor y la humedad de la zona tengan transparencia. (Brenda B. Lennoxç, 2021)

La vaginitis bacteriana es una de las infecciones de la mucosidad vaginal, esta se activa por la proliferación excesiva de bacterias produciendo signos y síntomas como picazón o irritación vaginal, micción dolorosa, cambio de color, olor o cantidad del flujo vaginal, obligando de carácter urgente a que las mujeres se pongan en un tratamiento para evitar futuras complicaciones. (s.f.)

Las infecciones aumentan en mujeres y niñas que tienen que recurrir a hojas, medias o trapos para convertirlas en compresas, privándolas de gozar de un buen sistema de salud sanitaria y desencadenando enfermedades a temprana edad, una incubación de bacterias que a lo largo genera inseguridad, además de que son altas las probabilidades de sufrir otras enfermedades. (s.f.)

### **2.3 Contaminación ambiental**

Existen varios tipos de contaminantes ambientales, estos pueden ser de origen natural como artificial, teniendo como objeto en común deteriorar el medio ambiente. Los desechos artificiales, que son los provocados por el ser humano, se caracterizan por la mala gestión de los residuos que se originan de acuerdo al tipo de actividad de la industria. (s.f.)

La contaminación ambiental se deriva por muchos productos que se consumen y que al consumirlos, también se participa indirectamente de la contaminación que hacen las industrias al producir dichos productos. Se encuentran agentes contaminantes desde el aire que se respira, los alimentos que se consumen y los productos que apuestan por una supuesta vida saludable, pero que realmente son productos que contaminan el medio ambiente. (s.f.)

Una de las problemáticas ambientales españolas tiene que ver con la contaminación ambiental que actualmente se origina por el modelo de desarrollo, haciendo referencia a cualquier combinación de agentes tanto física, química o biológica que se encuentre presente en el medio ambiente. Siendo los residuos una fuente constante de degradación ambiental, ya que por la moderna era del consumismo se ven reflejado el alto crecimiento de contaminación. (s.f.)

## 2.4 Comunicación digital

La comunicación digital se conoce como transmisión de datos o comunicación de datos, se refiere a la transferencia de información por medio de señales digitales de un canal a otro. Es una técnica de comunicación en que los datos, el pensamiento y la información se transforman discretamente por medio de códigos digitales. (2021)

Gracias a la evolución de la comunicación digital, las empresas pueden compartir mucha más información que hiper conecta a los usuarios con los datos que quieren transferir. Es por eso que se estima que solo el 20 por ciento conserva su comunicación de forma tradicional, es decir que el 80 por ciento ha decidido migrar a medios digitales, compartiendo interactivamente imágenes, blogs, foros y videos, ya que la audiencia participa activamente de este tipo de contenidos. (s.f)

El internet y los diferentes canales de comunicación, han llevado a la comunicación digital de lo lineal a multinivel y multicanal, permitiendo que la información y el conocimiento se comparta a través de cualquier medio digital, siendo perfectamente entendible y legible, siempre y cuando se disponga de un dispositivo electrónico, donde los videos y blogs también son medios de comunicación al igual que las redes sociales. (2022)



## 2.5 Copa menstrual

La copa menstrual protege y respeta la flora vaginal, está hecha de material llamado Thermolast, que es un Elastómero Termoplástico medicinal (TPE), que no provoca ni alergias ni daño a la zona íntima de la mujer. Es recomendada ampliamente porque en lugar de provocar infecciones vaginales, respeta esta zona aportando protección natural. (Montse Alcalde, 2021)

Es un producto que llevar puesto es como si no estuviera, no se siente, se olvida que está con la mujer, en el cuerpo, se puede ir a trabajar, estudiar, cuando al final del día se llega el momento de recordar de que existe una copa menstrual que la ha acompañado en todo. “La copa dura bastante, incluso si se tiene un flujo abundante y a diferencia de los tampones, no raspa ni irrita”. (Elisabeth G. Iborra, 2022)

El conocimiento de la copa menstrual es bajo, a pesar de que existen 199 marcas y las copas están en 99 países disponibles. Es un producto seguro pero desconocido, tan bajo que solo entre el 11 y 33 por ciento de las mujeres son conscientes de su existencia y aunque existen sitios web que ofrecen material educativo sobre la pubertad solo un 30 por ciento ha mencionado las copas menstruales. (Teguayco Pinto, 2019)

### 3. ESTADO DEL ARTE

#### 3.1 Ficha técnica No.1

<b>Referencia del texto</b>	<p>Almanza (2021). Un triunfo para la mujer y la sostenibilidad: La copa menstrual como la consolidación del eco feminismo. Perú: Conexión Ambiental.</p> <p><a href="https://conexionambiental.pe/un-triunfo-para-la-mujer-y-la-sostenibilidad-la-copa-menstrual-como-la-consolidacion-del-ecofeminismo/">https://conexionambiental.pe/un-triunfo-para-la-mujer-y-la-sostenibilidad-la-copa-menstrual-como-la-consolidacion-del-ecofeminismo/</a></p>
<b>Tema</b>	La copa menstrual como producto eco feminismo
<b>Tesis</b>	Las copas menstruales, un método seguro que conserva el medio ambiente.
<b>Propósito</b>	La divulgación de múltiples beneficios en cuanto la población femenina use la copa menstrual, poniendo fin a los residuos desechables que son cantidades alarmantes anuales, durante toda la vida menstrual de la mujer.

<p><b>Ideas centrales</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• “Es innegable que dichos productos (compresas y tampones) son una fuente de contaminación al ser fabricados a partir de fibras plásticas que finalmente culminan en vertederos y en el mar”.</li> <li>• La copa menstrual, una vez se logra acostumbrarse al funcionamiento de este producto, puede ser incluso más fácil de colocar y disponer que un tampón.</li> <li>• La reconciliación de las mujeres y la naturaleza.</li> <li>• “El internet no es accesible a toda la población e incluso el mismo hecho de conocer la copa menstrual es limitado”</li> </ul>
<p><b>Conceptos claves</b></p>	<p>Opción sostenible y práctica.</p> <p>Mejorar la calidad del medio ambiente.</p> <p>Campañas de información eficaces.</p> <p>Eco feminismo.</p> <p>La adquisición de una copa representa un</p>

	desafío.
<b>Conclusiones</b>	<p>Gracias a todo lo anterior, podemos interpretar y conocer la evolución de los productos sanitarios, a su vez el negativo impacto con el medio ambiente. De esta forma, podemos concluir que la copa menstrual es un método que brinda seguridad y bienestar, aunque falten medios de difusión para poder conectar con aquella población que desconoce por completo este producto menstrual y no tienen ni siquiera acceso a un sistema de salud.</p>

Fuente: Elaboración propia

### 3.2 Ficha técnica No.2

<b>Referencia del texto</b>	<p>Avramova (2019). La copa menstrual es una opción eficaz y respetuosa con el medio ambiente, según investigadores. USA: CNN  <a href="https://cnnespanol.cnn.com/2019/07/18/la-copa-menstrual-es-una-opcion-eficaz-y-respetuosa-con-el-medio-ambiente-segun-">https://cnnespanol.cnn.com/2019/07/18/la-copa-menstrual-es-una-opcion-eficaz-y-respetuosa-con-el-medio-ambiente-segun-</a></p>
-----------------------------	--

	<u>investigadores/</u>
<b>Tema</b>	Investigaciones que afirman los beneficios del uso de la copa menstrual.
<b>Tesis</b>	Desde la perspectiva de las investigaciones, la descripción del producto puesto en estudios.
<b>Propósito</b>	En base a estudios realizados en diferentes partes del mundo con mujeres y niñas al usar la copa menstrual, dar a conocer que es efectiva.
<b>Ideas centrales</b>	<p>Las copas menstruales pueden ser parte de la solución en muchos lugares del mundo donde se vive la pobreza menstrual.</p> <p>Mujeres y niñas europeas estudiadas usando la copa menstrual no presentaron ningún inconveniente.</p> <p>La copa menstrual ahorra dinero, es bueno para el medio ambiente y no hay desperdicio de residuos.</p> <p>Se realizan campañas en África, donde existe pobreza absoluta referente al uso de productos menstruales.</p>

<b>Conceptos claves</b>	<p>La higiene menstrual ha sido descuidada a nivel internacional.</p> <p>Las mujeres necesitan varios ciclos para la adaptación de la copa menstrual.</p> <p>Se requieren más estudios para determinar el uso de la copa en mujeres con el dispositivo DIU.</p> <p>Informes limitados sobre el uso de la copa menstrual.</p>
<b>Conclusiones</b>	<p>La concientización del uso de la copa es baja, aunque existen 199 marcas en 99 países, siendo los más económicos menos de un dólar y los más costosos 46 dólares.</p> <p>Se reiteran los beneficios al incorporarse completamente en la vida las niñas y jóvenes que inician su ciclo menstrual, además es un producto demasiado rentable.</p>

Fuente: Elaboración propia

### 3.3 Ficha técnica No.3

<b>Referencia del texto</b>	<p>Arenas. Aceptabilidad y seguridad de la copa menstrual. Colombia: Revista colombiana de obstetricia y ginecología.</p> <p><a href="https://revista.fecolsog.org/index.php/rcog/artic/le/view/3425/3633">https://revista.fecolsog.org/index.php/rcog/artic/le/view/3425/3633</a></p>
<b>Tema</b>	Seguridad en cuanto al uso de la copa menstrual.
<b>Tesis</b>	Aceptación del producto en zonas en que se han realizado dichos estudios.
<b>Propósito</b>	Búsqueda sistemática de la literatura para medir la aceptabilidad y seguridad de la copa como producto de higiene genital femenina.
<b>Ideas centrales</b>	Búsqueda sistemática para evaluar la aceptación de la copa menstrual.
<b>Conceptos claves</b>	<p>Costo efectividad.</p> <p>Beneficio seguridad.</p>
<b>Conclusiones</b>	Aunque son pocos los estudios, verdaderamente sigue siendo una alternativa cómoda, segura y eficiente para la higiene menstrual.

Fuente: Elaboración propia

### 3.4 Presentación de resultados

#### Introducción

En este texto se tratara el tema

- Sobre la pobreza menstrual en España y menos residuos en el medio ambiente. Lo que se quiere estudiar es ¿Qué estrategias de comunicación pueden incentivar el uso de la copa menstrual para el cuidado del medio ambiente? Y para cumplir con lo que se quiere, se trazaron los siguientes objetivos específicos:
  - Analizar el contexto en el que se desarrolla la problemática de la pobreza menstrual y la falta de acceso a productos menstruales sostenibles.
  - Identificar de manera precisa las causas y consecuencias de la pobreza menstrual, así como definir una metodología efectiva que nos permita recopilar datos relevantes, realizar análisis profundos y generar conclusiones sólidas.
  - Desarrollar estrategias creativas para abordar y resolver la problemática de la pobreza menstrual, promoviendo el uso de la copa menstrual como una alternativa sostenible, económica y saludable.
-



	<p><b>Presentación general de resultados</b></p>	<p>En total se encontraron tres documentos relacionados con el tema de investigación. Los textos pueden ir agrupados, con base en las características de cada documento que son temas: copas menstruales, medio ambiente e infecciones vaginales.</p>
<p><b>Desarrollo</b></p>	<p><b>Descripción de factores</b></p>	<p>Los textos de la ficha técnica No.1 se caracterizan por estar enfocado al concepto de eco feminismo. El artículo de la ficha técnica 1, 2 y 3 tienen en común que destacan la importancia de erradicar un cambio en general, que se necesita.</p> <p>Entre todos los documentos encontrados, vale la pena resaltar el artículo de la</p>

	<p>ficha No.2 donde se habla de la inclusión en África, solo por destacar que el producto sigue siendo realmente viable.</p>
<p><b>Conclusión en relación con la investigación</b></p>	<p>Con base en la literatura encontrada, es posible establecer que para el estudio de este tema es importante tener presente que existen brechas con la comunicación. La metodología más idónea para su estudio es cualitativa, ya que requiere menos tiempo que el cuantitativo o mixto, considerando que la elección reúne la información necesaria para el estudio.</p>
<p><b>Conclusiones</b></p>	<p>De la información obtenida a partir de los textos consultados se utilizarán los aspectos relacionados con</p>

cifras de los estudios. Adicionalmente, se identificó que existen vacíos en la literatura relacionados con estudios que demuestren porque el sector de salud y educacional no tienen inclusión del tema. Así que, esta investigación pretende aportar al estudio de estrategias de comunicación para acercar y brindar toda la información sobre el producto y los beneficios de usarlo.

---

Fuente: Elaboración propia.

#### **4. DISEÑO MÉTODOLÓGICO**

El diseño metodológico de esta investigación se basó en un enfoque cualitativo y exploratorio, utilizando la técnica de entrevistas a profundidad. El objetivo fue obtener información detallada y perspectivas expertas sobre las estrategias de comunicación para promover el uso de la copa menstrual en el mercado de Valencia, España. La muestra estuvo compuesta por 3 profesionales en marketing y publicidad, seleccionados por su experiencia y conocimiento en el campo. El grupo objetivo estuvo conformado por cargos directivos, y también se incluyó un fundador de marca para enriquecer la perspectiva del estudio.

El objetivo de las entrevistas a profundidad con expertos en marketing y publicidad fue obtener información valiosa sobre las estrategias de comunicación que podrían ser efectivas para promover el uso de la copa menstrual en el mercado de Valencia, España. A través de estas entrevistas, se buscó comprender las percepciones, conocimientos y experiencias de los profesionales en cuanto a la comunicación relacionada con productos menstruales, identificar posibles barreras y desafíos en la promoción de la copa menstrual, así como explorar ideas innovadoras y creativas para impulsar su adopción en la sociedad. Las entrevistas permitieron obtener insights y recomendaciones concretas para desarrollar estrategias de comunicación efectivas y adaptadas al contexto local, con el objetivo de generar conciencia, informar, desmitificar y fomentar el uso de la copa menstrual como una alternativa sostenible y saludable.

#### 4.1 Tabla 1

---

Ficha técnica de entrevista cualitativa

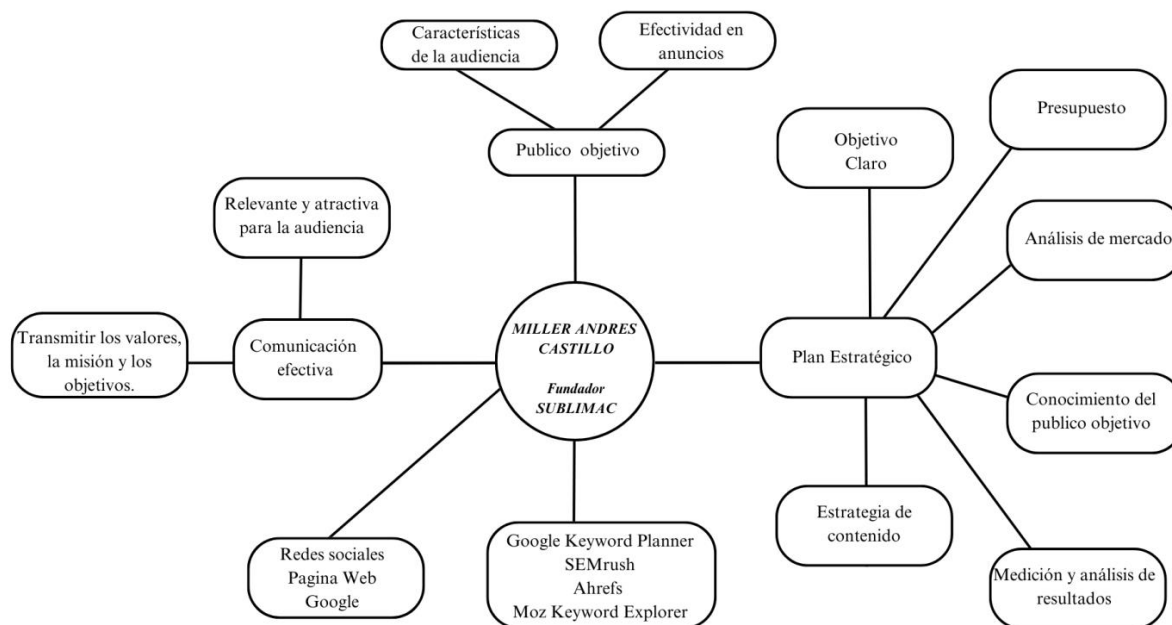
---

<i>Tipo de estudio</i>	Exploratorio
<i>Técnica</i>	Entrevista a profundidad
<i>Mercado</i>	Expertos en marketing y publicidad
<i>Universo</i>	3 profesionales
<i>Lugar</i>	Vía online con la aplicación Zoom
<i>Fecha y hora</i>	07/04/2023 – 12:00
<i>Grupo objetivo</i>	3 profesionales en marketing y publicidad, edades entre 30 a 40 años, con cargos directivos y un fundador de marca.

---

Fuente: Elaboración propia.

## 4.2 Mapa mental 1



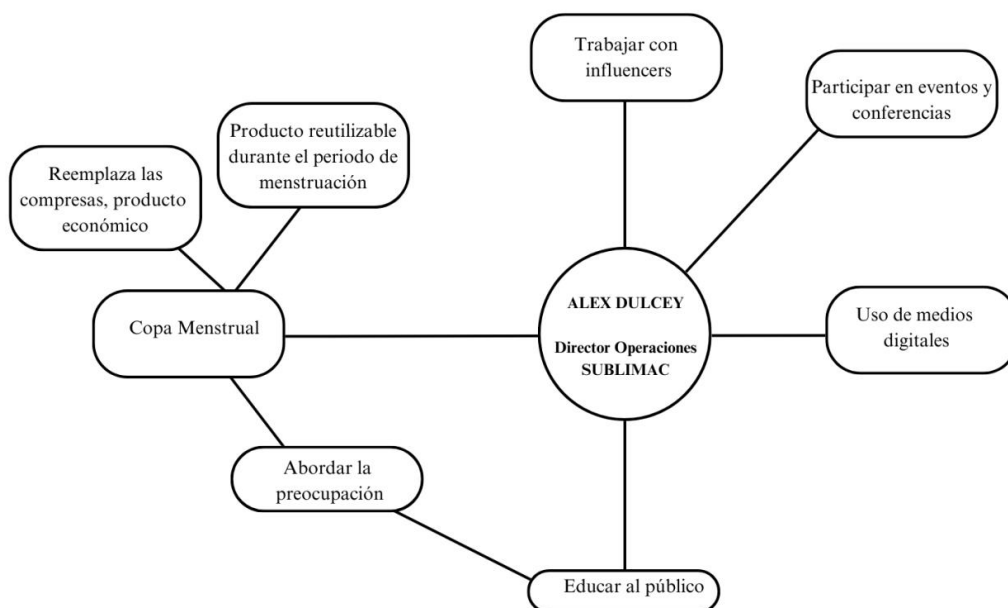
Datos obtenidos de la entrevista

Fuente: Elaboración propia

### 4.2.1 Análisis de resultados

Teniendo en cuenta la entrevista realizada al profesional Miller Andrés Castillo se confirma que para generar una estrategia de comunicación, lo más importante es conocer muy bien al público objetivo para saber cómo llegar a ellos; además de tener las herramientas para poder analizar la necesidad del mercado y a su vez la medición y análisis de resultados, asegurando que se lograra una comunicación efectiva, transmitiendo los valores de la marca y la misión, de una forma relevante y atractiva para la audiencia.

### 4.3 Mapa mental 2



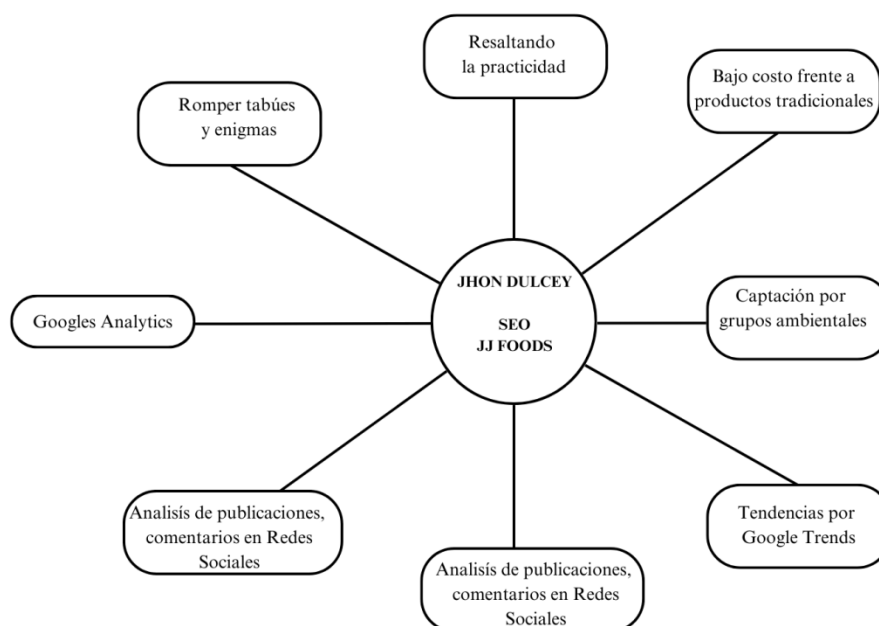
Datos obtenidos de la entrevista

Fuente: Elaboración propia

#### 4.3.1 Análisis de resultados

De acuerdo a la entrevista realizada al profesional Alex Dulcey quien se desempeña como director de operaciones de SUBLIMAC.ES, se puede resaltar la importancia del posicionamiento de una marca en los medios de comunicación, en este caso nos dice que trabajar con influencers, participar de eventos y conferencias, ayuda a alcanzar ese posicionamiento deseado al tratarse del uso de medios digitales. Desde su experiencia laboral, recomienda abordar la preocupación educando al público objetivo, proporcionando de esta manera seguridad y confiabilidad en la marca de las copas menstruales que se quieran incluir en las campañas.

### 4.4 Mapa mental 3



Datos obtenidos de la entrevista

Fuente: Elaboración propia

#### 4.4.1 Análisis de resultados

Desde la perspectiva que tiene el profesional Jhon Dulcey en SEO, resalta que la ausencia de planes estratégicos dentro del mercado se debe a la ausencia de un diseño y estrategias bien elaborado, pensado en mejorar la visibilidad en medios digitales. Por lo anterior, resalta que la practicidad del producto, el bajo costo y la oportunidad de captación por grupos ambientales permite romper tabúes y enigmas, permitiendo que el producto se convierta en tendencia mediante herramientas como Google Trends.



## 5. CONCLUSIONES

Tras analizar el contexto en el que se desarrolla la problemática de la pobreza menstrual y la falta de acceso a productos menstruales sostenibles, se ha obtenido un conocimiento profundo sobre las condiciones y desafíos que enfrentan las mujeres en este aspecto. Se ha identificado la existencia de barreras socioeconómicas y la falta de conciencia sobre alternativas sostenibles. Esta comprensión del contexto proporciona una base sólida para abordar la problemática y promover soluciones efectivas.

Mediante la identificación precisa de las causas y consecuencias de la pobreza menstrual, así como el desarrollo de una metodología efectiva de investigación, se ha logrado obtener información valiosa sobre los factores que contribuyen a esta problemática y su impacto en la vida de las mujeres. Este conocimiento profundo permite comprender la magnitud del problema y su complejidad, lo que a su vez orienta el diseño de estrategias y políticas más efectivas para abordarlo con un enfoque creativo de mercadología publicitaria para desarrollar estrategias innovadoras abordando el tema y resolver la problemática de la pobreza menstrual.

Se ha demostrado que la copa menstrual no solo beneficia a las mujeres, brindándoles una opción más accesible y saludable, sino que también contribuye a la protección del medio ambiente al reducir significativamente la generación de desechos menstruales. Estas estrategias creativas tienen el potencial de generar un impacto positivo en la sociedad, mejorar la calidad de vida de las mujeres y promover un cambio hacia un enfoque más sostenible y consciente en el manejo de la menstruación.

## 5. RECOMENDACIONES

**Implementar políticas de apoyo:** Se recomienda que las instituciones públicas y privadas implementen políticas que respalden a precios accesibles de la copa menstrual Cupsweet.es como una alternativa sostenible para la gestión menstrual. Estas políticas deben contar con recursos suficientes y tener en cuenta la accesibilidad y disponibilidad del producto en comunidades con pobreza menstrual.

**Promover la educación y concientización:** Es fundamental promover programas de educación y concientización que destaquen los beneficios de la copa menstrual Cupsweet.es como una opción saludable, económica y respetuosa con el medio ambiente. Estos programas deben dirigirse tanto a mujeres como a hombres, eliminando los estigmas asociados con la menstruación y fomentando una mayor comprensión de los productos menstruales sostenibles.

**Establecer alianzas y colaboraciones:** Se recomienda establecer alianzas estratégicas con organizaciones sin fines de lucro, agencias gubernamentales y empresas relacionadas con la salud y el bienestar, para promover conjuntamente la adopción de la copa menstrual Cupsweet. Estas colaboraciones pueden incluir campañas de promoción, eventos educativos y proyectos piloto que amplíen el acceso y la disponibilidad de la copa menstrual en comunidades vulnerables.

**Investigar y desarrollar soluciones innovadoras:** Es importante fomentar la investigación y el desarrollo continuo de la copa menstrual Cupsweet, buscando mejoras en su diseño,

materiales y tecnología para garantizar la comodidad, seguridad y eficacia del producto. Además, es necesario explorar nuevas estrategias de distribución y comercialización que amplíen su alcance y faciliten su acceso a nivel global.

Evaluar y monitorear el impacto: Se recomienda llevar a cabo evaluaciones periódicas para medir el impacto de la promoción y adopción de la copa menstrual Cupsweet en la reducción de la pobreza menstrual y la disminución de la contaminación ambiental. Esto permitirá ajustar las estrategias de marketing y concientización, así como identificar áreas de mejora y medir el progreso hacia los objetivos de desarrollo sostenible relacionados con la gestión menstrual.

Estas recomendaciones están enfocadas en promover la copa menstrual Cupsweet como una solución sostenible a la pobreza menstrual y la contaminación ambiental, aprovechando su diseño cómodo y los beneficios que ofrece en términos de salud, economía y protección del medio ambiente.

## 6. REFERENCIAS

Amazon. (s.f.). Resultados de búsqueda de "copa menstrual". Recuperado el 1 de mayo de 2023, de <https://www.amazon.es/copa-menstrual/s?k=copa+menstrual>

Amnistía Internacional. (s.f.). La menstruación y los derechos humanos. Recuperado el 1 de mayo de 2023, de <https://www.es.amnesty.org/en-que-estamos/blog/historia/articulo/la-menstruacion-y-los-derechos-humanos/>

Arroyo, P. (2021, 14 de mayo). ¿Por qué la copa menstrual no termina de despegar en España? El Diario. Recuperado el 1 de mayo de 2023, de [https://www.eldiario.es/consumoclaro/vida\\_sexual/copa-menstrual-regla-menstruacion-ventajas-inconvenientes\\_1\\_4084980.html](https://www.eldiario.es/consumoclaro/vida_sexual/copa-menstrual-regla-menstruacion-ventajas-inconvenientes_1_4084980.html)

Centro de Estudios e Investigaciones. (s.f.). ¿Qué es la comunicación digital? Recuperado el 1 de mayo de 2023, de <https://cei.es/que-es-la-comunicacion-digital/>

Chaparro, D. (2015, 23 junio). Intimina presenta una campaña publicitaria sobre el ahorro y la higiene íntima. IPMark. Recuperado el 1 de mayo de 2023, de <https://ipmark.com/campana-intimina-ahorro-higiene-intima/>

Conexión Ambiental. (2019, 18 de julio). La copa menstrual: una opción eficaz y respetuosa con el medio ambiente, según investigadores. CNN en Español. Recuperado el 1 de

mayo de 2023, de <https://cnnespanol.cnn.com/2019/07/18/la-copa-menstrual-es-una-opcion-eficaz-y-respetuosa-con-el-medio-ambiente-segun-investigadores/>

Copamenstrualmeluna.com. (s.f.). Entrevista con ginecóloga. Recuperado el 1 de mayo de 2023, de <https://www.copamenstrualmeluna.com/content/11-entrevista-ginecologa>

Epitech. (s.f.). Comunicación digital. Recuperado el 1 de mayo de 2023, de <https://www.epitech-it.es/comunicacion-digital/>

Escolar, I. (2021, 13 de junio). La pobreza invisible que se esconde detrás del tabú de la regla. El Diario. Recuperado el 1 de mayo de 2023, de [https://www.eldiario.es/sociedad/pobreza-invisible-esconde-detras-tabu-regla\\_1\\_8990728.html](https://www.eldiario.es/sociedad/pobreza-invisible-esconde-detras-tabu-regla_1_8990728.html)

Fundación Aquae. (s.f.). Causas de la contaminación ambiental. Recuperado el 1 de mayo de 2023, de <https://www.fundacionaquae.org/wiki/causas-contaminacion-ambiental/>

Glamour. (s.f.). La mejor copa menstrual. Recuperado el 1 de mayo de 2023, de <https://www.glamour.es/galerias/mejor-copa-menstrual>

García, E. (2022, 15 de febrero). Qué es la pobreza menstrual y cómo afecta en España. Diario de Sevilla. Recuperado el 1 de mayo de 2023, de [https://www.diariodesevilla.es/sociedad/que-pobreza-menstrual-como-afecta-Espana\\_0\\_1711629564.html](https://www.diariodesevilla.es/sociedad/que-pobreza-menstrual-como-afecta-Espana_0_1711629564.html)

Greenpeace España. (s.f.). Contaminación. Recuperado el 1 de mayo de 2023, de <https://es.greenpeace.org/es/trabajamos-en/consumismo/contaminacion/>

Instituto Geográfico Nacional. (s.f.). Contaminación. Recuperado el 1 de mayo de 2023, de [https://www.ign.es/espmap/mapas\\_conta\\_bach/pdf/Contam%20mapa\\_01\\_texto.pdf](https://www.ign.es/espmap/mapas_conta_bach/pdf/Contam%20mapa_01_texto.pdf)

Intimina. (s.f.). Vaginitis: causas, síntomas y tratamiento. Recuperado el 1 de mayo de 2023, de <https://www.intimina.com/es/blog/vaginitis/>

La Razón. (2021, 12 julio). Las españolas son las europeas que más usan la copa menstrual. Recuperado el 1 de mayo de 2023, de <https://www.larazon.es/familia/las-espanolas-son-las-europeas-que-mas-usan-la-copa-menstrual-EB24252868/>

Levante-EMV. (2021, 11 de noviembre). Una de cada diez españolas sufre pobreza menstrual. Recuperado el 1 de mayo de 2023, de <https://www.levante-emv.com/sociedad/2021/11/11/10-espanolas-sufren-pobreza-menstrual-59413587.html>

Lirio, P. (2021, 14 de febrero). La copa menstrual se consolida como alternativa ecológica, saludable y económica a la regla. El Diario. Recuperado el 1 de mayo de 2023, de [https://www.eldiario.es/sociedad/copa-menstrual-regla-ciencia\\_1\\_1434638.html](https://www.eldiario.es/sociedad/copa-menstrual-regla-ciencia_1_1434638.html)

Mayo Clinic. (2022, 15 de abril). Vaginitis. Recuperado el 1 de mayo de 2023, de <https://www.mayoclinic.org/es-es/diseases-conditions/vaginitis/symptoms-causes/syc-20354707>

Público. (2019, 18 abril). La Copa Rosa, el proyecto de lucha contra el estigma de la menstruación en Chad. Recuperado el 1 de mayo de 2023, de <https://www.publico.es/culturas/copa-rosa-proyecto-lucha-estigma-menstruacion-chad.html>

Revista Colombiana de Obstetricia y Ginecología. (2019, 70(4), 235-243). Copas menstruales, una alternativa amigable con el medio ambiente y la economía de la mujer.

Téllez, L. (2016). La copa menstrual como alternativa al manejo menstrual en mujeres jóvenes. (Tesis de maestría). Konrad Lorenz Fundación Universitaria, Bogotá, Colombia. Recuperado el 1 de mayo de 2023, de [https://repositorio.konradlorenz.edu.co/bitstream/handle/001/4787/912192003\\_Tesis.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.konradlorenz.edu.co/bitstream/handle/001/4787/912192003_Tesis.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

## 7. ANEXOS

Este es el formato de las entrevistas cualitativas.

“Buen día, soy estudiante de mercadeo y publicidad de la Escuela de Ciencias Económicas y Administrativas, estoy cursando el curso preparatorio de grado CPG de Dirección de Marketing. La siguiente encuesta con fines académicos, se enfoca en identificar cuales son las estrategias de comunicación promoviendo el uso de la copa menstrual en valencia España, la cual se viene desarrollando a lo largo del semestre”

Nombre:	
Edad:	
Nivel de escolaridad:	
Especialización:	
Trabajo:	
Cargo:	
Nivel socioeconómico:	

1. ¿Cuál es la importancia de tener un plan estratégico en marketing digital?
2. ¿Cuáles son las características para la creación de un plan estratégico?
3. ¿Cuáles son los elementos principales de las estrategias de comunicación?
4. ¿Cuáles son los medios de comunicación idóneos para ejecutar el plan estratégico?
5. ¿Qué conoce sobre la copa menstrual?



6. ¿Qué herramientas digitales, me ayudan a analizar palabras clave respecto a este tema?
7. ¿Cómo puedo posicionar en dichos medios de comunicación, el uso de un producto sanitario femenino?
8. ¿Cuáles son los aspectos a tener en cuenta, para anunciar un producto con muchos mitos, como es la copa menstrual?
9. ¿Cómo optimizaría el uso de la copa menstrual en los medios de comunicación?
10. ¿Por medio del marketing digital, como puedo identificar las tendencias y frecuencias de consumo de productos sanitarios femeninos en Valencia España?
11. ¿A qué se debe la ausencia de planes estratégicos de comunicación sobre el uso de la copa menstrual?
12. ¿Cómo una persona más que apenas escucha este proyecto, le parece confiable un producto que dure hasta 10 años y que también cuide al medio ambiente; a la mujer, es decir que este pensado hacia el futuro?
13. ¿Qué estrategia de comunicación usaría para que una mujer use la copa, tras años de utilizar productos tradicionales para la menstruación?
14. ¿Cómo puedo sacarle máximo provecho a los medios de comunicación para que este producto se vuelva una tendencia de consumo?
15. ¿Cuál crees que es la red social favorita de la población femenina y porque?

## 8. CARTA DE CESIÓN DE DATOS

Por intermedio del presente documento en mi calidad de autor o titular de los derechos de propiedad intelectual de la obra que adjunto, titulada **ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN PROMOVRIENDO EL USO DE LA COPA MENSTRUAL EN VALENCIA ESPAÑA** autorizo a la Corporación universitaria Unitec para que utilice en todas sus formas, los derechos patrimoniales de reproducción, comunicación pública, transformación y distribución (alquiler, préstamo público e importación) que me corresponden como creador o titular de la obra objeto del presente documento.

La presente autorización se da sin restricción de tiempo, ni territorio y de manera gratuita.

Entiendo que puedo solicitar a la Corporación universitaria Unitec retirar mi obra en cualquier momento tanto de los repositorios como del catálogo si así lo decido.

La presente autorización se otorga de manera no exclusiva, y la misma no implica transferencia de mis derechos patrimoniales en favor de la Corporación universitaria Unitec, por lo que podré utilizar y explotar la obra de la manera que mejor considere. La presente autorización no implica la cesión de los derechos morales y la Corporación universitaria Unitec los reconocerá y velará por el respeto a los mismos.

La presente autorización se hace extensiva no sólo a las facultades y derechos de uso sobre la obra en formato o soporte material, sino también para formato electrónico, y en general para cualquier formato conocido o por conocer. Manifiesto que la obra objeto de la presente autorización es original y la realicé sin violar o usurpar derechos de autor de terceros, por lo tanto, la obra es de mi exclusiva autoría o tengo la titularidad sobre la misma. En caso de presentarse cualquier reclamación o por acción por parte de un tercero en cuanto a los derechos

de autor sobre la obra en cuestión asumiré toda la responsabilidad, y saldré en defensa de los derechos aquí autorizados para todos los efectos la Corporación universitaria Unitec actúa como un tercero de buena fe. La sesión otorgada se ajusta a lo que establece la ley 23 de 1982.

Para constancia de lo expresado anteriormente firmo, como aparece a continuación.

Firma



---

Nombre: Heidi Viviana Valero Guarnizo

CC. 1.151.942.547