

El 80% de las mujeres españolas ha tenido alguna experiencia negativa al solicitar la baja menstrual

Con motivo del Día de la Higiene Menstrual, INTIMINA lanza una campaña de divulgación en Instagram alertando sobre el derecho a la salud menstrual. Según un estudio de INTIMINA, 6 de cada 10 mujeres sienten dolores incapacitantes durante su menstruación. Más del 70% cree que la regulación de este tipo de permisos puede suponer un nuevo motivo de discriminación laboral

España fue en 2023, el primer país de la Unión Europea en aprobar la baja laboral por menstruación dolorosa, un año después de su entrada en vigor se comprueba que tan solo un 33% de las mujeres ha solicitado este permiso, según el II Estudio sobre Menstruación y Entorno Laboral elaborado por la marca de salud íntima femenina, INTIMINA, y en el que se ahonda en los motivos por los que las mujeres españolas son reticentes a solicitar la baja menstrual.

Durante la menstruación, las mujeres pueden padecer migrañas (48%), dolor articular o muscular, debilidad y fatiga (58%), entre otros síntomas. Estos síntomas se presentan en casi 3 de cada 10 mujeres todos los meses y un 68% de las mujeres afirma haber sentido dolores menstruales incapacitantes, pero solo un tercio de ellas (33%) ha solicitado la baja menstrual alguna vez. Entonces, ¿por qué las mujeres no solicitan la baja menstrual a pesar de que la puedan necesitar?

La menstruación dolorosa, una afección incomprendida

Aunque la aprobación de la baja menstrual supone un avance para la salud de las mujeres, hasta un 80% de ellas ha tenido una experiencia negativa al solicitarla. Entre los motivos principales por los que han tenido experiencias negativas, el 46% señala haberse sentido juzgadas en su entorno laboral y el 22% haber tenido problemas con jefes o compañeros.

Si se habla de aquellas mujeres que han sufrido dolores incapacitantes, pero que no se han decidido a pedir la baja menstrual, un 43% señala como motivo principal el evitar posibles problemas en su entorno laboral. Además, un 46% sentía que no se iban a tomar en serio sus dolores.

Estos datos evidencian que, pese al esfuerzo legislativo, todavía queda mucho camino por recorrer a la hora de normalizar las diversas realidades en torno a la menstruación. En este sentido, el 80% de las encuestadas considera que existe un estigma asociado a esta baja y a los dolores menstruales; y 7 de cada 10 mujeres declara que se ha normalizado la obligatoriedad de trabajar a pesar de tener dolores causados por el ciclo menstrual.

Si bien es cierto que la mitad de las mujeres (50%) creen que la regularización de este tipo de bajas es positiva en materia de igualdad, más del 70% de ellas cree que este tipo de permisos también puede llegar a suponer un nuevo motivo de discriminación laboral.

Asimismo, es necesaria una mayor concienciación social, ya que aunque España ha sido el primer país de la Unión Europea en dar el derecho a solicitar la baja médica por menstruaciones dolorosas, un 67% de las encuestadas creen que existe una baja aceptación del permiso menstrual en este país.

"La aprobación de leyes como la baja menstrual es un paso importante para conseguir un entorno laboral igualitario. Sin embargo, sin una concienciación real, las mujeres seguirán teniendo miedo a sentirse juzgadas y discriminadas en su puesto de trabajo", afirma Selina Giacuzzo, Business Development Manager en INTIMINA.

INTIMINA visibiliza el derecho a la salud menstrual a través de sus redes sociales

Con motivo del Día de la Higiene Menstrual (28 de mayo), INTIMINA ha lanzado en su perfil de Instagram la campaña 28, más que un ciclo, con la que ha querido poner de relieve la necesidad de garantizar el derecho a la salud menstrual de las mujeres.

Para ello, durante el mes de mayo, la marca ha desarrollado una estrategia de contenidos con la que poder hacer divulgación y se ha publicado un insight diario en torno a esta problemática a nivel nacional, global y mostrando aspectos como la pobreza menstrual, tabúes en torno a la menstruación o la dificultad de acceso a productos de higiene menstrual, entre otros tópicos.

Esta campaña se complementa con el desarrollo de una landing gamificada donde las usuarias y perfiles interesados podrán comprobar sus conocimientos en torno al derecho a la salud menstrual y acceder al sorteo de un kit de la marca.

* "II Estudio sobre Menstruación y Entorno Laboral de INTIMINA", realizado a una muestra representativa de 702 mujeres españolas en el mes de marzo de 2024 mediante el método CAWI (Computer Assisted WEB Interviewing).

Sobre Intimina

Intimina es una marca sueca nacida en 2009 que ofrece una gama de productos de cuidado para la salud ginecológica de las mujeres. Con tres líneas diferentes: Fortalecimiento del Suelo Pélvico, Bienestar Femenino y Wellness para el periodo (Lily Cups y Lily Cups Compact), el equipo de I+D de Intimina ha conseguido diseñar productos que se adaptan a mujeres de todas las edades. Cada producto está creado con una altísima calidad y ergonomía y han sido desarrollados bajo la supervisión de un consejo de profesionales (matronas y doctores) especialistas en ginecología.

Datos de contacto:

Laura Cuesta
Best
915 211 134

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Nacional](#) [Medicina](#) [Industria](#) [Farmacéutica](#) [Marketing](#) [Sociedad](#) [Consumo](#) [Bienestar](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>