

# La Nueva era de la menstruación, una alternativa inclusiva y sostenible

Por Nicolle Juliana Solórzano Buriticá y Marcela Martínez

*Juliana Villegas lidera el emprendimiento Somos Martina, una marca que busca romper tabúes impuestos por la sociedad mediante ropa interior que desafía el mercado convencional*



Somos Martina surgió hace cuatro años de un concepto americano el cual tiempo después fue rediseñado en Colombia con el fin de suplir una necesidad de la población menstruante, esta marca insita al amor propio y a su vez educa sobre la higiene personal; además, esta propuesta se desarrolló en una atmósfera de conciencia ambiental y cuidado corporal, al comprender que no todos los métodos de uso íntimo son apropiados.

El objetivo de Somos Martina es mostrar a la mujer sin retoques ni tabús por medio de elementos naturales, mientras cambia las prácticas de consumo, llevándolas a nuevas perspectivas que promuevan el cuidado ambiental sin tener que pensar daños irreversibles a futuro. Además, revalúan la higiene íntima poniendo nuevamente en el mercado opciones reutilizables más rentables, para quienes el consumo masivo de productos femeninos ha sido una brecha más en la sociedad.

El nombre de la marca está pensado de manera universal donde procura agrupar al

género femenino en una sola palabra, inspirándose de esta manera en las Martinas, mujeres diversas que le han demostrado al mundo sus grandes capacidades en diferentes campos laborales, siendo así un referente de empoderamiento global.

Algunas de estas mujeres destacadas son Martina Bergman-Österberg, fundadora de la primera universidad de instructores de educación física en Inglaterra, Martina Casiano, primera miembro de la Sociedad Española de Física y Química, y Martina Navratilova, tenista altamente premiada desde el torneo Abierto de Australia; estas son solo un acercamiento de todo lo que abarcan.

Partiendo de esta generalidad, Somos Martina busca llegar a un diverso grupo de personas que acepten y se fortalezcan juntas alrededor de la menstruación, a través de sus calzones que están hechos con materiales compuestos por microfibra antibacterial, su interior está formado por algodón 100% natural, a su vez, tiene una edición totalmente diseñada en algodón orgánico lavable.

Fotos tomadas por Cristina Salgar.



Actualmente cuenta con tres líneas de absorción, una de flujo medio leve, otra de bóxers para flujo medio con mayor ajuste, y unos super absorbentes para flujo intenso. Su capacidad interna cuenta con la unión de tres capas, la primera es de algodón absorbente con secado rápido, elaborada con tecnología que evita la sudoración en la zona íntima, la segunda mantiene doble absorción y la tercera previene el derrame de flujo protegiendo así la prenda externa.

Las prendas cumplen un ciclo de vida de dos a tres años, después de este tiempo su nivel de absorción empieza a disminuir, a pesar de esto, siguen siendo una opción de uso diario. Al utilizar estos calzones se reduce la cantidad de residuos que genera una mujer a lo largo de su vida, esto se aproxima a 11.000 toallas higiénicas, tampones y demás que demoran al menos 500 años en descomponerse cada uno, esto sin hablar del daño químico e infecciones que producen, como el síndrome de shock tóxico menstrual que puede llegar a ser letal.

Durante la creación del producto, la directora creativa Juliana Villegas observó lo difícil que era expandirse en la industria a causa de la desinformación actual que rodea de inseguridades el mercado, adicionalmente la pandemia por el Covid-19 provocó el cierre de fábricas, limitando la producción anual y sumándose a sus más grandes retos a la hora de emprender, añadiendo el hecho de que las ventas crecieron exponencialmente, debido a la reflexión que tuvieron los consumidores en estos tiempos de crisis acerca los productos desechables y el impacto ambiental que estos producen.

Más que ofrecer un producto para la regla, Somos Martina también quiere mostrar la igualdad entre las mujeres y su conexión a través del ciclo menstrual, comunicar de manera correcta por medio de posts, que todos los tipos de cuerpo son válidos, perfectos a su manera, asimismo educa mediante charlas con ginecólogos que resuelven dudas e inquietudes. Dentro de las últimas novedades, se encuentran los talleres con énfasis en sostenibilidad que le permitirán a las mujeres realizar sus propios calzones y toallas reutilizables, estos se llevan a cabo en cárceles o incluso vía zoom.

Al momento de establecer una alianza con otras marcas, se tienen en cuenta ciertos factores de suma importancia, donde se considera indispensable que sean afines con los objetivos de Somos Martina, el amor propio y la sostenibilidad, ayudando así a incentivar el consumo consciente. Algunos claros ejemplos son Yogi Crane, una empresa dedicada a la confección de leggings deportivos, Eva de Valentía, creada para comunicar moda responsable, y Kunda la Vagina, coach especializada en educación sexual.

La aceptación a nivel social de la marca ha sido grata, su público es cada vez más extenso gracias a la variedad de tallas y al segmento inclusivo que maneja, personas menstruantes. Junto con líneas de incontinencia, post parto y sus más relevantes diseños, logran llamar la atención de nuevos clientes por medio del voz a voz.

Su colección más reciente es llamada Tatacoa con la que se rinde tributo a la tierra, donde estos cacheteros de color verde brindan comodidad así como flexibilidad continua; esta nueva edición ha tenido una gran acogida. Por otro lado, a mediados de febrero del 2021 se lanzará la línea juvenil, dedicada a niñas y adolescentes que por primera vez tengan un acercamiento con la menstruación, esta serie de diseños tendrán mayor absorción afrontando de esta manera su desarrollo hormonal con confianza y salud.

Hoy en día el canal de ventas de Somos Martina está en su página web [somosmartina.com](http://somosmartina.com) o en Instagram como [@somosmartina](https://www.instagram.com/somosmartina), sus envíos están disponibles para todo el país, que durante el mes de la mujer son totalmente gratis. Una evidencia del alcance de esta tienda es haber logrado llevar sus prendas al Catatumbo a través de la Corporación Centro de Atención Psicosocial. No obstante, también cuenta con redes como Facebook [@Somos Martina](https://www.facebook.com/SomosMartina) y LinkedIn. Finalmente, está distribuida en Bogotá por las marcas Pompa Cuerpo y Alma, Casa Ciclo y The Nylon Club.

***La diversidad de modelos es una muestra de inclusión, aceptación y sororidad.***

*Fotos tomadas por Cristina Salgar.*

• EN-PODER



*“Buscamos que toda la población menstruante encuentre una forma económica, segura, cómoda y amigable con el planeta de vivir la regla todos los meses”, Somos Martina.*