

# Metodología Calculadora de Gestión Menstrual





El gasto menstrual **no es opcional**, es un **gasto obligatorio** por un proceso biológico que las mujeres y personas menstruantes no pueden controlar y que puede durar **40 años de su vida**. El **costo anual en promedio, se acerca a \$100 mil**, al utilizar toallas desechables y antiinflamatorios para la menstruación. Frente a esta realidad, surge la necesidad de generar información para la ciudadanía, en especial para aquellas personas que incurren en este tipo de gastos, que visualice los costos de menstruar en el país y que les permita tomar mejores decisiones de compra.

## Menstruar Puede durar 40 años y el costo anual se acerca a los \$100 mil pesos

Es por ello que el **Servicio Nacional del Consumidor**, estableció como objetivo crear una herramienta web que permita a las **personas consumidoras**, en específico a **niñas, adolescentes, mujeres y personas menstruantes**, poder calcular, cotizar e informarse sobre los **costos personales** asociados a productos de **gestión menstrual**.



# METODOLOGÍA

La Calculadora de Gestión Menstrual (CGM) entrega a las personas usuarias la siguiente información:

- **Gasto mensual y anual en productos de gestión menstrual.**
- **Ahorro mensual, y anual si usara productos reutilizables como la copa menstrual o calzón menstrual.**
- **Un cotizador de productos de gestión menstrual, donde se puede conocer el precio unitario de un producto (PPUM) y marca disponible en distintos proveedores.**



El diseño de la herramienta consideró instancias de participación ciudadana, las cuales se caracterizan por ser espacios de diálogo entre la ciudadanía y los organismos públicos. Estas tienen como objetivo incorporar la mirada de los usuarios en diferentes ámbitos, permitiendo incorporar las opiniones, necesidades, requerimientos e inquietudes de las personas participantes, con el fin de poder co-crear esta herramienta web de forma conjunta conjuntamente con la ciudadanía.

## Productos, marcas y proveedores

# Los productos de gestión menstrual incorporados en la CGM se dividen en dos grupos:

### Productos reutilizables:

Se caracterizan porque su compra se realiza **por única vez, ya que pueden ser reutilizados mes a mes hasta los 10 años en el caso de la copa y los 3 años en el caso del calzón** según la recomendación del productor. Por lo mismo los costos de uso fueron prorrateados en función de una única compra que se divide en los meses de uso.

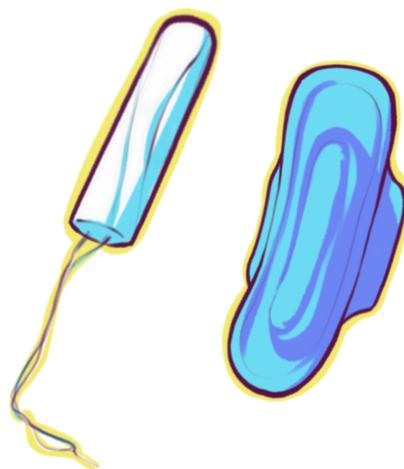


### Productos reutilizables de gestión menstrual cantidad utilizada y frecuencia de renovación

Productos reutilizables	Cantidad utilizada durante el mes	Renovación sugerida
Copa menstrual	1	Cada 10 años
Calzón menstrual	5	Cada 3 años

## Productos desechables:

A diferencia de los productos reutilizables, los **productos de contención menstrual desechables**, deben ser costeados de forma mensual. En la siguiente tabla, se muestra cada producto, con la **cantidad que se usa mensualmente**, según la cantidad de días que dura el periodo menstrual.



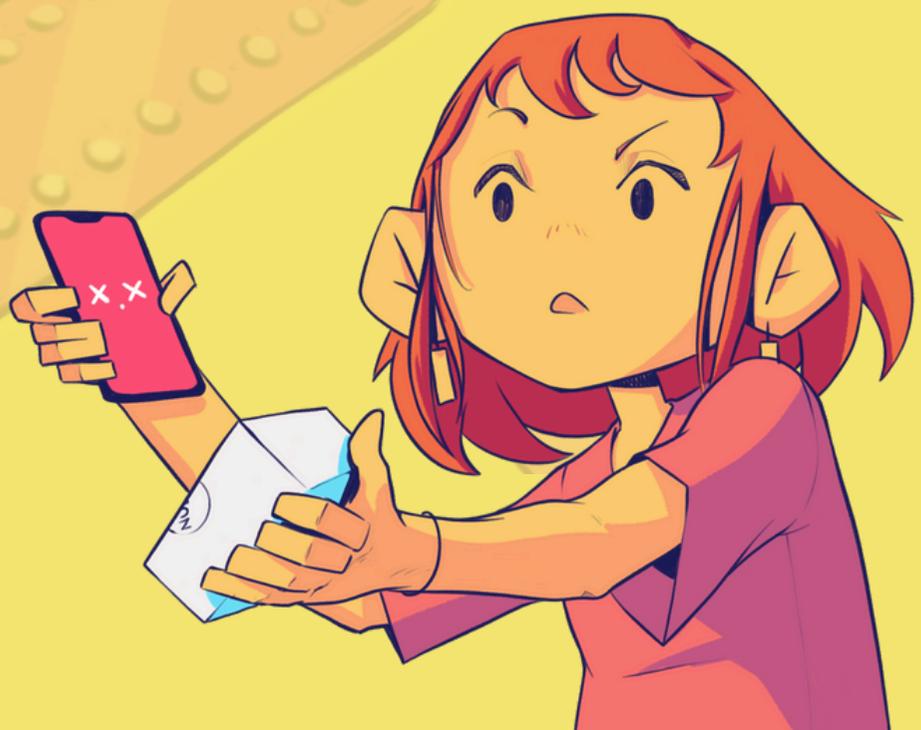
## Productos desechables de gestión menstrual cantidad utilizada según la cantidad de días que dura el flujo

Productos desechable	Días de flujo	Diarios	Mensual
Toallas desechables	3 días		18
	5 días	6	30
	7 días		42
Tampones	3 días		18
	5 días	6	30
	7 días		42
Protectores diarios	-	-	100

Fuente: elaboración propia en base a productos levantados para estudios de gestión menstrual, Sernac 2021.

**Adicionalmente, se ha incorporado el Ácido mefenámico como medicamento para tratar los dolores menstruales de forma mensual, el cual se incluye en los costos de la menstruación solo en caso de indicar que se usa un medicamento.**

Productos desechable	Días de flujo	Diarios	Mensual
	3 días		9
Ácido mefenámico	5 días	3	15
	7 días		21



# Marcas



La herramienta considera 39 marcas diferentes, las cuales en algunos casos disponen de más de un producto de gestión menstrual.

A diferencia de los productos, la cantidad de **marcas pueden ir variando mes a mes**, ya que hay nuevas marcas que ingresan al mercado (**especialmente aquellos que son reutilizables**)

y otras que no poseen stock el mes de levantamiento.

## La herramienta considera 39 marcas diferentes

1. ÁCIDO MEFENÁMICO	2.CALZÓN MENSTRUAL	3.COPA MENSTRUAL	4.PROTECTOR DIARIO	5.TAMPONES	6.TOALLA HIGIÉNICAS
Lab Chile	2Rios	Bentley	Always	Always	Always
Lab Mintlab	Aluna	Beppy	Carefree	Carefree	Tena
	Baziani	Culotte	Cotidian	Cotidian	Cotidian
	Bloody Green	Eureka	Donnasept	Donnasept	Donnasept
	Culotte	Genérico	Fiorella	Fiorella	Genérico
	Flores	Kamadeva	Freshup Fem	Freshup Fem	Kotex
	Genérico	Ladysoft	Tena	Tena	Ladysoft
	Kotex	Lomecan	Kotex	Kotex	Natracare
	Lady Genny	Mialuna	Ladysoft	Ladysoft	Naturella
	Mialuna	Nosotras	Natracare	Natracare	Nosotras
	Nosotras	Satisfyer	Naturella	Naturella	Organyc
	Papaya Bragas	Secretos de Amor	Nosotras	Nosotras	Para ti
		sexosexshop	Plenitud	Plenitud	Plenitud
		S-hande	Tena	Tena	-
		Sweet Shop Chile	-	-	-

# Proveedores

Los proveedores considerados en el levantamiento de precios son 15, clasificados en farmacias, supermercados, tiendas especializadas y Marketplaces.

Farmacias	Supermercado	Tiendas especializadas	Marketplace
Ahumada Cruz Verde Salcobrand Doctor Simi	Tottus Jumbo Líder Unimarc Santa Isabel	Maicao Preunic Liquimax	Falabella Ripley Paris

## Levantamiento de información

El levantamiento de precios de productos de gestión menstrual se realiza utilizando una técnica llamada web scraping.

Esta técnica consiste en **extraer información de los sitios web** de las empresas, mediante programas de software. El proceso es iterativo, por lo que se ejecuta **una vez por mes para tener la información actualizada de los precios de cada proveedor**.

El precio de referencia levantado es el "**precio oferta universal**", es decir aquel valor del producto que **no está sujeto a ningún medio de pago en específico ni suscripción a una página web o club en particular**.



# Cálculo de costos

**Los precios que se muestran en la calculadora corresponden a la “mediana estadística de los precios por marca y cadena”. Esto se hace para evitar la distorsión de la existencia de valores extremos en la muestra.**

En primer lugar, para cada variedad de producto, se calculó el precio por unidad ppum mediante la fórmula:

$$\text{ppum}_i = \frac{p_i}{u_i}$$

Donde  $p_i$  es el precio del producto y  $u_i$  es el número de unidades del mismo. Esto dio lugar a un conjunto PPUM que reúne los precios unitarios de todas las variedades estudiadas:

$$\text{PPUM} = \{\text{ppum}_1, \text{ppum}_2, \dots, \text{ppum}_n\}$$

Con el objetivo de ofrecer una representación que no esté sesgada por valores atípicos, se optó por determinar la mediana estadística del conjunto PPUM. La mediana  $M$  se

Si el número  $n$  de elementos en PPUM es impar:

$$M = \text{ppum}_{\frac{n+1}{2}}$$

Si  $n$  es par:

$$M = \frac{\text{ppum}_{\frac{n}{2}} + \text{ppum}_{\frac{n+1}{2}}}{2}$$

Este valor de  $M$  se presenta como el precio representativo en la calculadora, asegurando así una representación más fiel de los datos al minimizar el impacto de valores extremos o atípicos.

# ¿Por qué utilizamos el PPUM?

El precio por unidad de medida o también llamado **PPUM** es un **indicador para comparar el precio de los alimentos u otros productos con una medida determinada** (volumen, peso, unidades, etc.). La que se incorporó a través del **Reglamento de Información de Precios Unitarios**, a raíz de que los diversos formatos de los productos impiden una comparación rápida para el consumidor.



## El PPUM tiene los siguientes beneficios para el consumidor:

- **Incrementar la transparencia de la información de precios**, debido a que el grado de información de los precios está disponible y es accesible para el **consumidor**.
- **Reducir los tiempos de compra** agilizándose el proceso de elección de producto, **ya que no debemos hacer ejercicios para comparar precios** entre productos similares o sustitutos.
- **Facilitar la comparación de precios entre productos de diversas combinaciones de tamaños y marcas**, ya que la comparación se realiza con una base de cálculo igual.
- **Reducción significativa de los costos de compra de algunos bienes**, provocando un posible cambio en los patrones de compra. Ya que se disponibiliza la información de los productos más baratos de forma objetiva porque no considera formatos y otros aspectos que inciden en el precio.
- **Mayor competencia entre fabricantes y minoristas con un consecuente beneficio para los consumidores**. Lo anterior, debido a que empodera a los consumidores, promueve la eficiencia, reduce el poder de las grandes empresas y aumenta la confianza en el mercado.