

Estudo Global de Saúde e Higiene 2022

O futuro do bem-estar



O futuro do bem-estar

Histórico

O mundo está evoluindo e se transformando, talvez mais rápido do que nunca. Novas pandemias e mudanças globais têm afetado imensamente as pessoas - física e mentalmente. Isso também impactou a nossa visão de bem-estar para a saúde e a nós mesmos. As etapas da vida já não estão tão definidas como anteriormente. Meninos e meninas atingem a puberdade dois anos antes, a diferença de idade entre pais e filhos pode chegar até 40 anos de diferença, e vemos uma "nova" geração de jovens e idosos ativos.

A Essity está presente em todas as fases da vida. Não apenas oferecendo soluções e produtos para as necessidades diárias de saúde e higiene das pessoas, mas também promovendo a conscientização sobre estigmas e tabus sociais, que têm um resultado negativo no bem-estar das pessoas. Tabus e estigmas são prejudiciais para o bem-estar mental e dificultam o acesso às soluções mais adequadas para as necessidades das pessoas. Para conscientizar sobre a importância da saúde e higiene e a relação com o bem-estar, a Essity olha para o futuro do bem-estar com o objetivo de encontrar soluções para gerar uma próxima geração mais saudável. Este estudo é uma parte da base deste esforço.



Do presente para o futuro do bem-estar

Anteriormente, realizamos o "**Estudo Essentials Initiative**" para analisar atitudes e comportamentos associados à saúde e higiene, com o objetivo de superar os tabus e estigmas existentes que afetam negativamente a vida das pessoas.

Este ano, o "**Estudo Global de Saúde e Higiene**" analisará o futuro do bem-estar, examinando a disparidade entre os atuais comportamentos e as atitudes das pessoas em relação ao bem-estar, e como elas gostariam de viver no futuro. Este relatório também abordará os déficits de conhecimento e experiências vivenciadas em relação à saúde e higiene - para identificar as barreiras e soluções para o bem-estar ao longo do ciclo de vida moderno.



Foram coletadas respostas de um total de **15.246** entrevistados em 15 mercados.



O futuro dos cuidados pessoais



72%

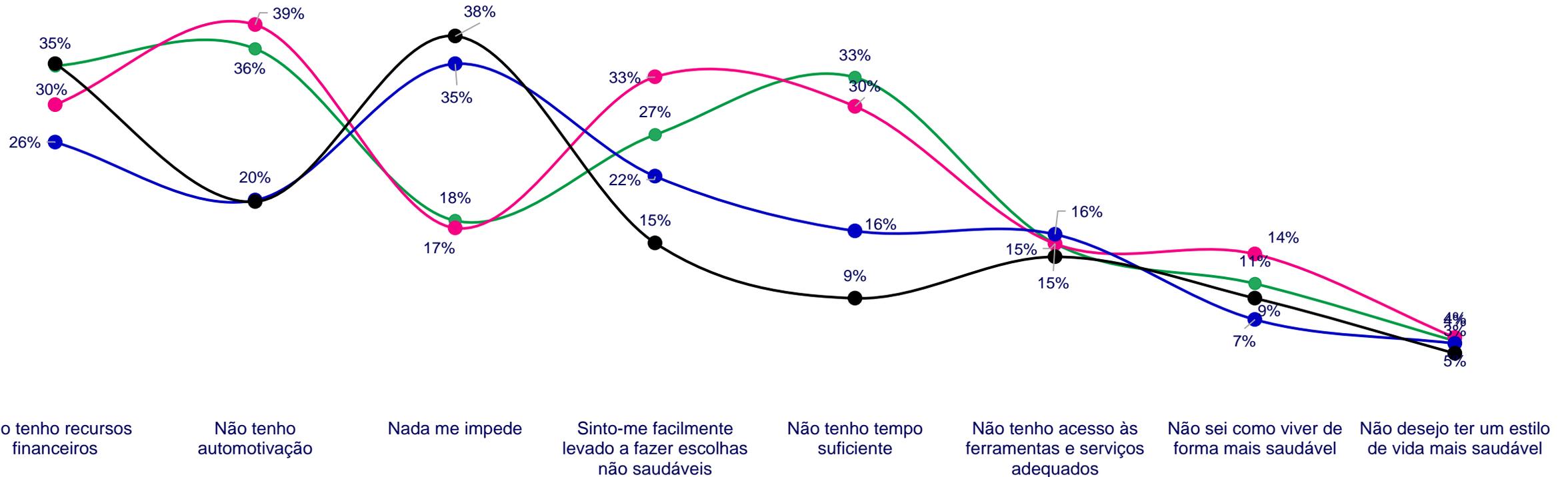
afirmam enfrentar algum obstáculo para viver de forma mais saudável – sendo o fator econômico a maior barreira



A motivação é o principal obstáculo para uma vida mais saudável, seguida por acessibilidade econômica e autocontrole

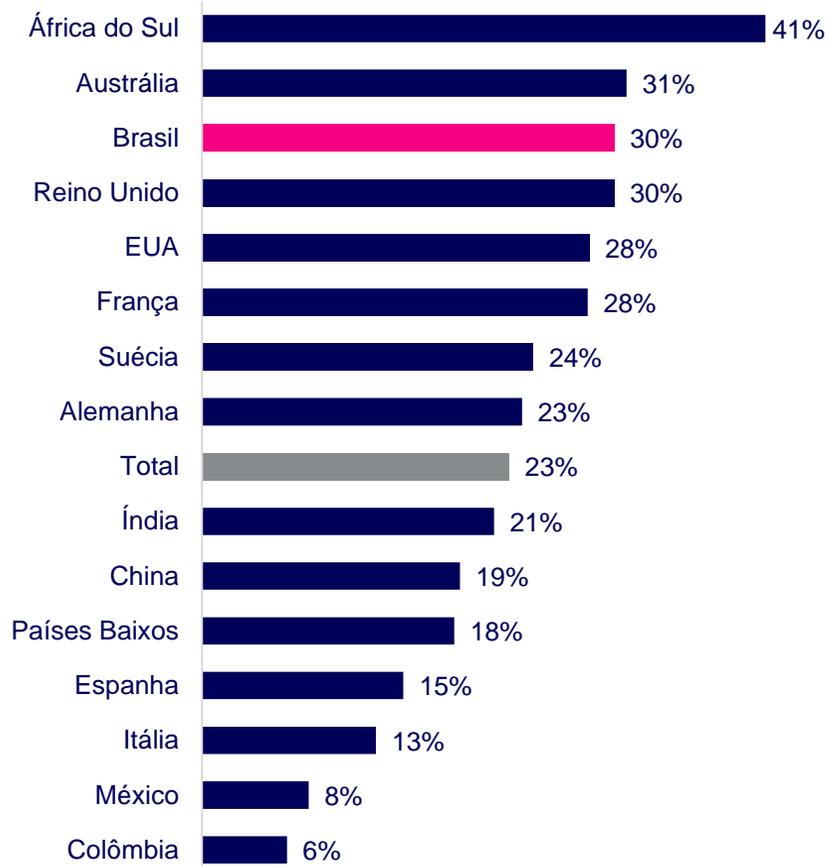
Os mais jovens geralmente são mais propensos a dizer que estão enfrentando dificuldades para adotar um estilo de vida mais saudável

18-25 anos 26-45 anos 46-65 anos 66-80 anos



No Brasil, as pessoas são mais propensas que a média global, ao afirmar que não têm condições de adotar um estilo de vida mais saudável

Não tenho recursos



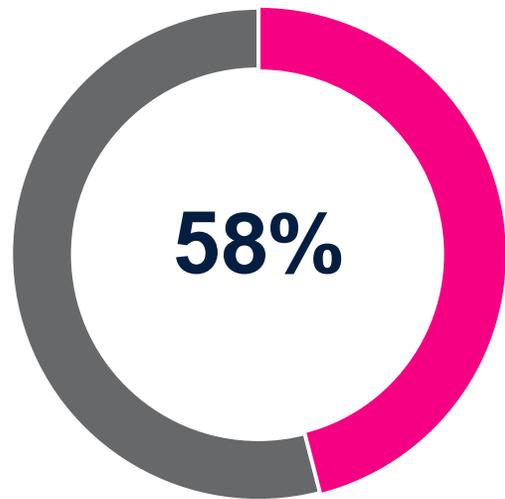
Diálogo sobre a higiene no futuro

A group of eight school children, four boys and four girls, are walking in a line outdoors. They are wearing white shirts, dark ties, and dark trousers or skirts. The background shows a brick building and some greenery. The image is dimmed to allow text to be overlaid.

56%

afirmam que a criação de espaços para o diálogo e a educação é necessário para reduzir o embaraço e a relutância em discutir questões sobre saúde e higiene

Quase uma em cada quatro pessoas perdeu um dia de escola ou trabalho por causa da menstruação

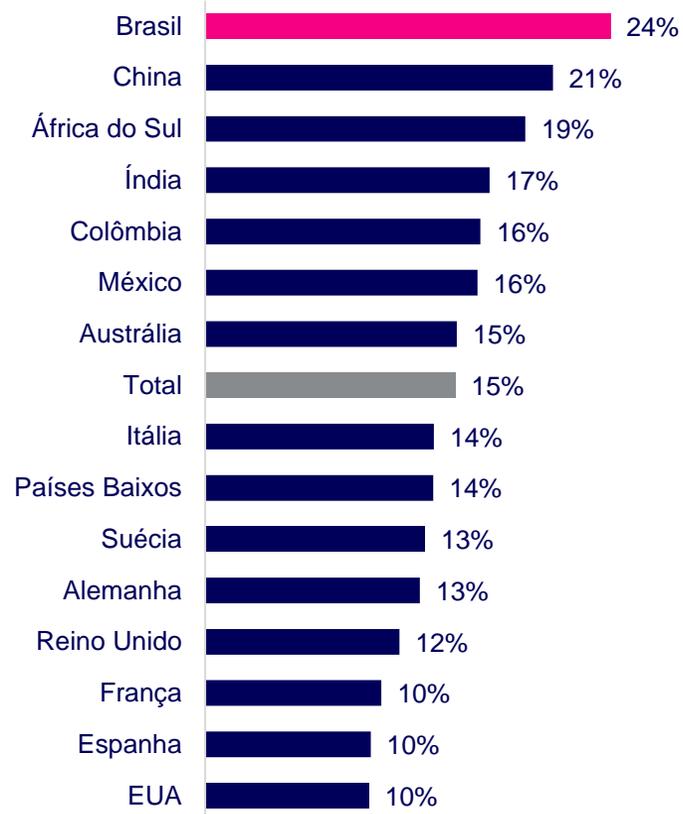


faltaram à escola ou ao trabalho

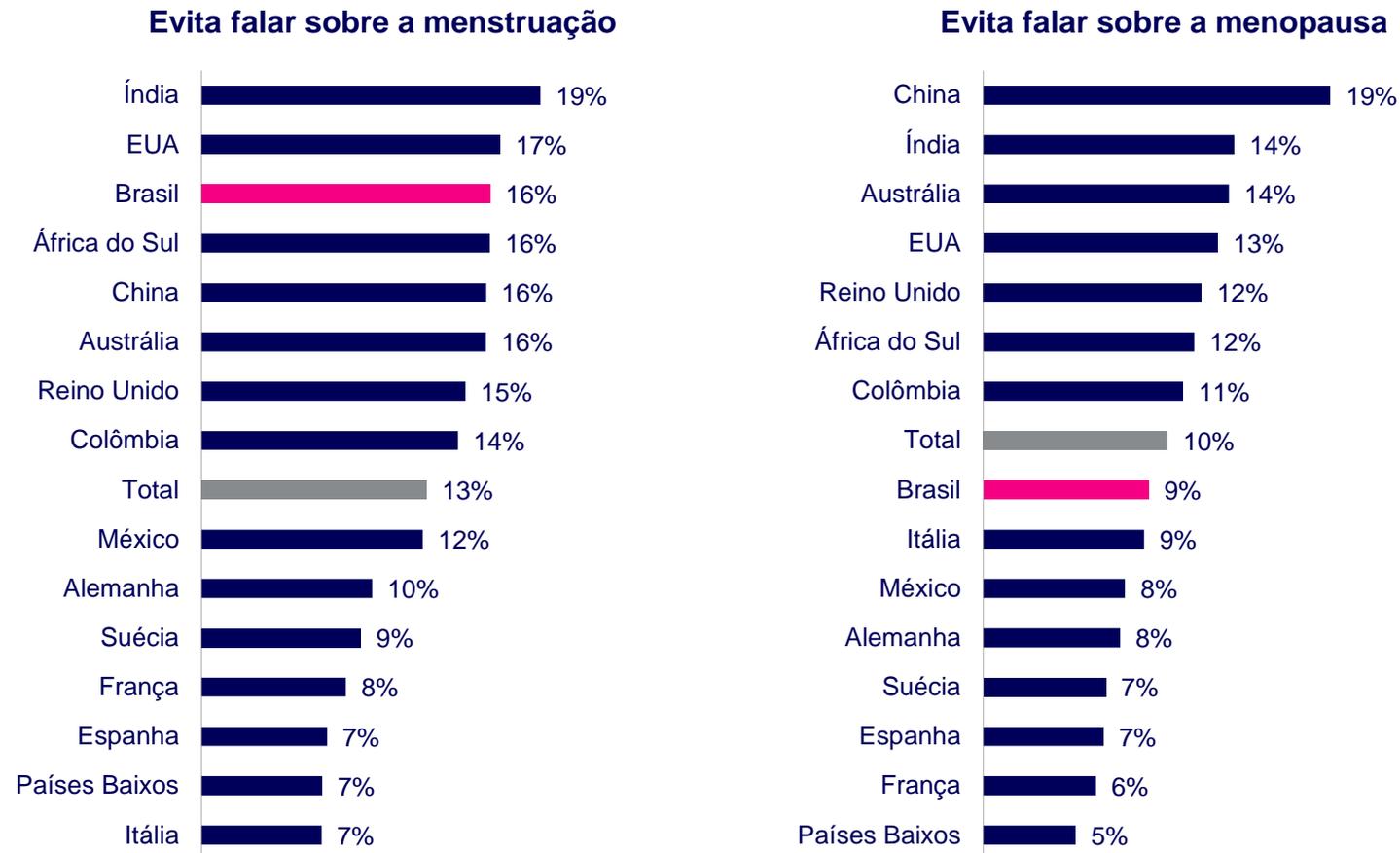


As pessoas no Brasil estão mais propensas a perder um dia de escola ou trabalho devido à menstruação em comparação com todos os mercados globais

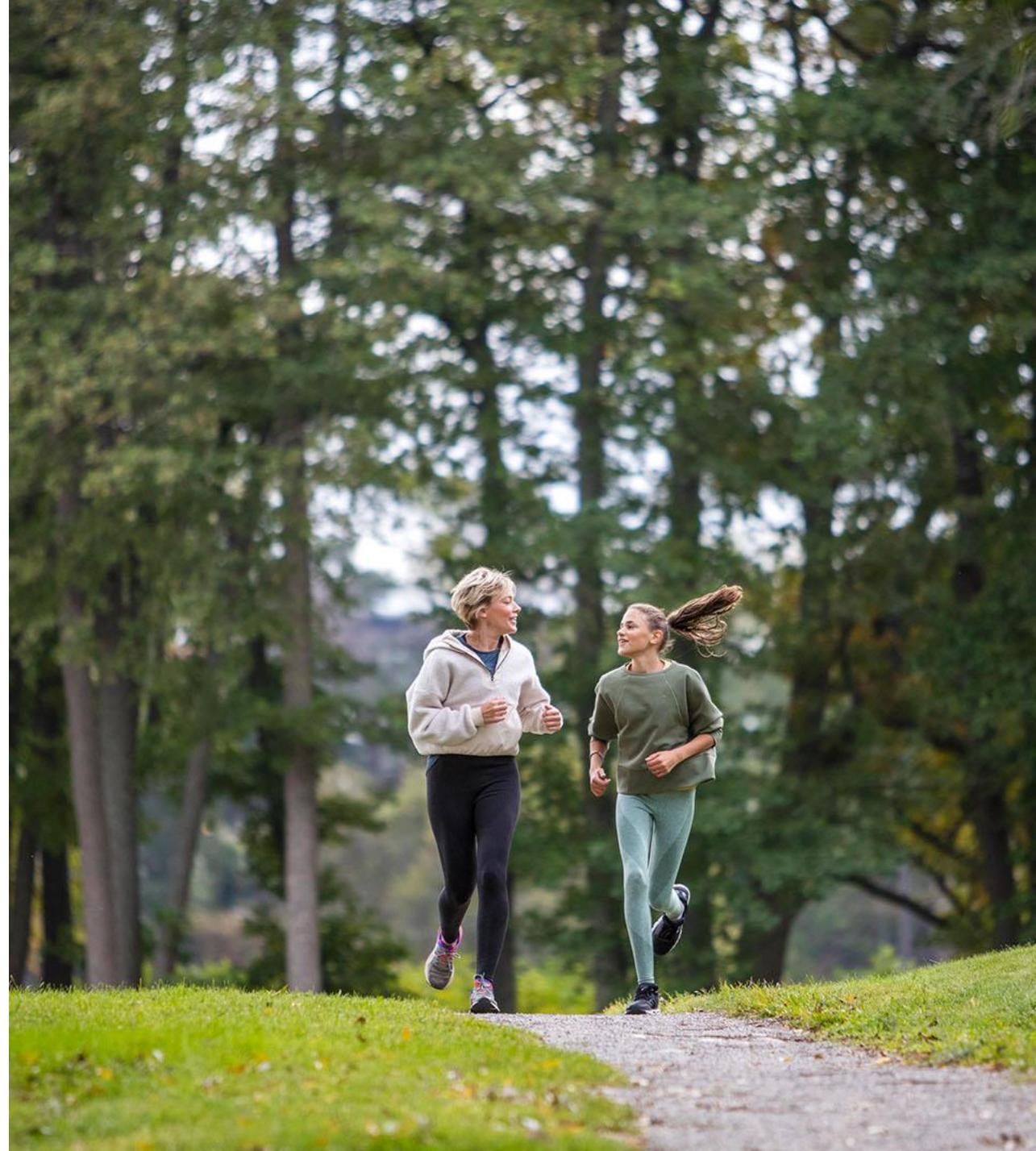
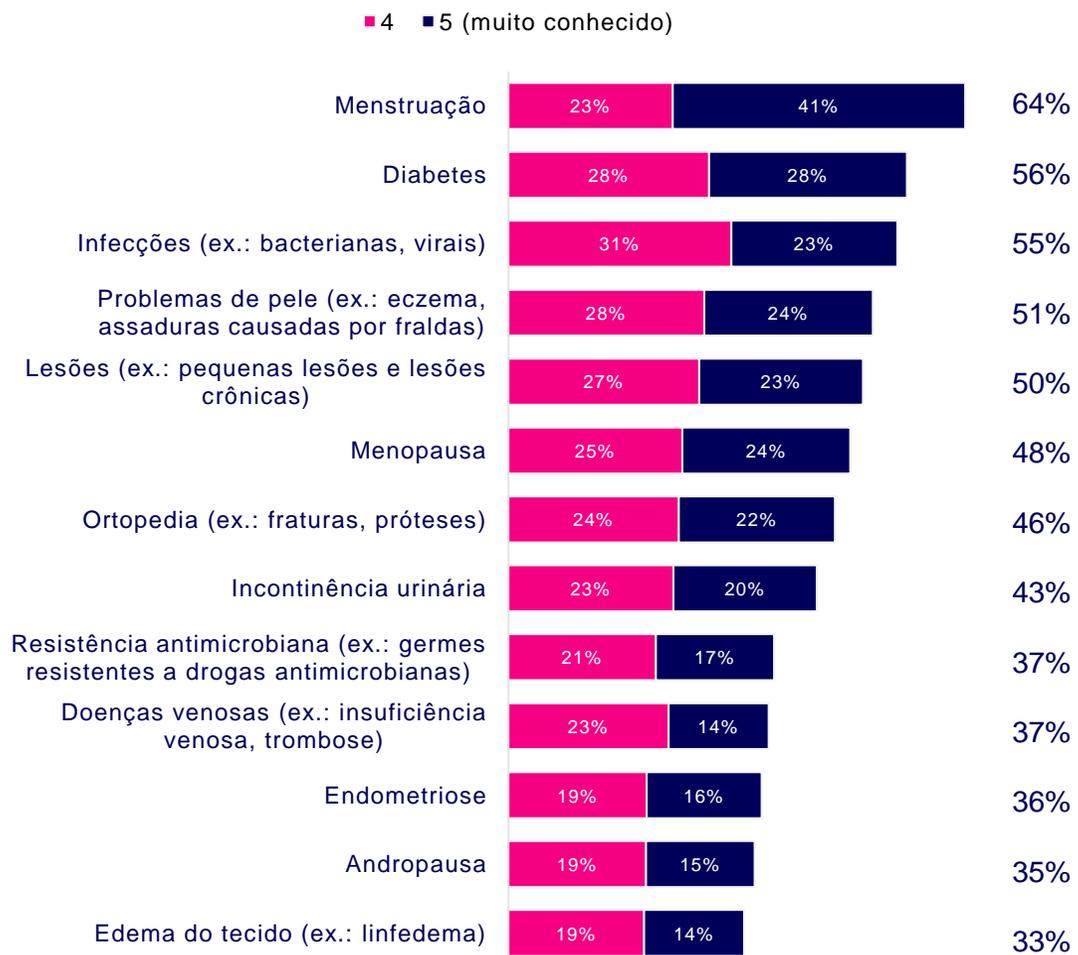
Menstruação



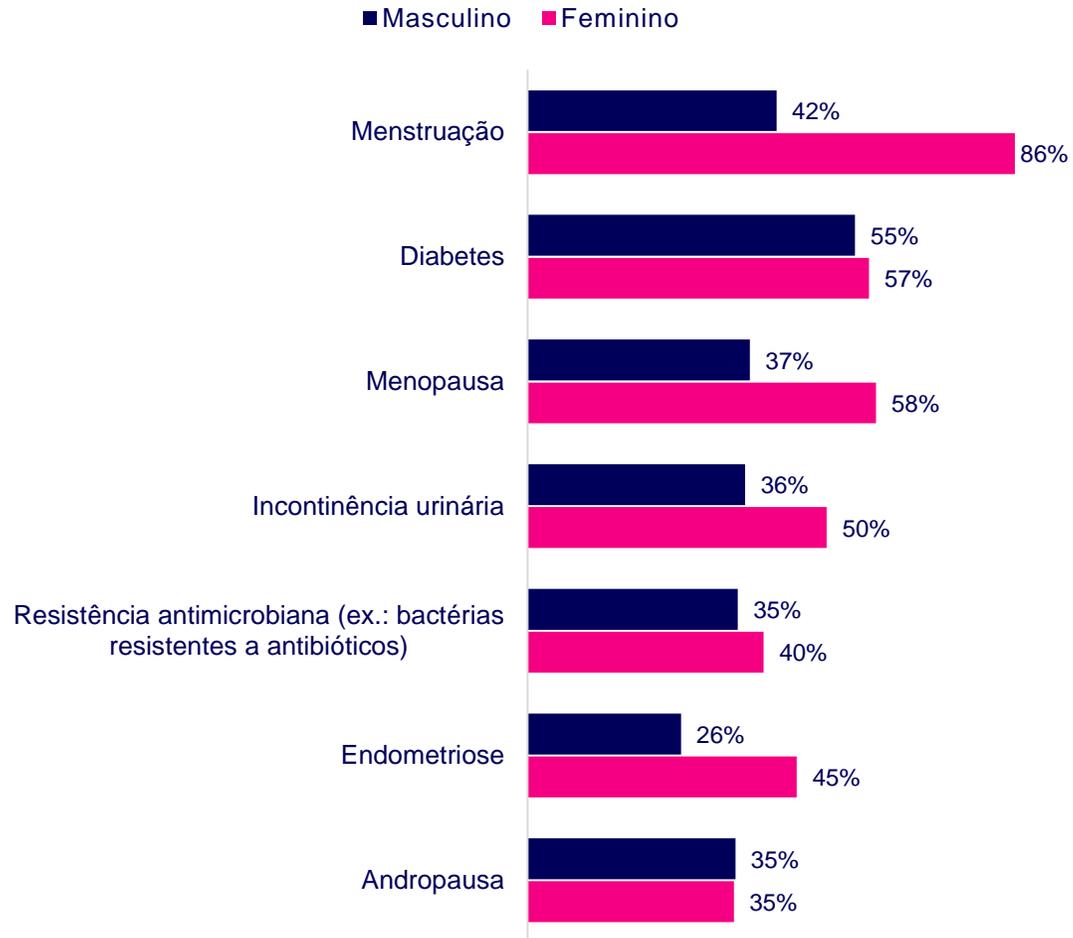
Os brasileiros são mais propensos do que a média global em evitar falar sobre a menstruação



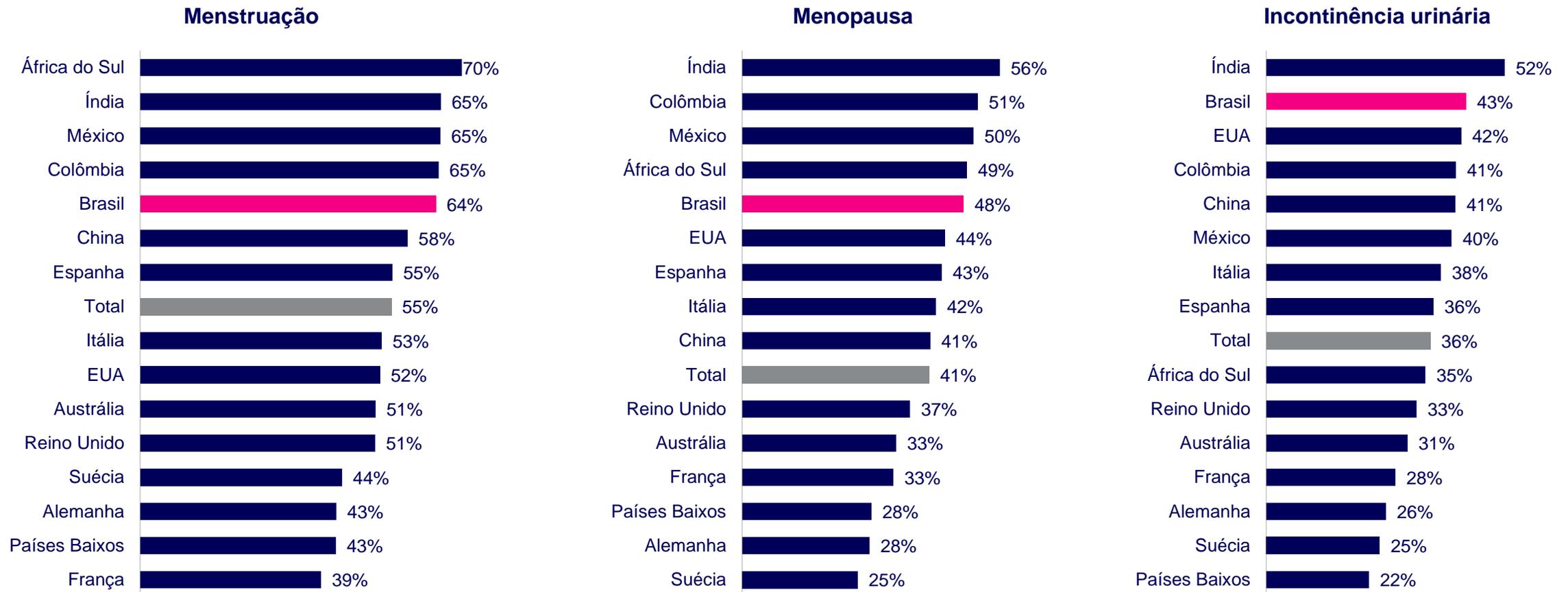
As pessoas afirmam ter mais conhecimento sobre menstruação, diabetes e infecções



Ainda há uma grande discrepância de conhecimento entre os homens quando quando o assunto está relacionado à cuidados femininos e incontinência urinária

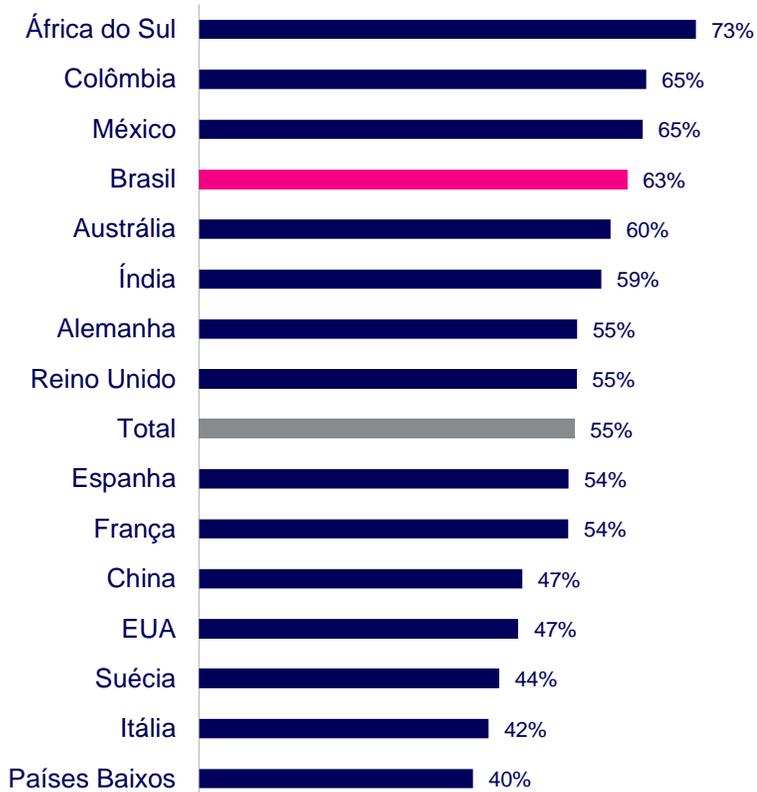


O Brasil é igualmente mais propenso em níveis de conhecimento sobre menstruação, menopausa e incontinência em comparação com a média global

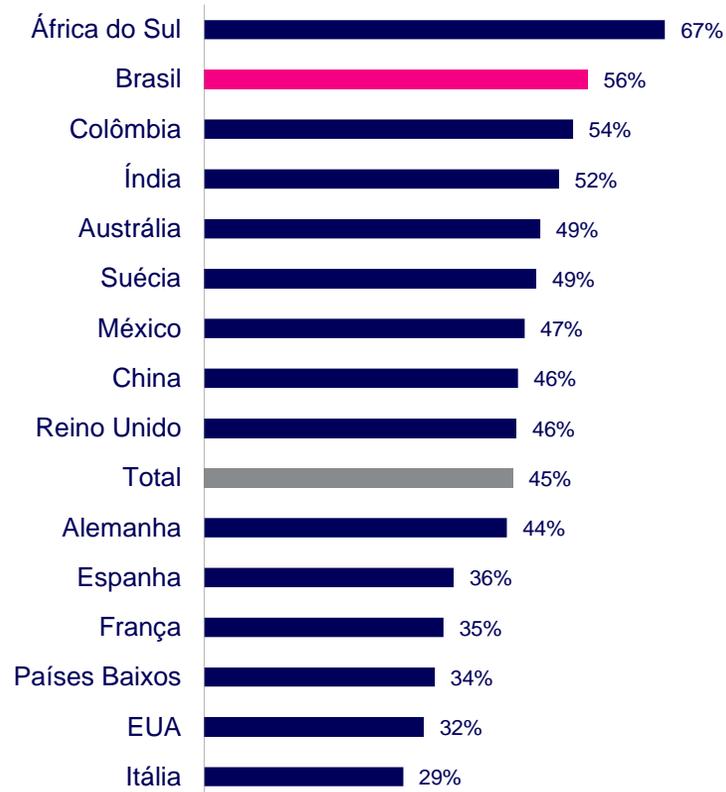


O Brasil atribui mais responsabilidade aos pais, escolas e empresas do que a média global

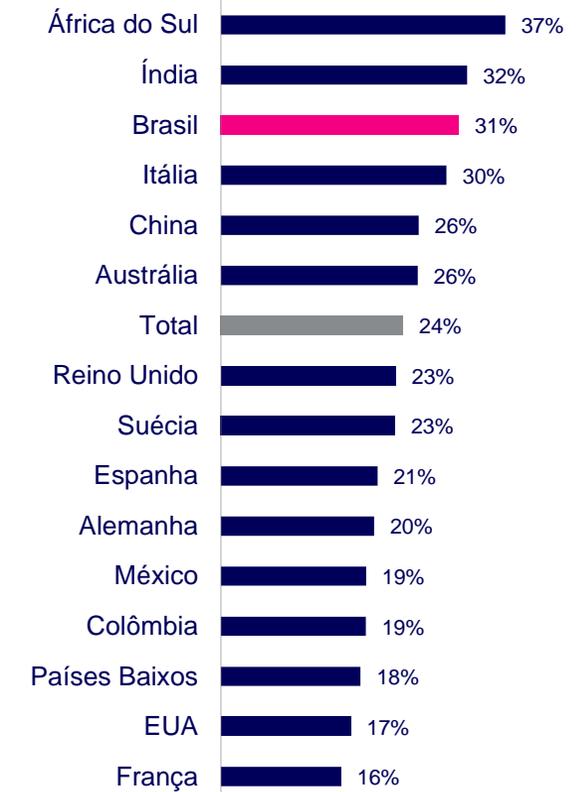
Pais educando seus filhos



Escolas criando espaços de diálogo e educação

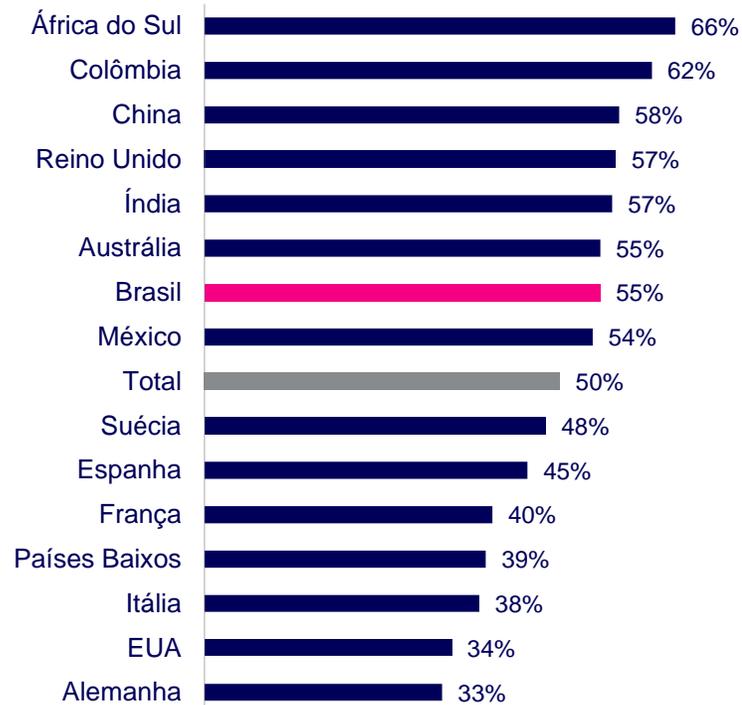


As empresas assumem a responsabilidade por meio de conscientização, conhecimento e apoio

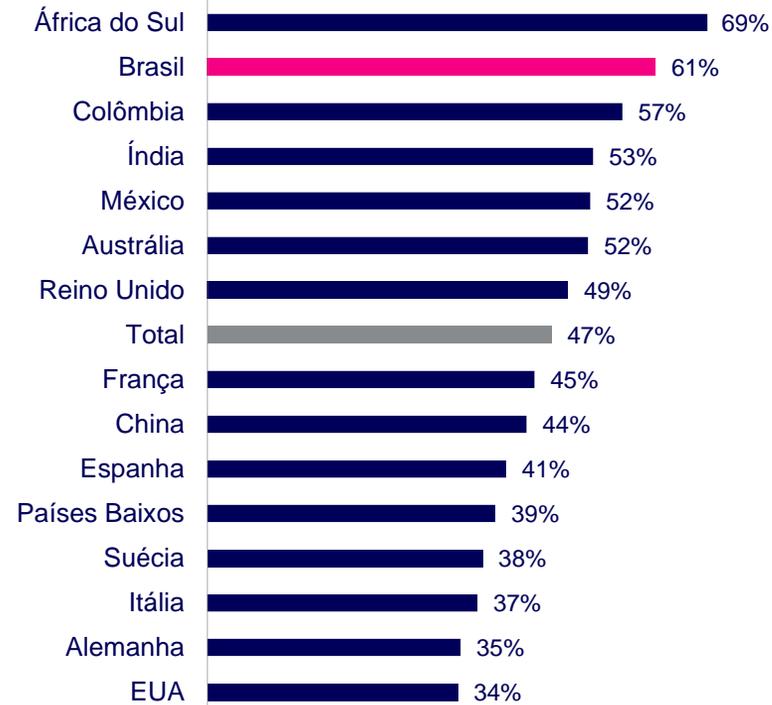


No Brasil, as pessoas são mais propensas, comparando com a média global, em atestar o ensino sobre saúde menstrual nas escolas, fornecimento de produtos gratuitos e educação com apoio das empresas

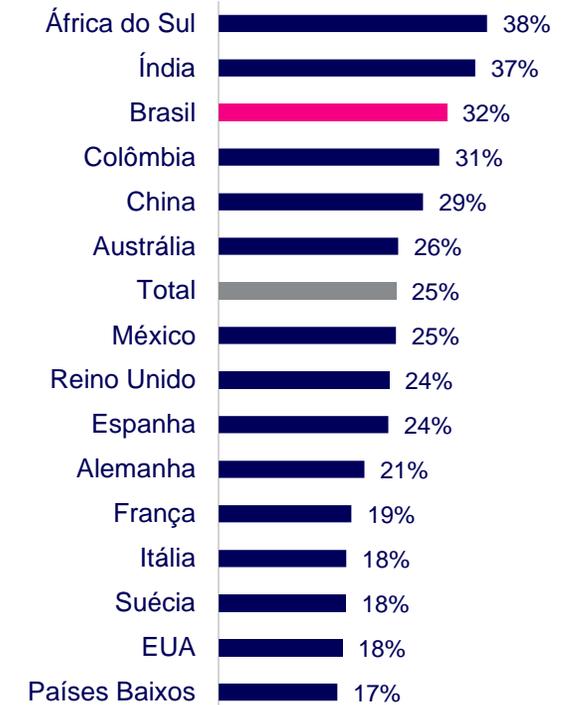
Garantir que a saúde menstrual seja ensinada nas escolas



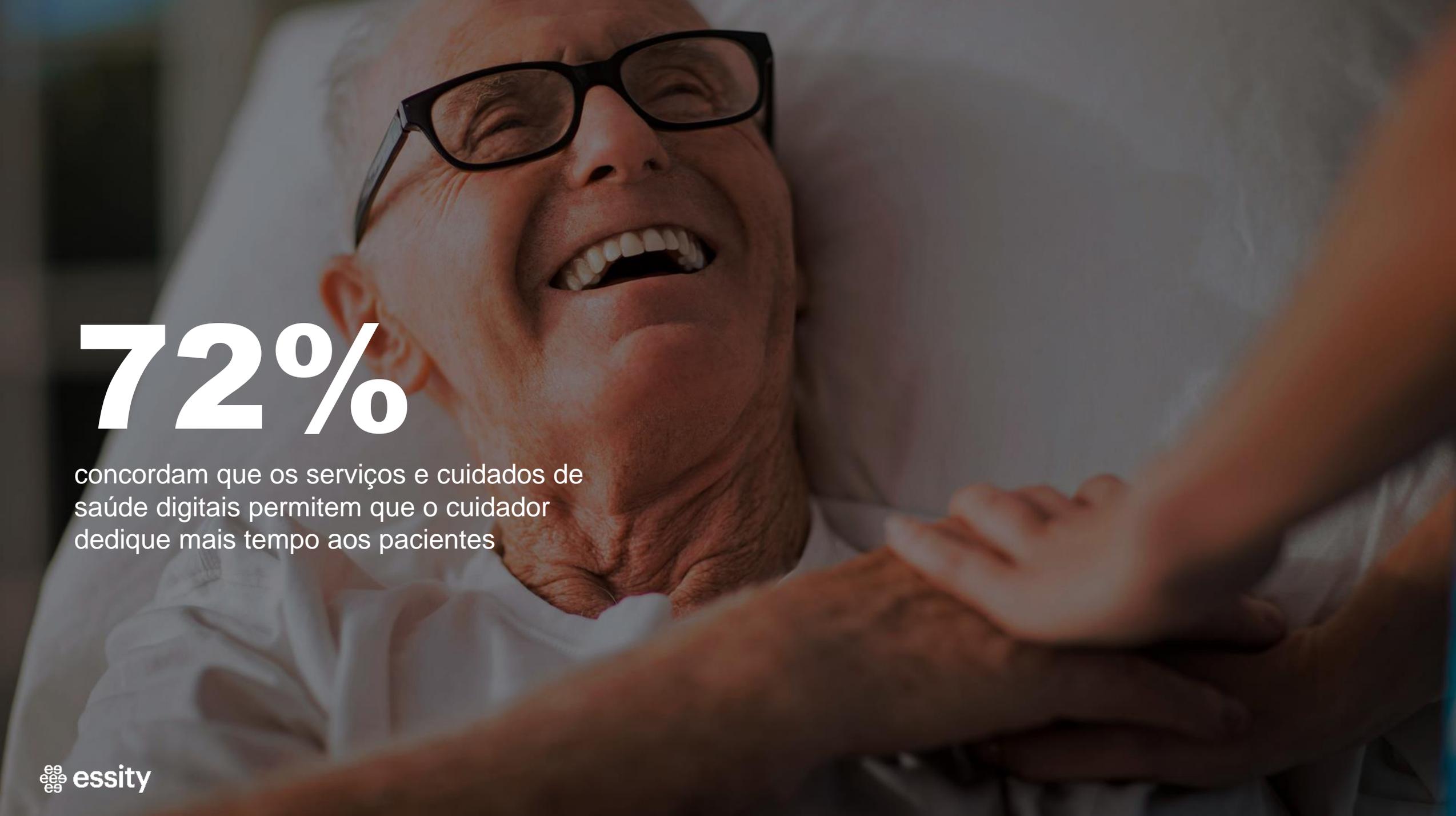
Fornecimento gratuito de produtos menstruais para grupos vulneráveis, como estudantes e pessoas que vivem em situação de pobreza



Colaborar com as empresas para educar os consumidores



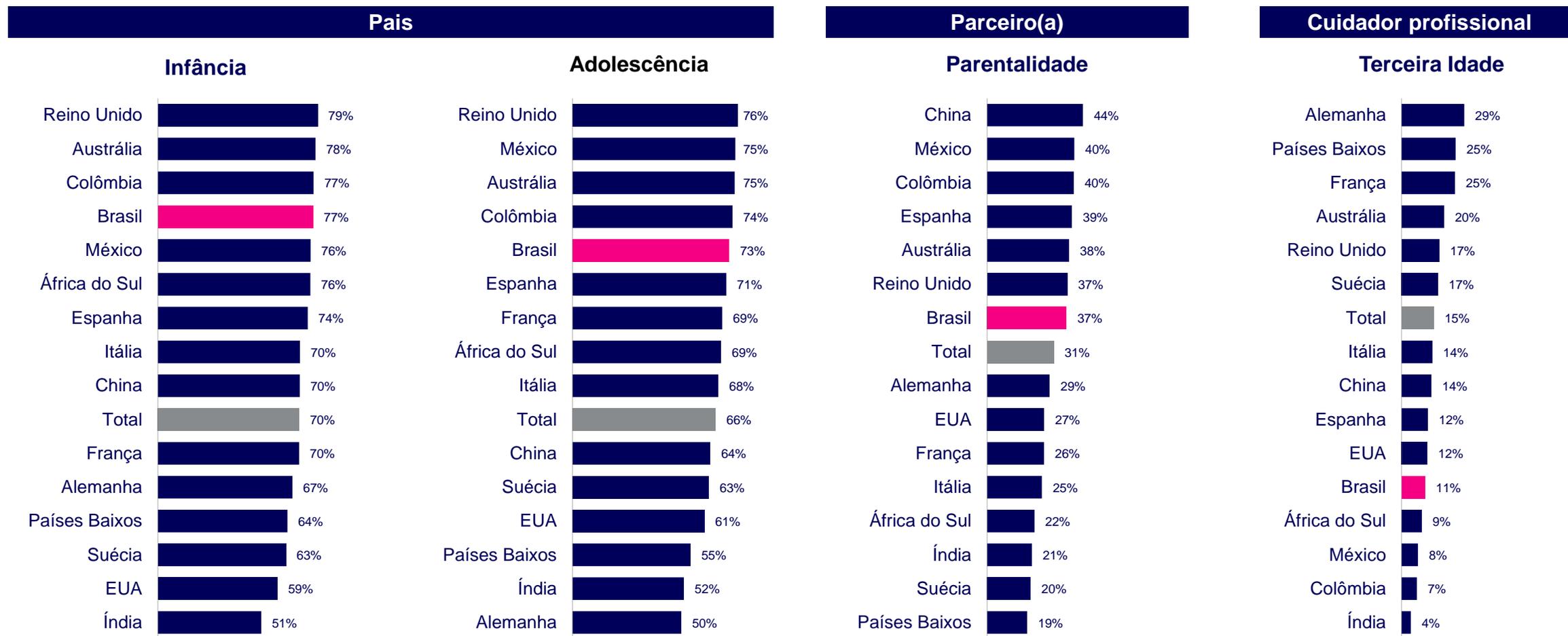
O futuro na prestação de cuidados



72%

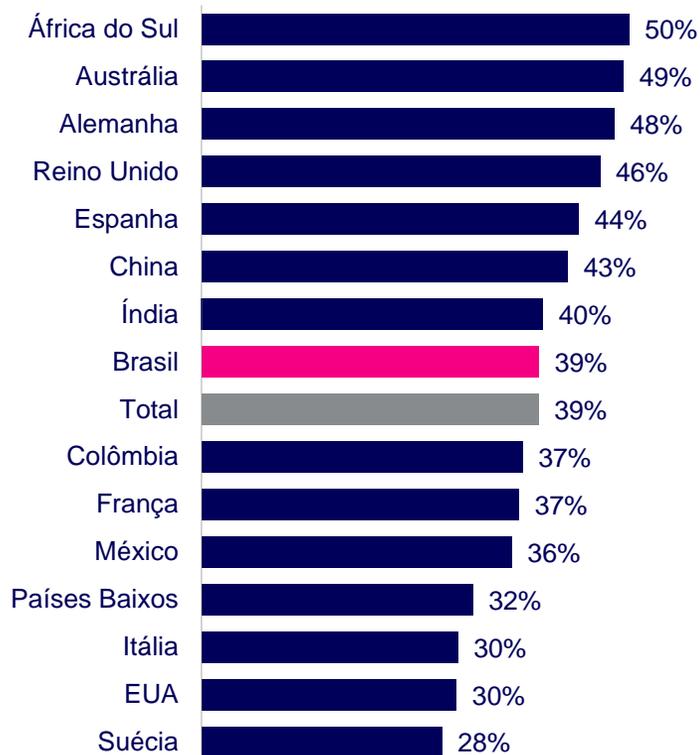
concordam que os serviços e cuidados de saúde digitais permitem que o cuidador dedique mais tempo aos pacientes

O Brasil é mais propício em dizer que os pais deveriam estar mais envolvidos na infância e adolescência em relação ao total global

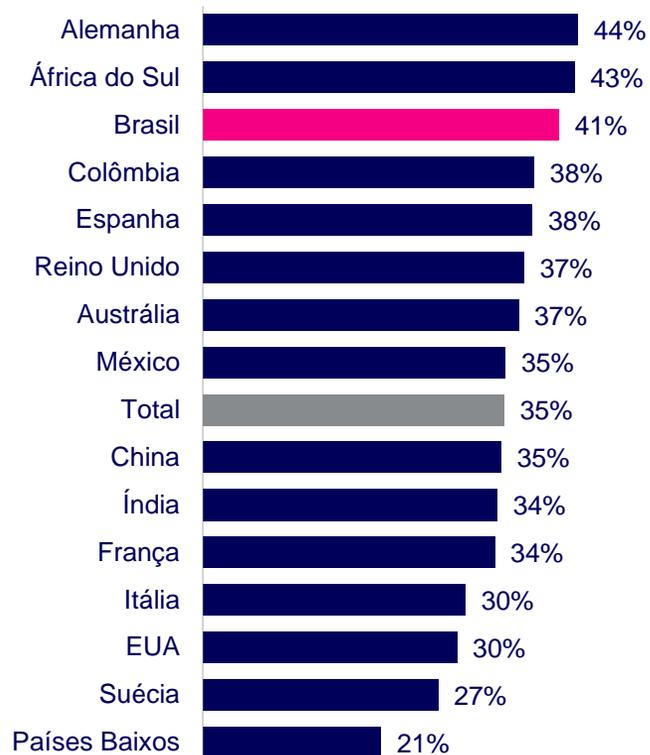


Os brasileiros são mais propensos em garantir a remuneração no local de trabalho em relação ao total global

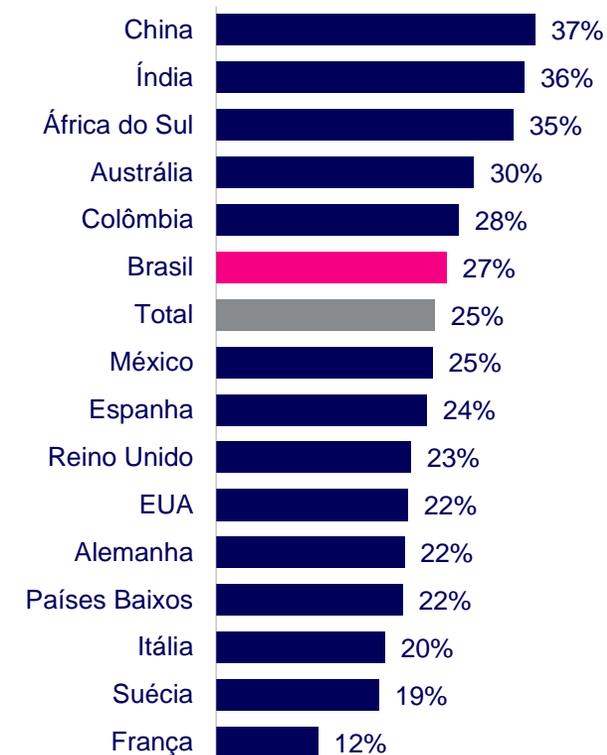
Auxílios financiados pelo governo/regulamentações



Local de trabalho oferecendo remuneração e disponibilidade de tempo para ser um cuidador

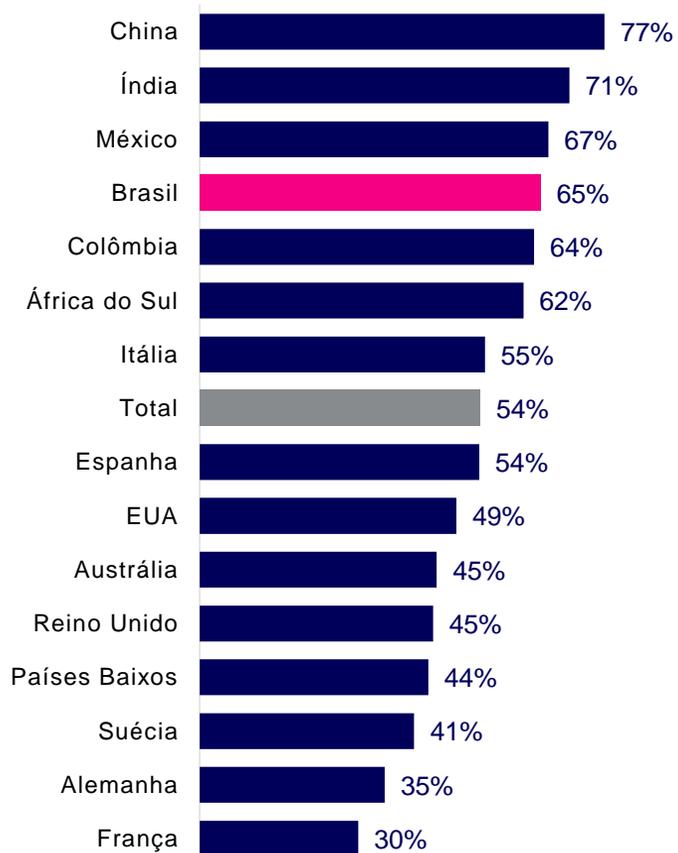


Dispositivos e aplicações inteligentes, como tecnologia vestível e rastreadores digitais

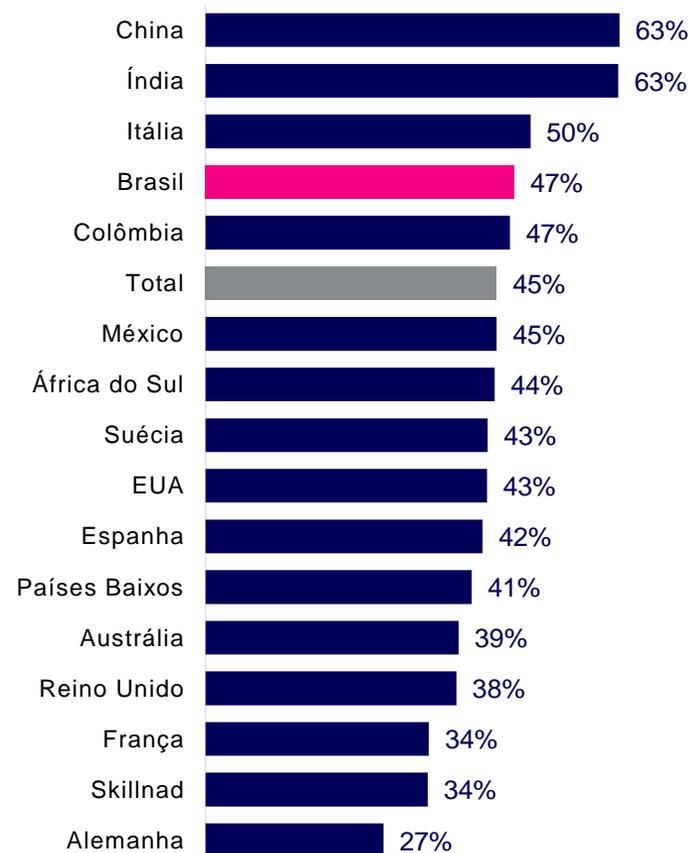


Os brasileiros têm uma visão mais positiva sobre a privacidade e a precisão dos dados em relação ao total global

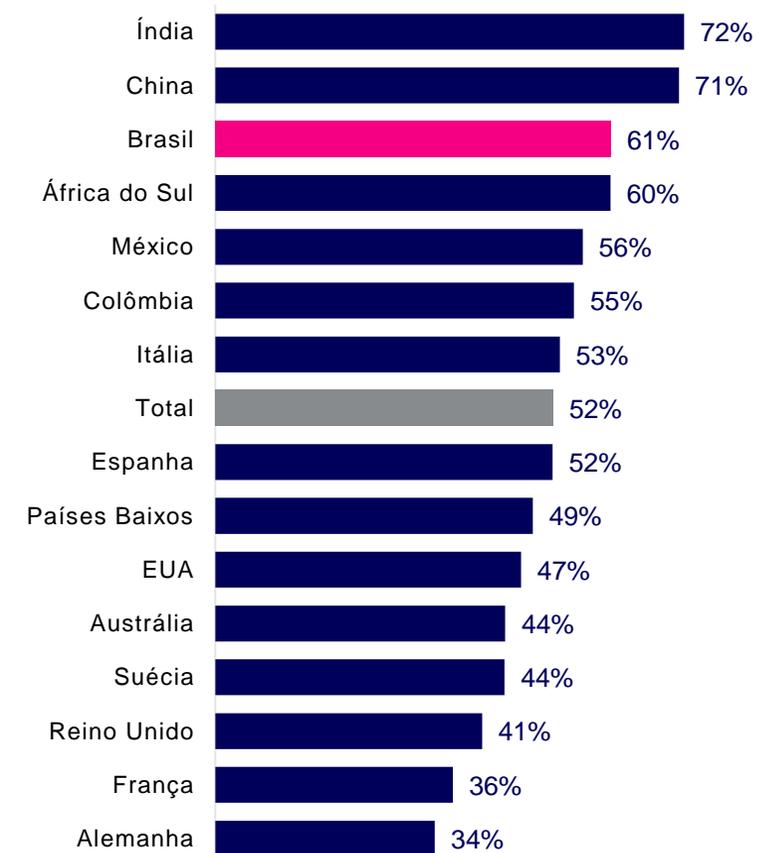
Sinto-me à vontade ao integrar tecnologia de saúde com meu corpo



Sinto-me confortável em compartilhar meus dados pessoais



Confio na precisão dos serviços de cuidados de saúde digitais

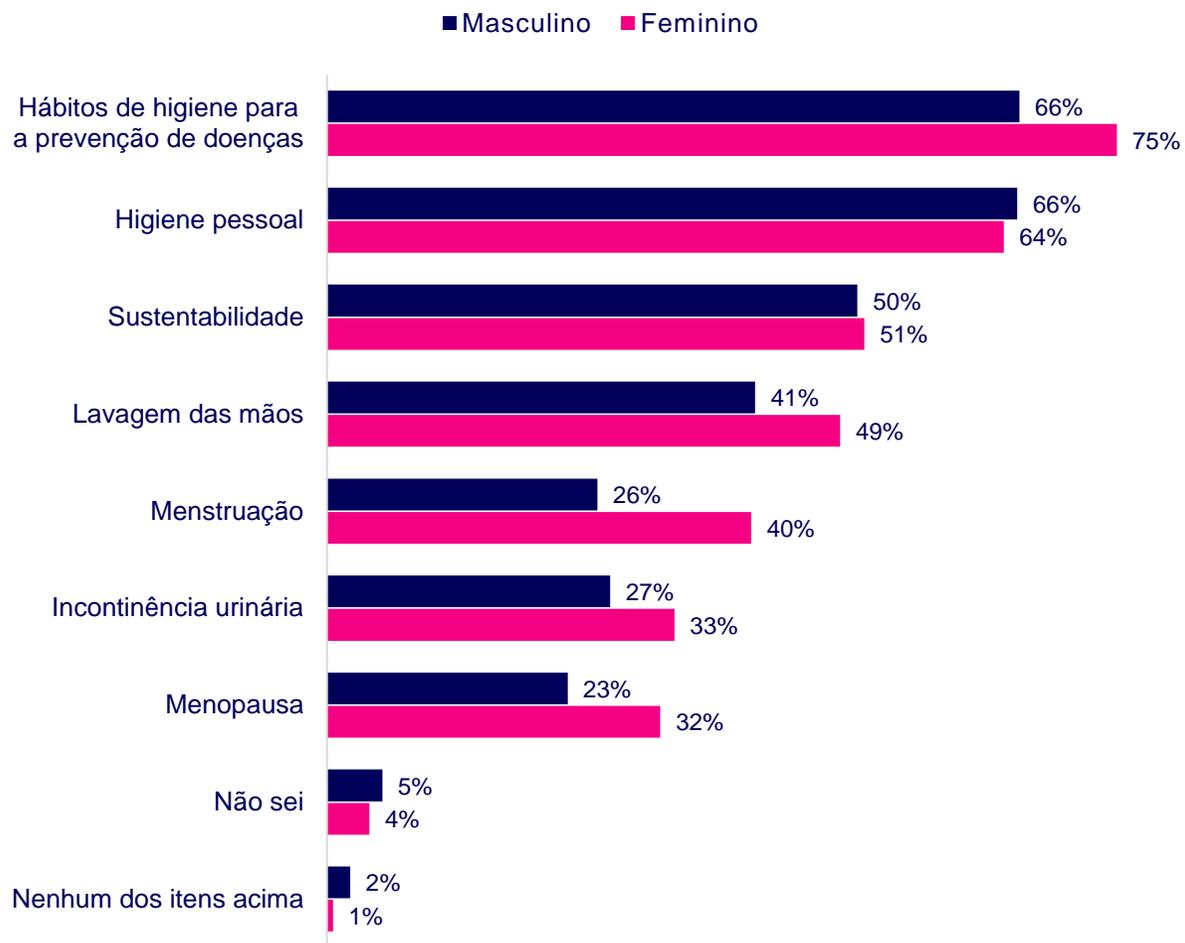


Destiques

A comunidade brasileira quer que a Essity divulgue conhecimento e conscientização sobre hábitos de higiene pessoal para ajudar na prevenção de doenças

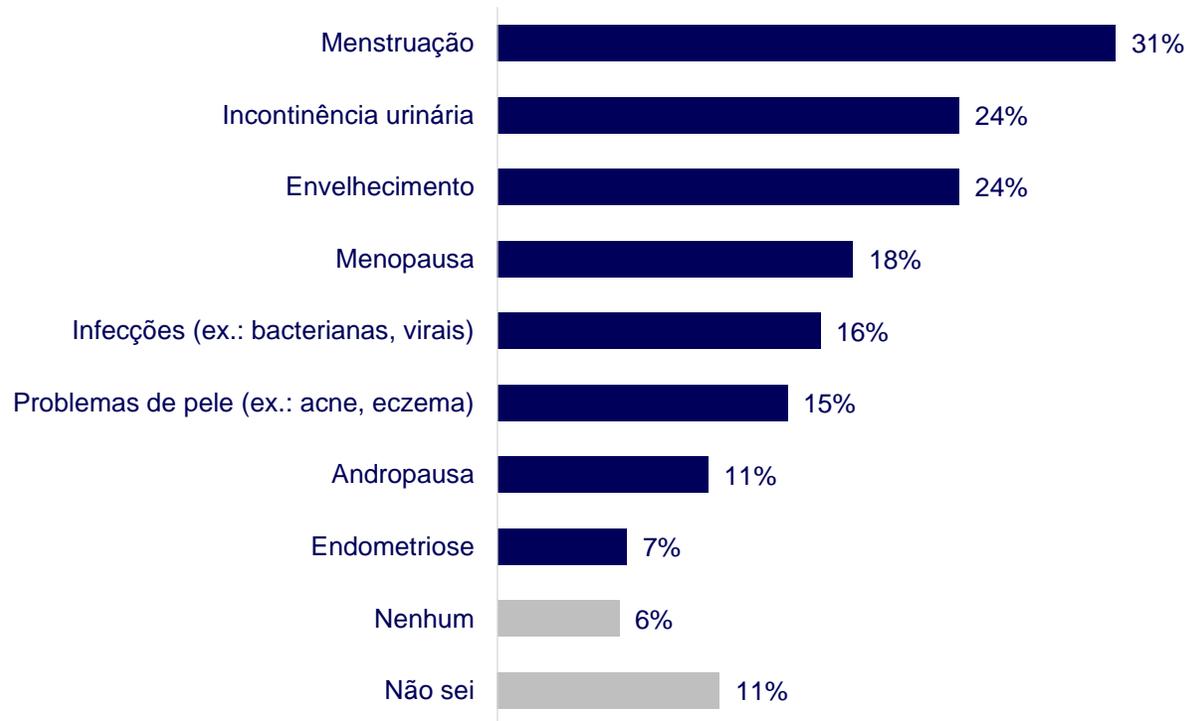


No Brasil, são as mulheres que querem que a Essity divulgue conhecimento e conscientização sobre a menstruação

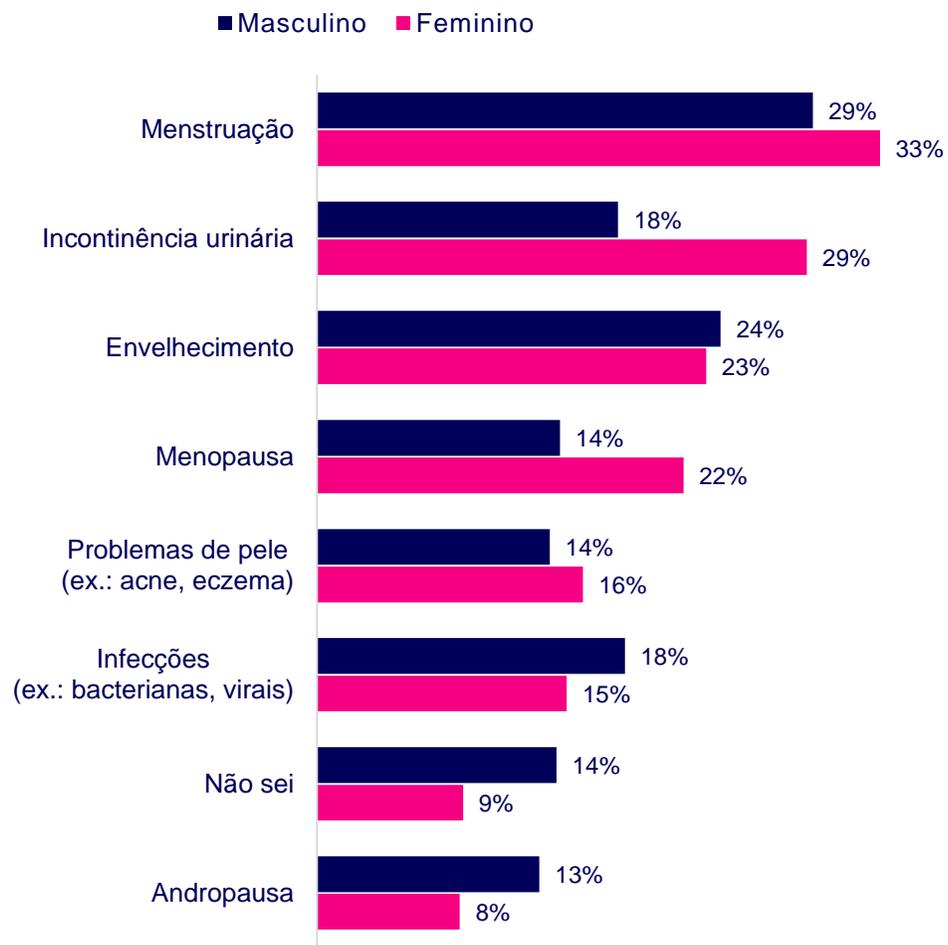


Três em cada dez pessoas acreditam que a menstruação está mais associada ao tabu e ao estigma e, depois, às incontinências e ao envelhecimento

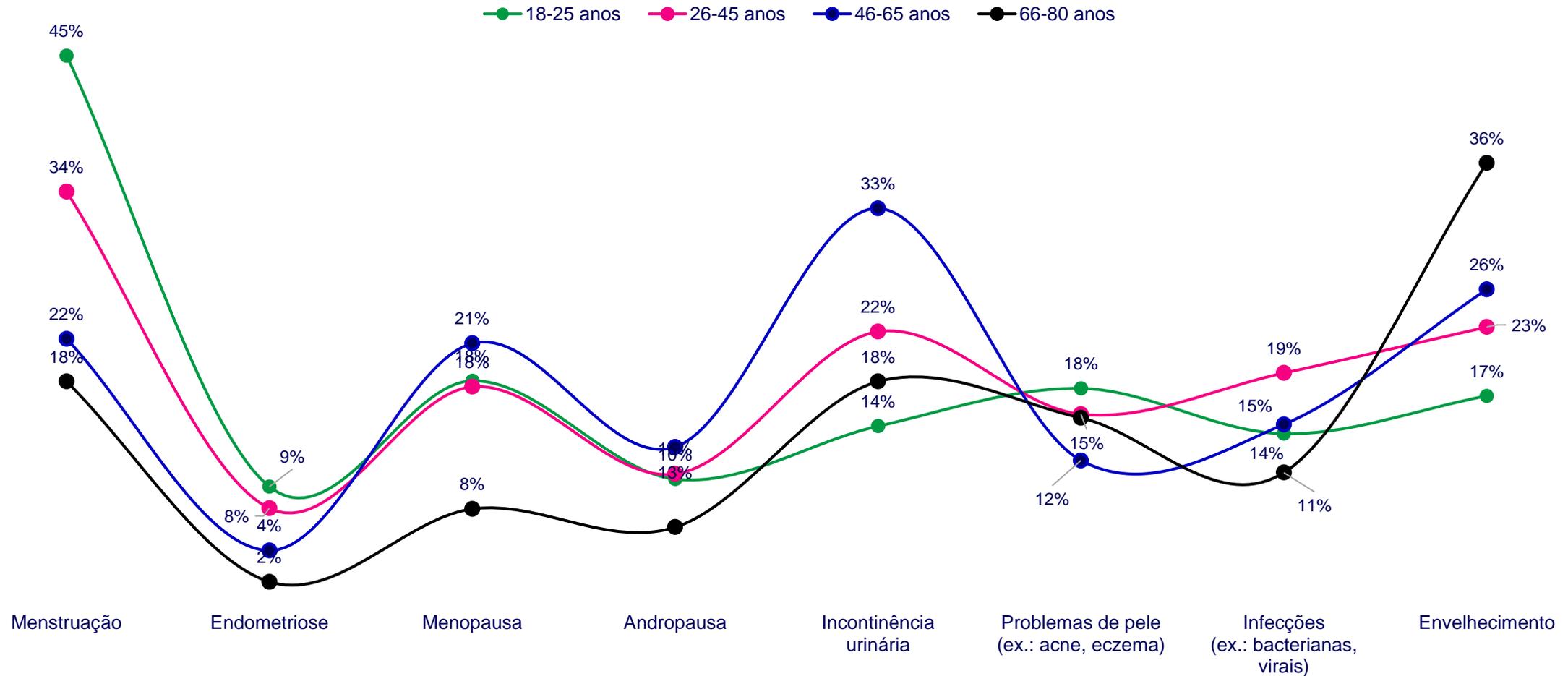
Somente 7% acreditam que a endometriose está mais associada ao tabu e ao estigma



São as mulheres que costumam afirmar que a saúde e a higiene da mulher estão mais associadas ao tabu e ao estigma



Para os mais jovens, a menstruação está mais associada ao tabu e ao estigma - os mais idosos acreditam que esta relacionada ao envelhecimento



Uma em cada cinco mulheres ou não binárias tiveram menor produtividade ou se sentiram constrangidas em público por causa dos sintomas da menopausa



