

Implementação do Programa de Proteção e Promoção da Saúde e Dignidade Menstrual

CMulher – Maio 2023
Daniela Gil Rios

A ABIHPEC é a Entidade privada que representa a indústria brasileira de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos

Com mais de 400 associadas representa 90% do setor

Atua na defesa dos interesses do setor nas diversas esferas públicas e privadas, apoia ações focadas no progresso da indústria por meio do desenvolvimento de projetos e programas que fomentam **inovação, sustentabilidade, regulamentação, internacionalização, projeção setorial** e uma **atuação empresarial socialmente responsável**.

Algumas áreas de atuação

- Assuntos Técnicos e Regulatórios
- Comércio Exterior
- Comunicação e Marketing
- Inovação e Tecnologia
- Inteligência de Mercado
- Negócios Internacionais
- Meio Ambiente
- Responsabilidade Social
- Relações Institucionais
- Tributário

O setor de HPPC foi considerado essencial pelo governo federal : Decreto nº 10.329/2020



- Empresa guiada por **Propósitos e Valores**
- Crescimento **sustentável**
- Marcas e produtos **inovadores**
- **Credibilidade e Solidez** Financeira

1837
CINCINNATI

William Procter

James Gamble

1988
Brasil

Manaus Manufacturing Plants

Pernambuco State Distribution Center

Rio de Janeiro State Manufacturing Plants Distribution Center

São Paulo State Manufacturing Plants Distribution Center General Office



O primeiro **sabão** em pó sintético



O primeiro **absorvente** com abas e cobertura malha seca



A primeira **fralda** descartável a ter sucesso no mercado



O primeiro **shampoo** 2 em 1

BRASIL

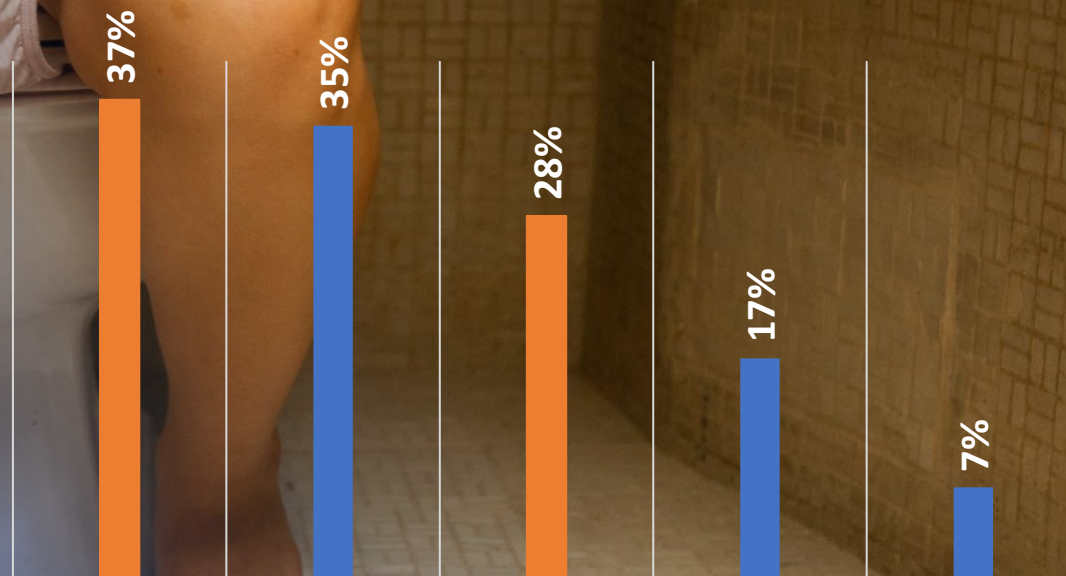


1/4

1 EM 4 MENINAS



ALTERNATIVAS:



Sentiu vergonha
Não jogou esportes
Falta de confiança
Impacto na socialização com amigos
Impacto na socialização com família

Always, Toluna e Mirian Goldenberg – estudo em 2020



43%

Têm medo de que seus produtos de higiene menstrual não durem até o final da menstruação

Classes DE: 63%
Nordeste: 55%

35%

afirmam que os gastos com produtos de higiene menstrual pesam na renda mensal e às vezes precisam economizar nesse item. Entre as classes D/E essa proporção chega a **59%**

28%

ou **+13,7 MILHÕES**

já sofreram algum prejuízo **profissional** (faltou ou teve que sair mais cedo do trabalho/entrevista) por falta de dinheiro para comprar produtos de higiene menstrual

**Seguimos por meninas e mulheres onde
elas quiserem!**

Daniela Gil Rios
rios.dg.1@pg.com
(11) 94193-5979