**Dia Argentina presenta su proyecto de educación sobre Gestión Menstrual**

**/ A fin de desmitificar y normalizar la conversación en torno a la menstruación, la cadena presenta un proyecto de educación sobre gestión menstrual** **con el Área de Responsabilidad Social de la Secretaria de Trabajo y Producción de la Municipalidad de Tres de Febrero.**

**/ Dirigido a alumnos y alumnas de sexto grado, el mismo se realizará a partir de agosto y contará con el apoyo de Bonté, la línea exclusiva de belleza y cuidado personal de Dia.**

**/ Esta innovadora iniciativa surge a partir de un estudio de Dia Argentina y Voices! que indaga sobre la temática de higiene y pobreza menstrual.**

**/ Entre los resultados del mismo, se destacan aquellos que reflejan la discreción y la creatividad con que muchas mujeres abordan la menstruación, con términos como: “estoy con la tía”, “me baja”, “me vino”, entre otros.**

**Buenos Aires, 25 de julio de 2024.-** Dia Argentina está comprometida con promover la salud menstrual. En el marco de su campaña #El28EsParaVos,la compañía lanza un **proyecto de educación sobre Gestión Menstrual** con el Área de Responsabilidad Social de la Secretaria de Trabajo y Producción de la Municipalidad de Tres de Febrero. Dirigido a alumnos y alumnas de sexto grado, dará inicio en el mes de agosto. El objetivo principal es **promover la salud menstrual y eliminar tabúes** mediante charlas mensuales impartidas por la ginecóloga Melina Ferder, especialista y miembro de la Sociedad Argentina de Ginecología Infanto Juvenil (SAGIJ).

**Desde hace seis años**, Dia Argentina ha llevado a cabo la iniciativa **#El28EsParaVos**. Como parte de [**Cada día cuenta**](https://diacorporate.com/wp-content/uploads/2024/03/2024_PES24_Cadadiacuenta_cm.pdf)**, el Plan Estratégico de Sostenibilidad de Grupo Dia**,se enmarca en el Programa Valor Social que se centra en ofrecer ofertas especiales en productos sensibles. De esta manera, Dia ofrece un **descuento del 50% el día 28 de cada mes en productos de gestión menstrual**, incluyendo toallitas, tampones y jabones íntimos. En este 2024 cuenta con el apoyo de las marcas: Ladysoft, Nosotras, Always, Kotex, Vagisil y Bonté (marca exclusiva de Dia).

A esta iniciativa, la cadena suma este nuevo proyecto educativo que consiste en la realización de charlas mensuales, desde agosto hasta noviembre 2024, a cargo de la profesional de SAGIJ. Durante estas sesiones, se abordarán temáticas como: el ciclo menstrual, métodos de higiene adecuados y también los aspectos psicológicos y sociales relacionados. En colaboración con Bonté, marca exclusiva de Dia Argentina, se proporcionarán productos de higiene menstrual al término de cada charla, asegurando así el acceso equitativo a recursos esenciales para la gestión menstrual.

El proyecto de educación sobre Gestión Menstrual de Dia por objetivos:

* Educar y Sensibilizar: Proporcionar información educativa sobre la menstruación, su ciclo y cuidados adecuados, promoviendo una actitud positiva y libre de tabúes.
* Empoderamiento: Equipar a los estudiantes con conocimientos que les permitan gestionar su menstruación de manera saludable y segura.
* Acceso a Productos: Facilitar productos de higiene menstrual a los participantes, en colaboración con la marca Bonté, al finalizar cada charla.

“*Este proyecto representa un compromiso significativo por parte de Dia Argentina en apoyo a la educación y salud menstrual en la comunidad escolar de Tres de Febrero. Estamos convencidos que este proyecto integral beneficiará a la comunidad escolar al complementar el currículo educativo y reducir el ausentismo relacionado con la menstruación.*” expresó Martín Álvarez Espíndola, director de Legales, Compliance, Relaciones Institucionales y ESG de Dia Argentina.

**Emociones y tabúes alrededor de la menstruación**

Por medio de su proyecto educativo, Dia Argentina busca fomentar una educación integral sobre el tema y reducir el ausentismo, brindando herramientas para una gestión menstrual efectiva. La iniciativa surge de la **necesidad de una discusión abierta sobre la menstruación en muchos entornos sociales**. Esta falta de diálogo contribuye a la incomodidad que algunas mujeres sienten al hablar sobre sus experiencias menstruales y la vergüenza de mancharse.

Esta realidad se ve reflejada en los datos de un **estudio de opinión pública** realizado en conjunto por **Dia Argentina** y **Voices!** entre **mujeres argentinas menstruantes** mayores de 15 años. El estudio profundiza en el vínculo de las mujeres argentinas con la menstruación, explorando sus experiencias, percepciones y desafíos en torno a este tema.

Los resultados muestran que entre **7 y 8 de cada 10 encuestadas experimentan con frecuencia sensibilidad, irritabilidad, falta de energía y dolor físico al menstruar**. Estas vivencias son testimonio del impacto significativo que tiene el ciclo menstrual en su bienestar diario.

La **ansiedad y la angustia** **también emergen como emociones frecuentes, señaladas por un 59% y un 54% de las encuestadas**, respectivamente. Estos hallazgos subrayan la **carga adicional que muchas mujeres llevan durante su periodo menstrual,** una experiencia que va más allá de lo físico y que afecta su estabilidad emocional.

La incomodidad y el miedo a mancharse que experimentan las mujeres durante su ciclo menstrual, acompañado del dolor físico tiene un impacto significativo en sus actividades diarias. Según el estudio, en el último año, **la mitad de las mujeres menstruantes han dejado de realizar alguna actividad debido a estas preocupaciones.** Este porcentaje aumenta en el rango etario de 15-24 años, donde la proporción de mujeres que dejaron de hacer alguna actividad es de 7 de cada 10.

Las sensaciones físicas y emocionales, junto con el lenguaje utilizado para describir la menstruación, revelan cuan compleja es esta experiencia y pintan un cuadro completo de cómo las argentinas viven y entienden este aspecto esencial de su salud. **Para fomentar un entorno donde se pueda hablar de la menstruación sin tabúes, es crucial visibilizar esta experiencia femenina desde sus múltiples dimensiones.**

***¿Qué palabras utilizás para hablar de la menstruación/para el momento en el que estás menstruando? Por ejemplo, cuando menstruas ¿cómo lo mencionas?***

Texto

Descripción generada automáticamente

Fuente: Encuesta Dia Argentina + Voices! entre mujeres argentinas menstruantes

Este mosaico de palabras representa un código construido por las mujeres menstruantes que las une en su tarea de nombrar lo que no se nombra. A la cabeza de las menciones se encuentran expresiones como "***Me vino/ me baja/ me llegó"*** mencionadas por un cuarto de las mujeres encuestadas (25%), seguida por "***Estoy indispuesta"*** (23%) y, "***Estoy menstruando"*** (18%), elegidas por 2 de cada 10.

Hay menciones menos frecuentes para referirse al momento en el que están menstruando como ***"Andrés/ Andresito"*** (6%) y otros varios eufemismos creativos *(****"La regla"*** 4%, ***"La mensualidad/La visita del mes"*** 3%), que subrayan una tendencia a utilizar lenguaje figurado y humorístico para desviar el foco de atención de la realidad biológica y mitigar cualquier vergüenza o incomodidad al abordar el tema.

Al analizar las respuestas por **segmentos sociodemográficos**, se observan algunas **diferencias en las formas de referirse a la menstruación** según segmentos etarios y niveles educativos y socioeconómicos. Por ejemplo, la proporción de mujeres que utiliza la expresión ***“me vino/me baja/me llegó”*** crece a 36% entre las más jóvenes (15 a 24 años vs. 18% entre las de 35 a 55 años) y entre aquellas que tienen un nivel socioeconómico más alto (35% vs. 20% del NSE DE).

Por otro lado, el porcentaje de mujeres que declara expresar ***“estoy indispuesta”*** crece a 28% entre las encuestadas de mayor NSE (vs. el 23% registrado en NSE DE); el término ***“estoy menstruando”*** es más común entre mujeres con estudios superiores (24%) y aquellas de nivel socioeconómico alto (23%); y finalmente la mención ***“Estoy en mis días/en fecha/semana”*** aumenta entre las mujeres de nivel socioeconómico más bajo (17% vs. 11% del NSE ABC1).

“*Esta variedad de eufemismos y términos coloquiales usados para suavizar o disimular el ciclo menstrual es un reflejo de los tabúes y estigmatizaciones. Esto pone en evidencia no solo la falta de educación y diálogo abierto sobre el tema, sino también la urgente necesidad de desmitificar y normalizar la conversación en torno a la menstruación*”, comentó sobre el estudio Constanza Cilley, directora ejecutiva de Voices!.

**Ficha técnica**

Cobertura: Nacional

Universo: Mujeres menstruantes de 15 a 55 años residentes en Argentina.

Técnica de recolección: Encuesta autoadministrada a través de panel online

Tamaño muestral: 800 casos

Fecha de campo: abril de 2024

Como complemento se realizaron algunas entrevistas etnográficas en barrios vulnerables de GBA

**Sobre Grupo Dia**

**Cada día más cerca**

Somos Grupo Dia, la red líder de tiendas de proximidad con casi 3.300 establecimientos en España y Argentina. Somos la tienda del barrio, la que facilita una experiencia de compra fácil, rápida y completa, cerca de casa y con productos de gran calidad a un precio asequible, tanto a través de nuestras tiendas físicas como de nuestro canal online.

Nuestra primera tienda Dia abrió sus puertas en Madrid en 1979. Hoy, cuatro décadas después, con la proximidad como fortaleza y la diversidad como bandera, las más de 17.000 personas que forman nuestro equipo en tienda, almacén y oficina, y las 15.000 de nuestra red de franquiciados se mueven por un mismo propósito: estar cada día más cerca de las personas para ofrecer gran calidad al alcance de todos. Juntos, hemos construido una compañía que cotiza en la bolsa de España desde 2011 y que logró una facturación de 6.759 millones en 2023.

Para lograr nuestro propósito, nos apoyamos en una sólida red de proveedores, realizando el 96% de nuestras compras de manera local. Esto nos permite ofrecer a nuestros más de 10 millones de clientes fidelizados en el mundo una alimentación accesible y al alcance de todos, con un surtido completo, una clara apuesta por los productos frescos y una marca Dia renovada. Además, trabajamos para generar un impacto positivo allí donde operamos.

En Argentina, con más de 25 años en el país y presente en 7 provincias, somos el comercio de barrio que permite la compra de todos los días, con productos de calidad al mejor precio. Conocemos a nuestros clientes y por medio de Club Dia, nuestro programa de fidelización, brindamos cupones de descuento personalizados. Nos apoyamos en más de 200 PyMes que desarrollan nuestra marca Dia y en más de 750 franquicias que son el motor de nuestro crecimiento. Juntos ponemos la calidad y sostenibilidad al alcance de todos y sin salir del barrio.

[**diaonline. com.ar**](https://diaonline.supermercadosdia.com.ar/)  **#cadadiamascerca**  **Linkedin:** [Dia Argentina](https://www.linkedin.com/company/dia-argentina/mycompany/)

**Para más información:**

**Dia Argentina**

Luciana Moraña

[luciana.morana@diagroup.com](mailto:luciana.morana@diagroup.com)

(+54 9) 11 ​5777-7100

**Ketchum Argentina**

Lara Grossi

[lara.grossi@ketchum.com.ar](mailto:lara.grossi@ketchum.com.ar)

(+54 9) 11 6119-1021

**Directora Ejecutiva Voices**

Constanza Cilley

[constanzacilley@voicesonsultancy.com](mailto:constanzacilley@voicesonsultancy.com)   
(+549) 11 6572-4467