

L'INCLUSION DES SERVIETTES HYGIÉNIQUES RÉUTILISABLES EN HAÏTI

L'inclusion des serviettes hygiéniques réutilisables en Haïti

Julián David CAMARGO GÓMEZ Gudy Paola CARDOZO MORENO

Rapport de recherche soumis dans le but d'obtenir

LE DIPLOME DE PROFESSIONNEL EN LANGUE MODERNES

Sous la direction de: Angélica CASALLAS

Programme professionnel en langues modernes

Université ECCI Bogota, Colombie Juillet, 2016

Résumé

Ce projet surgit au cours d'un séminaire de recherche, étant une condition nécessaire pour obtenir le titre de professionnels en Langues Modernes. Tout d'abord, l'importance de cette analyse est principalement centrée à amener la population féminine en Haïti à l'utilisation des serviettes hygiéniques, car elle est liée à divers facteurs socio-économiques générés en raison d'une ligne de faille en 2010. Aujourd'hui, les femmes haïtiennes ont plus de besoin en termes d'hygiène personnelle parce qu'elles ne disposent pas de places ou de ressources financières suffisantes pour obtenir un produit qui aide leurs besoins physiologiques.

BeGirl est une société dédiée au développement de serviettes hygiéniques et culottes réutilisables, afin d'aider la population féminine en Afrique et contribuer ainsi à la réduction de la dissipation scolaire chez les adolescents. Selon une étude réalisée par l'UNICEF (2015), 1 sur 10 filles en raison de leurs règles, elles décident de ne pas retourner à l'école. Pour cette raison, l'objectif du projet vise à la sensibilisation de la population féminine en Haïti à propos de l'importance et les avantages de l'utilisation de produits tels que BeGirl qui reconnaît les problèmes sociaux des femmes en raison du cycle menstruel. Cependant, l'analyse pourrait faciliter l'accès à ces produits avec le soutien des organisations et des fondations caritatives.

En ce qui concerne ce projet, il vise à fournir une contribution sociale pour ceux qui sont intéressés à rechercher de manière approfondie cette initiative pour aider le peuple haïtien avec un produit innovateur et respectueux avec l'environnement. Par conséquent, ce texte de pré-mémoire prévoit une étude préliminaire de la population féminine haïtienne et les problèmes sociaux liés au cycle menstruel.

Mots clés: Neuromarketing; serviettes hygiéniques; menstruation; Haïti.

Table de matières

CHAPITRE 1	4
Introduction.....	4
Introduction à l'étude	4
Énoncé du problème	5
Question de recherche et objectif (s)	6
Objectif général	7
Objectifs spécifiques	7
CHAPITRE 2	8
Cadre théorique et état de l'art	8
Introduction au chapitre	8
Cadre théorique.....	8
Neuromarketing: un concept des besoins fondamentaux	8
Serviettes hygiéniques	9
Pauvreté déclencheur de la construction sociale de la menstruation chez les haïtiennes:	9
État de l'art	10
CHAPITRE 3	12
Conception de la recherche.....	12
Introduction au chapitre	12
Type d'étude.....	12
Contexte	12
Participants.....	12

Instruments de collecte de données.....	13
CHAPITRE 4.....	14
Conclusions.....	14
Introduction au chapitre.....	14
Comparaison du travail de recherche avec les études précédentes.....	14
Importance du travail de recherche.....	15
Limites de l'étude.....	15
Projections de la recherche.....	16
Références.....	17
Annexes.....	19
Annexe 1.....	19

CHAPITRE 1

Introduction

Introduction à l'étude

250 millions d'adolescentes à travers le monde vivent dans la pauvreté, manque d'accès aux ressources pour les soins du cycle menstruel. Même, nombreuses écoles ne disposent pas d'installations adéquates pour que les adolescents et les femmes contrôlent leur cycle menstruel pendant la journée scolaire, qui est difficile en raison du manque d'eau potable et les conditions sanitaires à l'intérieur des institutions (BEGIRL, s.d.).

Dans le monde, environ 52% de la population féminine (26% de la population totale) sont en âge de reproduction, cependant, dans certaines parties du monde, parler de la menstruation est un sujet de tabou; ce qui conduit à un manque d'informations sur le cycle physiologique, le manque d'accès aux produits de santé et de lieux affectent également la fréquentation scolaire des filles (Sarah House et al. 2012, p. 22)

Basé sur des études menées par l'UNICEF, c'est évident que la période menstruelle à un taux de 1 à 10 filles qui abandonnent l'école, donc les femmes ont besoin de produits qui aident à faire face à la règle. Aujourd'hui, il y a une société axée en particulier dans la conception et le développement de serviettes hygiéniques réutilisables et culottes, c'est BeGirl, une entreprise à but social qui a commencé en Colombie et le continent africain dans différents zones qui sont dans l'extrême pauvreté. Diana Sierra est la dessinatrice colombienne qui a réussi à accomplir l'initiative d'apporter un soutien à toutes les adolescentes africaines qui sont à cette étape. (UNICEF, s.d.)

Au début de 2010, lorsque la population haïtienne s'est désagrégée en raison du tremblement de terre qui a affecté tous les secteurs socio-économiques, et situe Haïti comme le

pays le plus pauvre d'Amérique, de sorte que le 76% de la population vit dans l'extrême pauvreté, en d'autres termes, l'Haïti n'avait pas pu vaincre la crise donc son économie n'est pas stable, mais, l'aide reçue par les organisations n'a pas été suffisante en raison de peu d'accès au territoire (Gauthier [cité en RTVE] 2010).

Énoncé du problème

Au début de 2010, l'Haïti a eu des conséquences graves en raison d'un tremblement de terre, qui a dévasté la majeure partie du pays, ce qui conduit à commencer une série de problèmes dans tous les secteurs. Aujourd'hui, les haïtiens n'ont pas eu un changement positif majeur duquel ils peuvent dépasser l'état de la pauvreté, en plus, ils ont peu de ressources dans des secteurs tels que l'économie, la santé et l'éducation. L'Haïti n'avait pas pu vaincre de la crise depuis de 6 ans, étant comme le pays le plus pauvre d'Amérique. (Gauthier [cité en RTVE] 2010).

À trois ans de l'échéance de 2015, la situation d'Haïti demeure préoccupante en ce qui a trait à la santé. En effet, l'un des défis majeurs du pays en matière de santé est un accès équitable aux services de soins. Aussi, les Haïtiens ont de sérieuses disparités entre les prestations de services dans les zones urbaines et rurales. Par suite, seulement 7% des adolescentes et les femmes n'ont jamais reçu d'assistance ce qui souligne le besoin d'atteindre les plus inaccessibles dans le secteur de la santé (UNICEF, UNICEF, 2015).

Mais, qu'est-ce qui se passe quand les femmes ou les adolescentes ont leur cycle menstruel et elles ne disposent pas de ressources pour répondre à ce besoin?

La plupart des femmes de la planète ont des habitudes ou mœurs d'utiliser des serviettes hygiéniques, toutefois, dans certains pays d'Afrique et Amérique, spécifiquement en Haïti, où la population féminine n'a pas les ressources économiques pour faire face à leur cycle menstruel, il est difficile de répondre à ce besoin. Le manque de ressources en Haïti émerge une urgence

sanitaire qui peut aggraver les problèmes de santé, tels que les infections des voies urinaires, la gale ou des pertes vaginales anormales, parmi d'autres. Cependant, un autre aspect contre la population est le peu d'accès à l'eau potable et d'équipements sanitaires, ce qui complique d'effectuer leurs activités de routine à l'école ou au travail.

Non seulement, le manque d'éducation sur l'hygiène personnelle fait que le cycle menstruel devient un sujet du tabou, mais aussi, sans gestion menstruel les filles et les femmes deviennent prisonnières de leur propre corps, étant donné qu'une étude réalisée par l'UNICEF citée en *The Guardian* par Ellie Mae O'Hagan, montre que 1 sur 10 filles en Afrique n'arrivent pas à l'école pendant leur période en raison de l'embarras ou de l'intimidation. (O'Hagan, 2015).

Basé sur les problèmes et les besoins des femmes haïtiennes qu'elles ont aujourd'hui, nous avons l'intérêt de réaliser ce projet et emporter des serviettes hygiéniques produites par BEGIRL, qui sont destinés à être réutilisés en plus, d'offrir le confort et la sécurité pendant le cycle menstruel. Par conséquent, il faut commencer par une introduction de l'hygiène pour les femmes et leur montrer les avantages du produit, également, leur faire connaître le type de maladies auxquelles elles sont exposées par l'absence d'utilisation d'une serviette pendant la phase menstruelle.

Question de recherche et objectif (s)

En raison de la stigmatisation sociale qui se pose chaque jour la population féminine en Haïti, donne à la question de savoir si, pourrait-il l'utilisation de serviettes hygiéniques réutilisables aider à améliorer les problèmes psychologique et de santé générés en raison de la menstruation ?

De la même manière ce projet a les objectifs suivants:

Objectif général

Sensibiliser la population féminine en Haïti sur l'importance et les avantages de l'utilisation des produits BEGIRL.

Objectifs spécifiques

1. Promouvoir l'utilisation ou la pratique de serviettes hygiéniques à travers des campagnes sociales pour prévenir les maladies.
2. Faciliter l'accès des produits avec le support des fondations bénéfiques.
3. Reconnaître les problèmes sociaux des femmes en raison de la menstruation.

CHAPITRE 2

Cadre théorique et état de l'art

Introduction au chapitre

Le travail constitue une présentation de l'étude aux thèmes liés à la menstruation chez les femmes haïtiennes et aussi les conséquences liées au manque d'éducation, distribution et l'utilisation d'un produit pour un usage personnel. Après, on liste les différents facteurs socioéconomiques qui retardent pour un pays avec de faibles ressources économiques et faire la mise au point de ce qui est important pour la santé. Enfin on fait un rappel sur toutes les questions examinées de comme pourrait la exploration de ce produit.

Cadre théorique

Neuromarketing: un concept des besoins fondamentaux

L'importance de porter des serviettes hygiéniques en Haïti apparaît dans l'identification des besoins des femmes haïtiennes qui présentent en raison du manque d'accès aux outils de soin personnel, par conséquent un concept qui est géré sur le marché qui se rapporte aux émotions, sentiments et besoins c'est le Neuromarketing.

Ainsi, le neuromarketing est une méthode utilisée dans le marché, où il rejoint la neuroscience et la commercialisation à partir d'une étude des sentiments, croyances et comportements qui sont liés au cerveau; où on promeut la valeur de regarder le comportement des consommateurs depuis une perspective du cerveau (Morin, 2011).

D'un autre côté, le Neuromarketing utilise les changements psycho-mentales de consommateur qui sont des activités émotionnelles avec laquelle le client est identifié afin d'introduire une marque ou un produit à travers des sentiments. Mais aussi, le Neuromarketing peut se rapporter aux besoins qui sont évidents dans une population, qui peut fournir des

solutions sans exclure, diffamer, ou causer des dommages par leurs conditions sociales (Ciprian-Marcel et al, 2004)

Serviettes hygiéniques

La difficulté de faire face à un besoin physiologique de première main car il est la menstruation pour les femmes est plus élevé quand ils ne disposent pas des preuves suffisantes disponibles pour répondre à vos besoins, un premier facteur est l'environnement dans lequel ils vivent, car ils ne sont pas ces éléments hygiène personnelle à portée de main, en outre les conditions socio-économiques dans des endroits ayant un faible taux de revenu par ménage de disposer de l'argent du journal en hygiène quand un paquet ustensiles mixtes de 10 serviettes coûte environ 1,35 US \$, soit la moyenne des gains ménage quotidien (Tracey Crofts, 2012)

Ces femmes choisissent d'utiliser de petits morceaux de matériau en forme de serviettes hygiènes de sous-vêtements, ces pièces sont généralement lavés et réutilisés. Ce qu'ils ne sont pas sûrs et sains pour le corps, car ils ne disposent pas d'eau potable à nettoyer.

Pauvreté déclencheur de la construction sociale de la menstruation chez les haïtiennes

Pour certaines communautés la menstruation est un tabou, cependant, cet événement chez les femmes est une étape parfaitement normal, les filles commencent leur phase menstruelle habituellement quand elles sont entre 10 et 19 ans, les changements sont physique et mentale. Mais, beaucoup de cultures à travers le monde ont croyances, mythes, règles, codes secrets et pratiques liées au cycle menstruel, qui font de cette étape dans un processus difficile d'affronter (Sarah House et al. 2012, p. 24).

Or, aujourd'hui, on peut identifier les pays qui ont des ressources et des lieux pour satisfaire aux besoins physiologies, aussi, on peut identifier ceux qui ne disposent pas de ces

ressources, comme par exemple l'Haïti. Étant donné que 75% de la population haïtienne est placé sous le seuil de la pauvreté.

État de l'art

Autour de cette proposition de travail ont été plusieurs investigations à la fois localement et internationalement, indiquant la validité des différentes variables, tous liés à la menstruation. Les méthodes de recherche comprennent le type social, économique, environnemental et sanitaire, étant ces principaux axes autour de ce sujet. Dans le premier cas, les études nationales font des observations sur les populations avec un caractère typique et indiscernable par le type d'habitudes de caractère ou coutumes encore pratiquées, ceux-ci étant un héritage de famille, comprenant certaines communautés ont encore principales sources d'information (Morales et al, 2012).

Les deux enquêtes colombiennes viennent pour définir leur problème de recherche assez semblables, en ce qui concerne les connaissances traditionnelles et les perceptions des résidents autour de la menstruation. Grâce à une enquête de terrain et travail d'exploration, de documenter les croyances encore en vie des populations locales des pratiques médicinales et aussi observer ces comportements populaires quand on parle de ce phénomène physiologique. Les résultats révèlent que le principal problème associé à la menstruation vient de communautés abandonnés par l'Etat, qui ne disposent pas de l'enseignement de base pour l'instruction dans l'utilisation de serviettes hygiéniques et de première nécessité (Alarcón-Nivia et al, 2016).

D'autre part, il y a différentes enquêtes avec des projections internationales, qui se déroulent dans de nombreuses questions plus larges de sphères éducatives, psychologiques ou financières. Le travail de terrain a été réalisé grâce à des interventions pour les communautés vulnérables, principalement dans les villes africaines ou du Moyen-Orient, où vivent même parmi

de nombreuses croyances et coutumes enracinées dans la religion, ce qui ne permet pas le développement de pratiques physiologiques. A travers des entrevues, il était possible d'entendre le point de vue des protagonistes, les femmes ou les adolescents qui vivent chaque jour ces problèmes, des cas uniques que l'intimidation et la désertion scolaire. La présentation des résultats recueillis au cours de l'intervention de la population féminine dans les communautés vulnérables, suit que la cause principale provient des établissements scolaires. Celles-ci ne disposent pas de ressources économiques pour l'apprentissage et l'utilisation des articles d'hygiène personnelle, par conséquent, il conclut que les adolescentes abandonnent l'école. Une solution possible est de faciliter les coûts de réutilisables pour fournir des serviettes hygiéniques à un prix abordable (Dolan et al, 2013).

CHAPITRE 3

Conception de la recherche

Introduction au chapitre

Dans ce chapitre, on abordera la méthodologie à suivre pour réussir le travail présenté dans ce document, comme le type d'étude, le contexte, les participants et les instruments qui peuvent être utilisés pour effectuer ce projet et obtenir un résultat réel et concis.

Type d'étude

Le type d'étude que le projet a développé dans une première mesure a été élaboré comme une étude descriptive, il porte sur des recherches déjà effectuées par des organismes de bienfaisance comme l'UNICEF et principalement dans la société BeGirl, parce que cette société fait et crée des designs des serviettes hygiéniques et culottes réutilisables, en particulier la population africaine.

Contexte

Portant sur des projets déjà réalisés par les organismes de bienfaisance aux communautés dans l'extrême pauvreté, également, Haïti a besoin de recevoir des aides par les grandes organisations, car les différentes catastrophes naturelles ont présenté des besoins de santé existant, en conséquence, ce projet vise à améliorer le contexte socio-économique que les femmes haïtiennes ont en raison de la menstruation.

Participants

La population féminine en Haïti a actuellement 50,4%, en d'autres termes 5 475 313 femmes vivant en Haïti, elles sont les principaux participants et bénéficiaires des serviettes et culottes réutilisables, étant donné que les produits offerts aident à faire face au besoin physiologique que le sexe féminin dispose (Annexe 1).

Instruments de collecte de données

Dans la première phase du projet, les instruments utilisés pour la recherche, sont à l'origine des fichiers numériques, documents académiques, sources documentaires et sites Web. Cependant, avec l'utilisation de statistiques déjà élaboré par l'UNICEF sur le peuple haïtien et leurs insuffisances dans les secteurs sociaux et économiques, comme une deuxième phase est possible de mener une recherche plus complète au moyen d'entrevues, de sondages, des visites de la population et un test sociométrique.

CHAPITRE 4

Conclusions

Introduction au chapitre

Tout au long de l'étude, il a été conclu que le projet est pleinement réalisable, car aucun élément de preuve montrant la nécessité qui présente la population féminine en Haïti pour avoir accès à l'hygiène personnelle. Par ailleurs, il est essentiel et urgent que l'inclusion de pads hygiéniques réutilisables puisse fournir une formation de base avec le cycle menstruel, donc dans ce chapitre ont été abordées comme la comparaison du travail de recherche avec les études précédentes, l'importance de votre travail de recherche, les limites de l'étude et les projections de la recherche.

Comparaison du travail de recherche avec les études précédentes

Compte tenu des études de travail antérieures menées localement et internationalement autour la menstruation, on peut démontrer une contribution positive à cette question aux communautés africaines. Après un examen approfondi des zones déjà intervenu d'extrême pauvreté par les organisations humanitaires, il a été identifié que les populations proches de la Colombie comme Haïti, ils ont été pris en compte pour l'assistance caritative dans les secteurs de la santé et de la nutrition. Mais, plus précisément l'aspect féminin de l'hygiène personnelle n'a pas eu le soutien de la majorité des ONG, puisque ce contrat des autres problèmes sociaux tels que la désertion scolaire l'intimidation, l'exclusion sociale et les infections des voies urinaires. Actuellement, l'ONU a averti que si les conditions de l'eau et de l'assainissement améliorées ne sont pas la plus haute priorité du gouvernement et les donateurs, ne peut pas éradiquer le choléra dans le pays (ONU, 2016). En d'autres termes, l'initiative n'a pas été réalisée en raison de facteurs

sociaux touchés. En incluant des tampons réutilisables pour la population féminine souhaité répondre à ce besoin physiologique.

Importance du travail de recherche

L'intérêt pour le développement du travail proposé a été fait avec l'intention de connaître ces petits problèmes sociaux des communautés sans défense, qui à son tour peut transcender les autres problèmes les plus pertinentes, compte tenu que, si elles ne sont pas contrôlés depuis le début aujourd'hui peut générer des conséquences majeures.

Actuellement, les cas de violence sexiste contre les femmes, pour diverses raisons sont connues, mais il y a un caractère personnel qui touche les femmes à un âge précoce et empêche la croissance physique et émotionnel, comme la menstruation, car il y les coutumes, les mythes, les codes secrets et rituels établis au sein d'une société. Cependant, dans les endroits les plus habitées ou peut-être plus modernes avoir accès à des produits d'hygiène personnelle, à la différence des zones rurales qui ne disposent pas de ces ressources dans une « ère moderne ». De là est née l'initiative de répondre à la question de savoir ce qui se passe quand les femmes ne disposent pas des serviettes ou des ressources économiques pour faire face à leur cycle menstruel?, Sur la base de la question de recherche.

Le pouvoir de fournir cette assistance signifie que le peuple haïtien aura accès à une nouvelle méthode de serviettes réutilisables, en plus d'aider à économiser de l'argent, et aider l'environnement.

Limites de l'étude

La portée de ce projet est observatoire et exploratoire, grâce à la collecte des recherches menées dans différents pays, mais tous liés à la menstruation. Il a été atteint de collecter toutes les informations nécessaires pour répondre à la question de la recherche dans la proposition de

projet. Par conséquent, avec une bonne analyse des pads communs dans les populations vulnérables, il peut être conclu que les serviettes hygiéniques réutilisables permettraient d'améliorer problèmes psychologiques et de santé en raison de la menstruation.

En effet, pour obtenir une enquête plus efficace, il est nécessaire de faire une visite en Haïti pour plus d'informations de cette population, mais, pour l'élaboration du projet, certains obstacles ne permettent pas la pleine réalisation, comme par exemple, les ressources financières qui ne sont pas disponibles, aussi, le temps proposé pour atteindre les objectifs ont été initialement court. Enfin, toutes les connaissances ont été mis en pratique pour l'exécution des travaux, dans le but d'obtenir le diplôme professionnel en langue modernes, ce qui est la principale motivation pour le projet.

Projections de la recherche

Ce document vise à lever une initiative sociale pour les organisations et les enquêtes qui ont l'intérêt de réaliser l'inclusion de serviettes hygiéniques réutilisables aux populations vulnérables. De la même manière, assurer dans un avenir que le travail proposé sera fait de la vie de la communauté haïtienne et améliorera une certaine qualité de vie des femmes.

Compte tenu des matériaux utilisés pour la fabrication de serviettes et culottes réutilisables, on peut conclure qu'il est possible de mettre en œuvre ces produits, et d'aider les femmes avec leur cycle menstruel, générant également un impact positif sur l'environnement, à savoir ce projet est d'intérêt pour les carrières liées au design et à l'environnement.

Références

- Alarcón-Nivia, M. Á.-A., & Blanco-Fuentes, L. (2016, 02). *Beliefs, attitudes magical experiences regarding menstruation among women from Bucaramanga, Colombia*. Récupéré sur Revista colombiana de obstetricia y ginecología :
https://www.researchgate.net/publication/262436469_Beliefs_attitudes_magical_experiences_regarding_menstruation_among_women_from_Bucaramanga_Colombia
- BEGIRL. (s.d.). *BEGIRL*. Récupéré sur <http://www.empowerbank.org/>
- Ciprian-Marcel. (2004). *Neuromarketing-getting inside the customer's mind*. Récupéré sur https://www.researchgate.net/profile/Pop_Marcel/publication/41163693_Neuromarketing_-_getting_inside_the_customer's_mind/links/552e5a490cf22d43716e156c.pdf
- Dolan, C. S. (2013, 04 29). *A BLIND SPOT IN GIRLS' EDUCATION: MENARCHE AND ITS WEBS OF GHANA*. Récupéré sur Journal of International Development:
https://www.spi.ox.ac.uk/uploads/tx_oxford/files/A%20BLIND%20SPOT%20IN%20GIRLS%E2%80%99%20EDUCATION-%20MENARCHE%20AND%20ITS%20WEBS%20OF%20EXCLUSION%20IN%20GHANA.pdf
- Morales Lesmes, C. I., Correal Muñoz, C. A., Plazas Vargas, M. d., & Zuluaga, G. d. (2012, 03 23). *Creencias y vivencias de mujeres adultas sobre la menstruación en el municipio de Cota*. Récupéré sur Universidad de la Sabana: <http://intellectum.unisabana.edu.co/handle/10818/1476>
- Morin, C. (2011, 06 14). *Neuromarketing: The New Science of Consumer Behavior*. Récupéré sur springerLink: <http://link.springer.com/article/10.1007/s12115-010-9408-1>
- O'Hagan, E. M. (2015, 05 28). *the guardian*. Récupéré sur <http://www.theguardian.com/global-development-professionals-network/2015/may/28/we-need-to-talk-about-periods-why-is-menstruation-still-holding-girls-back>
- ONU. (2016, 07 01). *ONU*. Récupéré sur centro de noticias ONU:

<http://www.un.org/spanish/News/story.asp?newsID=35377#.V4WZHvnhAdV>

RTVE. (2010, 01 13). *RTVE*. Récupéré sur <http://www.rtve.es/noticias/20100113/haiti-pais-mas-pobre-america/311823.shtml>

Sarah House, T. M. (2012). *Menstrual hygiene matters A resource for improving menstrual*. Récupéré sur <http://www.popline.org/node/635591>

Tracey Crofts, J. F. (2012). *Menstrual hygiene in Ugandan schools: an investigation of low-cost sanitary pads*. Récupéré sur Journal of Water Sanitation and Hygiene for Development:
<http://washdev.iwaponline.com/content/2/1/50.abstract>

UNICEF. (2015). *UNICEF*. Récupéré sur <http://www.unicef.org/haiti/french/health.html>

UNICEF. (s.d.). *UNICEF*. Récupéré sur <http://www.unicef.org/>

Annexes

Annexe 1

10 865 080	Población actual
5 389 557	Población masculina actual (49.6%)
5 475 523	Población femenina actual (50.4%)
143 795	Nacimientos este año
309	Nacimientos hoy
50 018	Muertes este año
107	Muertes hoy
-16 353	La migración neta este año
-35	La migración neta hoy
77 424	Crecimiento poblacional este año
166	Crecimiento poblacional hoy

Fuente : El Departamento de Asuntos Económicos y Sociales de las Naciones Unidas [🔗](#) .