



ANUÁRIO 2021

16ª edição

ABIPLA **45**
ANOS

Associação Brasileira das Indústrias de Produtos de
Higiene, Limpeza e Saneantes de Uso Doméstico e
de Uso Profissional





CUIDAR DA ROUPA OU DO PLANETA?

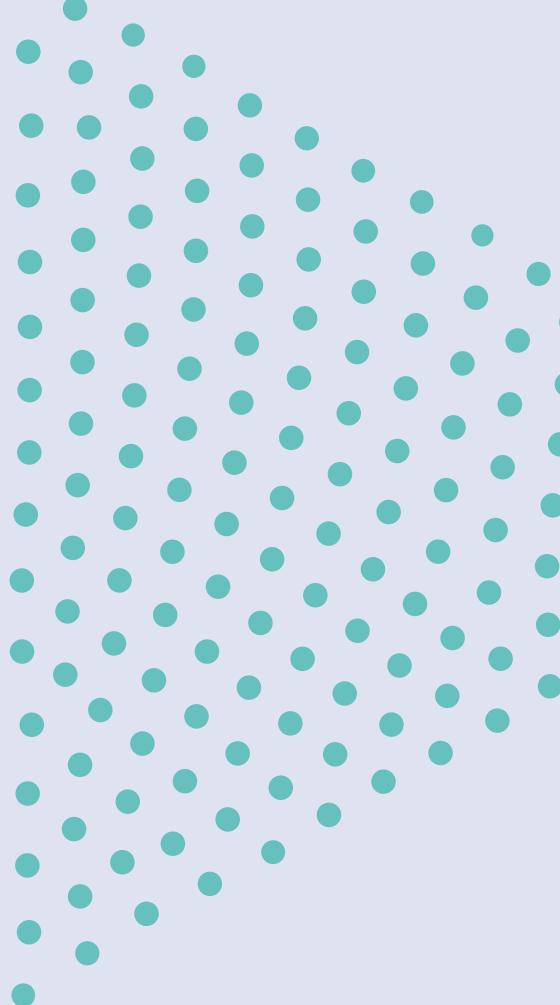
**Com OMO,
você não precisa
escolher.**



SOMOS

**imbatíveis na
LIMPEZA**
*e no cuidado com
o meio ambiente*





ABIPLA 45 ANOS

Associação Brasileira das Indústrias de Produtos de Higiene, Limpeza e Saneantes de Uso Doméstico e de Uso Profissional

ANUÁRIO 2021



16ª edição
São Paulo
2021





A MARCA LÍDER EM ÁGUA SANITÁRIA DO BRASIL ALAVANCA SUAS VENDAS EM OUTRAS CATEGORIAS DE LIMPEZA

Nossas águas sanitárias não param nas suas prateleiras, porque o consumidor confia nas nossas marcas. Aposte em outros produtos do nosso portfólio e veja seu ticket médio aumentar.




Traga novidades da
Anhembi para a sua
loja e venda muito.

**Anhembi**



PREFÁCIO





INTEGRAÇÃO DA CADEIA PRODUTIVA PARA GERAR IMPACTOS POSITIVOS NA SOCIEDADE E NA ECONOMIA




Juliana Durazzo Marra

Presidente da ABIPLA

O setor de limpeza e higiene se mostrou importante no combate à pandemia da covid-19. Além do lançamento de diversos produtos, as empresas fizeram um esforço para comunicar ao público sobre a compra e o uso corretos de produtos de limpeza autorizados pela Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa). Mas para haver produtos disponíveis para o consumidor é preciso existir uma cadeia produtiva, que é quase invisível para a maioria.

Nosso setor é um segmento da indústria química dividido entre: o produtor de matéria-prima (químicos e derivados, embalagens), os produtos de limpeza em si e o varejo (venda direta, *e-commerce*, atacado). Todos esses setores foram impactados pela crise sanitária, o que implica aumentos de custos, daí a necessidade de solicitar diversas flexibilizações fiscais, financeiras e trabalhistas para os governos, aqui no Brasil e no mundo.

De nossa parte, fizemos diversas solicitações, pedidos de esclarecimentos e interlocuções com os governos municipal, estadual e federal sobre projetos de leis que não consideravam os impactos da pandemia na cadeia produtiva. Exemplo: restrições de circulação que dificultaram a fabricação, distribuição e venda dos produtos de limpeza.





Vimos que os agentes públicos estão dispostos a resolver os problemas, mas, muitas vezes, a falta de uma regulação mais atual inviabiliza que isso ocorra. Aqui também atuamos fortemente em 2020, junto com o Conselho Federal de Química, para evitar a instalação de túneis de desinfecção que, cientificamente, não comprovaram eficácia no combate à covid-19, além de serem um risco à saúde humana.

Fizemos um esforço em dialogar com a imprensa, de maneira a aplacar dúvidas de nosso setor e mostrar relevância para a saúde pública - não nos esqueçamos de que temos outras epidemias também, como a de dengue (nossos associados são os fabricantes dos produtos que combatem a proliferação do mosquito).

Devo agradecer novamente à Anvisa pela abertura ao diálogo e reforçar que continuaremos trabalhando em prol de lançamentos de produtos inovadores e sustentáveis.

Do ponto de vista de produtos de limpeza profissional, temos observado mudanças, tanto nos usuários (empresas) quanto nos responsáveis pela limpeza e higienização de ambientes. Há uma maior preocupação ambiental e de eficácia - ambientes limpos são basilares para a saúde pública.

Alguns hábitos de higiene foram absorvidos pela cultura brasileira nesta crise sanitária, como a limpeza de calçados, bolsas, sacolas e superfícies em geral, o que trouxe uma quantidade grande de inovações ao setor. Identificamos uma ampliação dos tipos de produtos e aplicadores, com destaque para os lenços umedecidos e produtos que combatem vírus e bactérias.

Tenho que agradecer à equipe da ABIPLA, ao seu diretor executivo Paulo Engler; à diretoria, pela cooperação em inúmeras reuniões virtuais; ao Sindicato das Indústrias de Produtos de Limpeza (Sipla); às entidades parceiras, como a Associação Brasileira de Supermercados (Abras), Associação Brasileira da Indústria Química (Abiquim), Associação Brasileira de Embalagens (Abre), Associação Brasileira da Indústria do PET (Abipet), Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos (Abihpec), Associação Brasileira da Indústria do Plástico (Abiplast), Associação Brasileira da Indústria de Alimentos (Abia), Associação Brasileira do Mercado de Limpeza Profissional (Abralimp), Trata Brasil, Conselho Federal de Química (CFQ), Associação Paulista de Supermercados (Apas), Associação Brasileira das Indústrias de Biscoitos, Massas Alimentícias e Pães & Bolos Industrializados (Abimapi), Associação Brasileira de Logística (Abralog), Associação Brasileira das Indústrias e do Setor de Sorvetes (Abis), Associação Brasileira de Supermercados (Abras), Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT); aos nossos prestadores de serviços e à Asociación Latinoamericana de Industrias de Productos de Limpieza, Aseo, Domisanitario y Afines (Aliada), que tem sido grande parceira nos temas internacionais que impactam nossa indústria.

Por fim, agradeço às brasileiras e aos brasileiros que aportaram solidariedade aos que perderam entes queridos nessa pandemia e aos que fizeram doações para os mais necessitados.

Continuemos esperançosos!



A PRIMEIRA VACINA

Em 2020, o mercado global de produtos de limpeza doméstica registrou uma elevação de 8,4%, em relação ao volume alcançado no ano anterior, segundo dados divulgados pela Euromonitor Internacional. Já a produção brasileira permaneceu estável, em relação aos volumes de 2019, experimentando oscilações importantes em alguns períodos durante a pandemia de covid-19, que transformou hábitos de consumo e enfatizou a higiene, limpeza e sanitização de ambientes como a primeira maneira de nos protegermos contra o coronavírus.

Se de um lado tivemos incremento de produção e consumo, chegando a atingir um patamar de 5,9% de crescimento no período de janeiro a julho de 2020, os meses seguintes tornaram-se uma verdadeira montanha-russa para o setor, que esteve dependente do fornecimento de embalagens e insumos, assim como do poder de compra do consumidor, que perdeu tração no segundo semestre, após a redução do Auxílio Emergencial oferecido pelo governo federal.

Vale ressaltar que o setor de produtos de limpeza nacional vinha em um consistente crescimento na segunda metade da década, tanto que registrou alta média quase três vezes superior ao Produto Interno Bruto (PIB) brasileiro entre 2017 e 2019. Enquanto a produção de saneantes cresceu, em média, 4,77% ao ano nesse período, a economia brasileira alcançou desenvolvimento de 1,6% a.a.

Dessa forma, era natural que o setor vivesse um grande otimismo no final de 2019 – à época, nossa previsão de alta na produção, para 2020, era de cerca de 3%.

Mas ninguém esperava uma pandemia. Com ela, toda estimativa de crescimento ou queda de qualquer setor econômico perdeu valor e a prioridade passou a ser evitar a disseminação da doença e a preservação da saúde da população, o que provocou quarentenas em diversos locais do mundo.

Em um primeiro momento, o setor de saneantes foi, naturalmente, beneficiado. A indicação de especialistas era (e continua sendo) reforçar a higienização pessoal e de ambientes e, com isso, o crescimento do consumo de produtos para limpeza teve um salto.

Neste cenário, o Auxílio Emergencial foi muito importante para ajudar as famílias de baixa renda. Segundo dados da Nielsen, o equivalente a 30% do benefício foi destinado à compra de produtos de limpeza. Ou seja, dos R\$ 600,00 pagos, o equivalente a R\$ 180,00 era utilizado em nosso setor.

Porém, com a redução do subsídio de R\$ 600,00 para R\$ 300,00, de outubro a dezembro, aliado à falta de matérias-primas e embalagens, o setor reduziu o ritmo entre agosto e dezembro, fechando o ano de 2020 com produção equivalente a 2019, o que pode ser considerado positivo, diante de tantos outros setores da indústria que sofreram queda livre em seus resultados.



Paulo Carvalho Engler Pinto Jr.

Diretor executivo da ABIPLA



Se considerarmos que o PIB de 2020 foi negativo em 4,1%, o setor de saneantes manteve uma boa performance e tem um futuro promissor pela frente, já que, segundo estudo da Euromonitor Internacional, o Brasil pode superar a Alemanha e a Índia e se tornar o quarto maior mercado de saneantes do mundo nos próximos anos. A pesquisa aponta que o setor tem potencial para crescer 18% até 2025, o que nos colocaria atrás apenas da China, em expectativa de crescimento, entre os principais mercados de produtos de limpeza do mundo.

Além de ser um setor que gera riquezas e empregos no Brasil, apenas em 2020, mais de 1 milhão de unidades de artigos de higiene e limpeza foram doadas, por vários de nossos associados, a pessoas e entidades assistenciais carentes, para ajudar no combate ao coronavírus.

Nas reuniões com a Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa), realizadas em março de 2021, momento em que estávamos estabelecendo os procedimentos especiais e urgentes para o combate à pandemia, Webert Santana, coordenador de saneantes da Gerência de Produtos de Higiene, Perfumes, Cosméticos e Saneantes (GHCOS), me disse que produtos de limpeza são a primeira vacina, tamanha a importância para a saúde pública.

Ele tem razão.

Vamos em frente!





uso doméstico

ÁLCOOL, SABÃO E MUITA ÁGUA SANITÁRIA, OS NOVOS ITENS INDISPENSÁVEIS

A pandemia de covid-19 não igualou as pessoas somente no que diz respeito ao contágio, acometendo indistintamente todas as classes sociais. Ela afetou hábitos de consumo e colocou o setor de limpeza doméstica em um dos primeiros lugares no *ranking* de crescimento nacional. Afinal, contra o temido vírus, para a proteção pessoal, nada melhor do que máscara e higienização constante das mãos.

Mas quanto aos lares, como barrar esse inimigo letal e invisível? Com água, sabão, álcool e água sanitária. A receita é a mesma para todos.

Tanto é assim que os materiais de limpeza recentemente viraram manchete: 30% do auxílio emergencial distribuído pelo governo à população de baixa renda foi destinado à compra de produtos de limpeza. Quem diria!

Outra prova da relevância que os saneantes ganharam nessa onda de novos comportamentos decorrentes da pandemia foi a necessidade de lançamento de uma cartilha, por parte da Abipla, especificando e orientando sobre produtos, sua utilização e precauções.

Os consumidores estão mais atentos, mais conscientes e exigentes.

Palavras como desinfecção e higienização nunca foram tão citadas e exibidas nos noticiários. E, em tempos de holofotes sobre questões sanitárias, nada mais apropriado do que pôr os pingos nos "is", auxiliando os nossos consumidores a terem cuidado com produtos clandestinos, sem certificações ou controle, cujo valor baixo pode acabar custando muito caro, com pagamento cobrado não em cifras, mas com saúde e vidas. Desta maneira, cumprimos também um importante papel social.

Uma pesquisa recente revelou que dois em cada três brasileiros fazem faxina na casa mais vezes por semana, lavam mais louça, banheiro, cozinha... Muito provavelmente porque a *home* virou *office* e escola. São mudanças que vieram para ficar por parte de diversas empresas e famílias.

Por tudo isto, o setor de limpeza doméstica em 2020 cresceu cerca de 8,4%, em comparação ao ano anterior, e as perspectivas são promissoras. Sem dúvida, são motivos para comemormos, pois, em meio a tantas tragédias, temos conseguido gerar empregos, crescimento econômico e saúde! Um "viva" ao álcool, ao sabão e à água sanitária!



Renato Borducchi

Vice-presidente de uso doméstico da ABIPLA





O PAPEL DA INDÚSTRIA DE PRODUTOS PROFISSIONAIS DURANTE A PANDEMIA

uso profissional

Assim como diversos atores no contexto social e político dos últimos 18 meses, a indústria de produtos de limpeza e desinfecção de uso profissional teve um papel fundamental na manutenção e proteção da sociedade contra a covid-19. Em parceria com as autoridades sanitárias, identificaram e validaram protocolos de higiene seguros para a população, além de testarem e aprovarem produtos e soluções, ajudando assim a garantir a continuidade das atividades essenciais.

Setores de serviços se veem sobrecarregados por tantos prejuízos ao longo destes meses. Pesquisas apontam que no estado de São Paulo, o setor de hospedagem fechou o segundo semestre de 2020 com uma taxa de ocupação de 24%. Uma sondagem mostra que 74,3% dos hotéis no estado não conseguiram linha de crédito para manter suas atividades funcionando, pelas mais diversas razões.

Já o setor de eventos, que engloba 52 segmentos econômicos, teve 98% das empresas impactadas. Este setor é responsável por 7,5 milhões de empregos diretos e indiretos, além de movimentar negócios em hotéis e restaurantes.

Neste contexto, o papel da indústria de produtos de limpeza e desinfecção de uso profissional continua cada vez mais relevante, seja provendo soluções eficazes à base de outros princípios ativos que não somente o álcool 70%, tais como produtos à base de peróxido de hidrogênio e ácido láctico, seja permitindo ao setor de serviços e outras indústrias a redução de custos operacionais, higienização segura, economia de água e energia, ou, ainda, garantindo uma retomada segura, oferecendo credibilidade a seus clientes.



Rosana Queiroz Campos

Vice-Presidente da ABIPLA de uso profissional





SUMÁRIO

- 14** diretoria
- 17** construindo história
- 27** curiosidades
- 35** setor de limpeza em números
- 43** cenário Brasil
- 49** artigos
- 63** desempenho do setor
- 83** empresas associadas à ABIPLA
- 87** fichas técnicas



DIRETORIA



PRESIDENTE

Juliana Durazzo Marra

1ª VICE-PRESIDENTE

Maria Elisa Fudaba Curcio Pereira

VICE-PRESIDENTE SECRETÁRIO

Renato José Borducchi

VICE-PRESIDENTE TESOUREIRO

Thiago Chiavegatto Iaderoza

VICE-PRESIDENTES

Cintia Novelli Fuchs

Kleber Moreira de Carvalho

Marcus Fraga Rodrigues

Paulo Aloysio Schmitt

Rosana Aparecida Queiroz Hida de Campos

Taluana Liguori Correa

Thais Carmo

DIRETOR SECRETÁRIO

Fabio Rubens de Paula

DIRETORES(AS)

Adenisio Coelho da Silva Junior

Cristiane Araújo de Paula

David Pereira Vilela

Fabiana Ramos Gotardo

Fernanda de Paulo Maeda

Frederico Marchiori Xavier de Jesus

Flavio Luiz Affonso de Donato

Juliana Celestino Abreu

Laércio Albuquerque

Lilian de Moraes Gaino Dorighello

Luciane Guaraldi Fernandes

Luis Felipe Di Fiori Soares

Maria Claudia Prado Cavalcante Cardozo

Pedro Nelson Laurito Bonança de Almeida

Roberta Sayuri Kuruzu Marostica

Samantha Silva Freitas

Viviane Pereira de Souza



Minuano
EFICIÊNCIA
QUE RESOLVE

Minuano oferece uma linha completa de soluções para casa, roupa e louça, sempre de olho nas tendências e focado em trazer soluções eficientes e de qualidade para a vida dos consumidores.

ÚLTIMOS LANÇAMENTOS

NOVA LINHA DE **DETERGENTES MINUANO**

A eficiência e o rendimento que você já conhece, agora de cara nova.



NOVAS EMBALAGENS SABÃO EM PÓ MINUANO

ALTA EFICIÊNCIA
COM MÁXIMA PROTEÇÃO



NOVA LINHA DE **DESINFECÇÃO MINUANO**

Eficiência e proteção para todos os ambientes e superfícies







construindo
Historia





construindo
Historia

Confira a seguir pontos importantes de nossa história!



Primeira ata da

ABIPLA



QBOA

ANOS
60



ANOS
50



ANOS
00

SUPER

CANDIDA

ANOS
50-60



ANOS
50-60



ANOS
00

COMFORT



1978



1990



1996



2000



2002



2015



VEJA



YPÊ

PARA ALUMÍNIO-LOUÇAS-ROUPAS E VIDROS

SABÃO

EXTRA **ypê** EXTRA FINO

Indústria Química Amparo Ltda.

RUA SETE DE SETEMBRO Fone. 285

AMPARO - E. DE SÃO PAULO - C.M.



Prof. Carlos Zucchi






CONTE COM O PODER DA LIMPEZA VERDE NO SEU PRODUTO

Biossurfactantes da Evonik

Os biossurfactantes da Evonik fazem uma limpeza no ambiente - literalmente. Além de remover a gordura e a sujeira, são soluções ecológicas e suaves para a pele. Outras vantagens de seu desempenho incluem propriedades excepcionais de espumação e compatibilidade com água dura. São 100% biodegradáveis e causam um impacto menor no meio ambiente quando comparados aos surfactantes convencionais. Todos os nossos biossurfactantes são produzidos a partir de matérias-primas de base biológica sem o uso de óleos tropicais.

[evonik.com/cleaning](https://www.evonik.com/cleaning)

 *Evonik Cleaning Solutions*





CURIOSIDADES

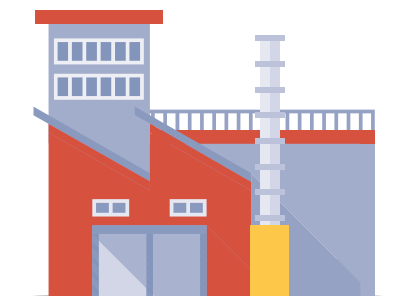
OS PRODUTOS DE LIMPEZA (SANEANTES) SE DISTINGUEM QUANTO:

01 Venda e uso



Produto de uso domiciliar (venda livre ao consumidor)

São formulações de baixa toxicidade e considerados de uso seguro, de acordo com as recomendações que constam do rótulo.



Produtos de uso profissional (venda restrita a instituições ou empresas especializadas)

São formulações que podem estar prontas para o uso ou serem mais concentradas, para posterior diluição ou outros usos autorizados, em local adequado e por pessoal especializado (empresa aplicadora), imediatamente antes de serem utilizadas para sua aplicação. Produtos restritos para uso profissional.

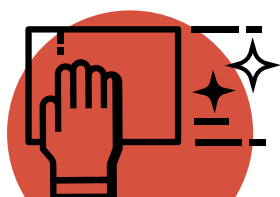
02 Finalidade



A) Produtos para limpeza geral, remoção de sujidades e afins

- Alvejantes/Branqueadores
- Desincrustantes
- Detergentes
- Finalizadores – amaciantes, lustradores, ceras para pisos, facilitadores de passar roupas, polidores, engomadores de roupas, acidulantes, neutralizadores para lavagem de roupa
- Limpadores de superfície

- Neutralizadores de odores (desodorizador)
- Odorizantes/aromatizantes de ambientes
- Polidores de metais
- Produtos para pré-lavagem e pós-lavagem
- Removedores
- Sabões e saponáceos



B) Produtos com ação antimicrobiana “Biocida” – controle dos microrganismos no habitat do ser humano

b.1) Nomenclatura:

Sufixo

“_cida”

são produtos que eliminam microrganismos

Ex.: bactericida, fungicida, germicida

Sufixo

“_stático”

Prefixo

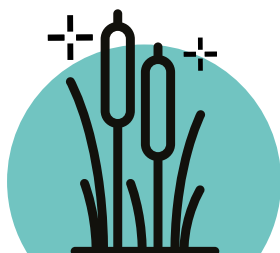
“anti_”

são produtos que inibem o crescimento de microrganismos

Ex.: antibacteriano, bacteriostático

b.2) Categorias:

- Desinfetantes
- Desodorizantes
- Esterilizantes
- Potabilizadores
- Sanitizantes



C) Produtos desinfestantes – controle de pragas

- Inseticidas domésticos
- Inseticidas para empresas especializadas
- Jardinagem amadora
- Moluscidas
- Raticidas domésticos e para empresas especializadas
- Repelentes



O que devemos verificar no rótulo de um produto saneante?



Como identificar um produto saneante irregular?

clandestinos/
piratas

São produtos vendidos sem a devida regularização pela Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa), os quais em muitos casos o fabricante nem sequer possui perante as autoridades competentes (Anvisa) a devida autorização para fabricar produtos saneantes por não ter instalações adequadas para tal. Muitas vezes são produtos que utilizam ingredientes que não são próprios para o uso ou em quantidades que podem colocar a saúde do consumidor em risco. Estes produtos irregulares são habitualmente vendidos por camelôs, ambulantes, caminhões ou de porta em porta; também podem ser oferecidos em lojas de produtos para limpeza em geral, inclusive a granel.

Normalmente estes produtos são oferecidos a preço muito inferior se comparado com os produtos regulares. A diferença de valores ocorre porque o fabricante irregular não realizou o investimento necessário no desenvolvimento do produto para assegurar a eficácia e segurança, embalagem ineficiente e irregular, testes de controle de qualidade, não pagamento de tributos e a falta de investimento nos profissionais técnicos. Além disto, são produtos que não fazem o que prometem na sua rotulagem.

A utilização deste tipo de produto, mesmo que de forma correta, poderá causar danos à superfície e ao consumidor como queimaduras, irritações, intoxicações, dentre outras consequências. Ainda não constam na embalagem informações de onde buscar amparo do fabricante "responsável" pelo produto.



Alguns indícios para identificar um produto irregular no ato da compra, fique de olho:

- Produtos vendidos por ambulantes, carros, peruas etc.
- Embalagens inadequadas, tais como garrafas PET de bebidas
- Produtos sem data de validade, lote e nota fiscal
- Embalagens amassadas, enferrujadas, estufadas ou rasgadas
- Rótulos descolados ou sem registro
- Venda a granel: produtos em grande volume que são transferidos para embalagem final no ato da compra

A melhor forma de evitarmos a proliferação dos produtos clandestinos e/ou piratas, que colocam em risco a saúde da população, é denunciar à autoridade competente assim que os identificamos. Você pode denunciar diretamente na Vigilância Sanitária do seu município ou estado, ou se preferir pode registrar a sua reclamação pela internet: www.anvisa.gov.br.

Alternativamente, o Conselho Regional de Química de sua região poderá ser acionado em se tratando de produto clandestino.

A Vigilância Sanitária irá investigar a sua denúncia e, caso constate que ela tem fundamento, irá atuar o estabelecimento ou o ambulante que está comercializando o produto, já que este coloca em risco a saúde pública. Sua denúncia pode ser registrada de forma anônima.



Quais os alertas para o uso dos produtos saneantes?

- ❗ Guarde produtos saneantes longe de alimentos, bebidas, medicamentos e cosméticos;
- ❗ Mantenha os produtos saneantes fora do alcance de crianças e animais, pois podem atrair a atenção, causando acidentes graves;
- ❗ Não reutilize as embalagens vazias dos produtos, pois sempre ficam resíduos;
- ❗ Descarte no lixo a ser coletado pelo serviço de limpeza de sua cidade;
- ❗ Descarte as embalagens vazias, dê preferência em sistema de coleta seletiva (separadas de outros lixos);
- ❗ Mantenha os saneantes protegidos do sol, da chuva, da umidade e longe do calor e do fogo, pois alguns deles são inflamáveis;
- ❗ Não perfure nem jogue no fogo as embalagens em aerossol e nunca aponte o aerossol ou spray na direção do rosto;
- ❗ No caso de uso de utensílios domésticos (xícara, copo ou colher) para medir saneantes, use-os somente para esta finalidade lavando sempre depois do uso;
- ❗ Somente misture um produto saneante com outro produto qualquer se esta indicação constar no rótulo, pois a mistura indevida pode causar reações indesejadas e vapores tóxicos.

GLOSSÁRIO TÉCNICO DOS PRODUTOS SANEANTES



O QUE É CONSIDERADO NA AVALIAÇÃO DE RISCO DE UM PRODUTO?

- I - toxicidade das substâncias e suas concentrações no produto;
- II - finalidade de uso dos produtos;
- III - condições de uso;
- IV - ocorrência de eventos adversos ou queixas técnicas anteriores;
- V - população provavelmente exposta;
- VI - frequência de exposição e a sua duração; e
- VII - formas de apresentação.



VENDA DE
PRODUTOS
QUÍMICOS

LOGÍSTICA
INBOUND E
OUTBOUND

OPERAÇÃO
EM NAVIOS
DE CARGA
GERAL

ADMINISTRAÇÃO
DE INVENTÁRIO

ENVASE
DE PRODUTOS
QUÍMICOS E
CUSTOMIZAÇÃO



Prospecção

Transporte
marítimo

Logística
Local

Distribuição

A Manuchar Brasil é uma das empresas **mais bem conceituadas** na **comercialização e logística de produtos químicos, fertilizantes, produtos minerais, óleo e gás e siderúrgicos**.

Com seis Escritórios Comerciais nas cidades de Recife (2), Rio de Janeiro (Matriz), São Paulo, Curitiba e Blumenau, e seis Bases Operacionais (54.500m² de espaço de armazenagem) estrategicamente posicionadas para atender aos clientes de todas as regiões do país, temos a **experiência e os recursos necessários** para garantir a **entrega e a distribuição com eficiência e qualidade**.

Solicite uma cotação e saiba como podemos ser a sua parceira ideal de negócios!



Orgão Certificador:
Bureau Veritas



Manuchar

BRASIL

Acesse as nossas redes sociais!



www.manuchar.com.br



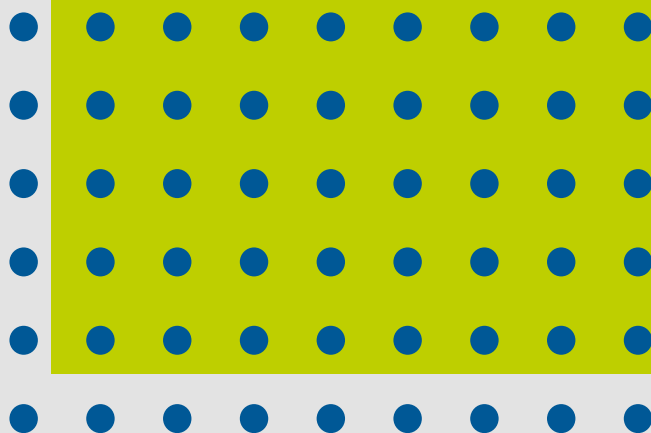


setor de limpeza em
NÚMEROS



Setor de limpeza em números

CNPJs ativos na Receita Federal do Brasil



Empresas no Brasil:

2.589



733

CNAE 2.061

(sabões e detergentes sintéticos)



1.641

CNAE 2.062

(produtos de limpeza e polimento)



215

CNAE 2.052

(desinfestantes domissanitários)

Fonte SIDRA - IBGE - Cadastro geral de empresa (Dados 2021).

* Foram consideradas apenas as empresas que possuem como CNAE principais os referenciadas a seguir



Empresas por porte



Microempresas

2.056



Pequenas empresas

430



Médias empresas

86



Grandes empresas

17

Total
2.589

Fonte: Banco de dados ABIPLA.

Empregos em 2020



5.642

CNAE 2.052
(desinfestantes domissanitários)



45.101

CNAE 2.061
(sabões e detergentes sintéticos)



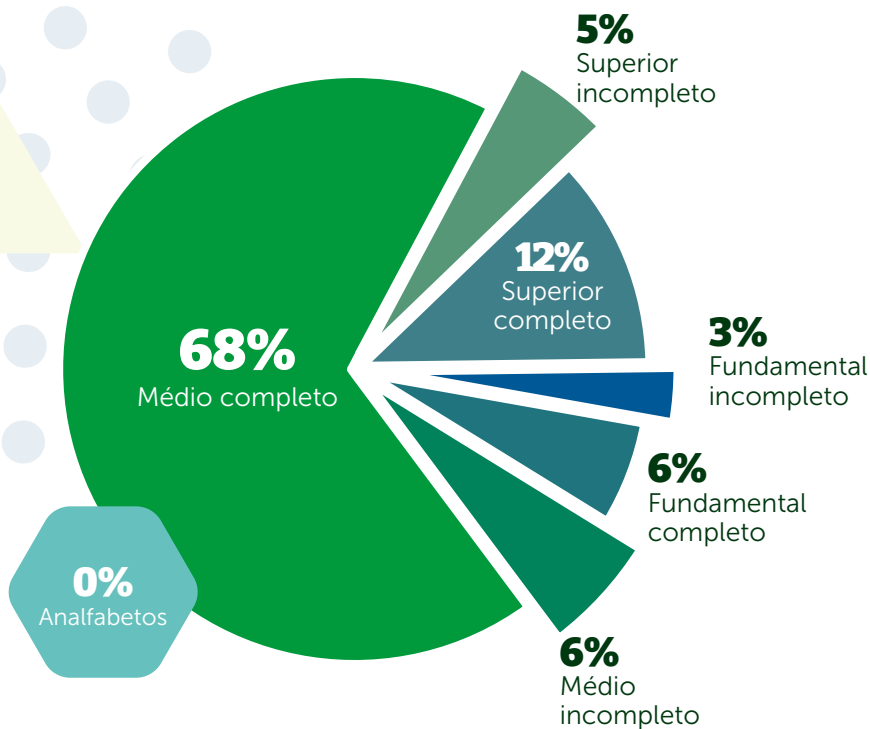
36.467

CNAE 2.062
(produtos de limpeza e polimento)

Total
87.210

Fonte: eSocial - Sistema de Escrituração Digital das Obrigações Fiscais Previdenciárias e Trabalhistas.

Perfil de escolaridade do setor de limpeza em 2020



Fonte: eSocial - Sistema de Escrituração Digital das Obrigações Fiscais Previdenciárias e Trabalhistas.





Vendas no varejo (a preços concorrentes) no setor de *home care* em 2020



Fonte: Euromonitor.

"A indústria *home care* no Brasil testemunhou forte desempenho em 2020. Enquanto muitas indústrias sofreram com o fechamento das lojas não essenciais devido à covid-19, a indústria de *home care* alcançou um resultado geral positivo e não só teve um papel crucial em manter as casas limpas e em impedir a propagação do vírus, mas também teve o benefício dos varejistas que seguiram abertos. Além disso, de acordo com a base de dados dos consumidores da Euromonitor, o Brasil tem cerca de 66,5 milhões de lares, com uma média de três pessoas por lar. A maioria dessas pessoas teve de permanecer em casa devido ao distanciamento social, e os consumidores de renda média/alta, que tradicionalmente tinham empregados para limpeza do lar, tiveram que fazer estas tarefas eles mesmos. Muitos consumidores tornaram-se mais familiares com os produtos de *home care* e prestaram mais atenção ao que compravam e compram. Além disso, como os consumidores passaram mais tempo dentro de casa, havia mais coisas para limpar, cozinhar e cuidar, promovendo o crescimento da indústria. Também, dada a ameaça de covid-19, os consumidores aumentaram a frequência da limpeza doméstica e houve uma tendência à sobredosagem, impactando o volume e o valor, e permitiram uma penetração mais elevada dos produtos de *home care*."

Fonte: Relatório de Home Care no Brasil da Euromonitor International, publicado em janeiro de 2021.





IMPORTAÇÃO ← → EXPORTAÇÃO

	2019	2020	2019	2020
VOLUME (ton.)	2.672.342	2.563.134	58.543	74.184
VALOR (FOB - mil)	740.364	738.435	77.145	91.533

Fonte: SIDRA-ABIPLA.

5 produtos principais IMPORTADOS

NCM	DESCRIÇÃO
15119000	Outros óleos de dendê, mesmo refinados, mas não quimicamente modificados
15132910	Outros óleos de palmiste ou de babaçu e suas frações, mesmo refinados, mas não quimicamente modificados
28331110	Sulfato dissódico
28362010	Carbonato dissódico
34021300	Agentes orgânicos de superfície, não iônicos, mesmo acondicionados para venda a retalho

5 produtos principais EXPORTADOS

NCM	DESCRIÇÃO
34011900	Outros sabões, produtos ou preparações tensoativas, em barras, pedaços
34022000	Preparações tensoativas, preparações para lavagem e preparações para limpeza, acondicionadas para venda a retalho
34029029	Outras preparações tensoativas e preparações para lavagem e limpeza
34029090	Outras preparações tensoativas e preparações para lavagem e limpeza
38099190	Outros agentes de apresto ou acabamento, aceleradores de tingimento ou de fixação e outros produtos para a indústria têxtil ou indústrias similares

5 Principais países de origem das importações

(em valor FOB)



1º

Estados Unidos da América

- 2º - Indonésia
- 3º - Espanha
- 4º - Turquia
- 5º - China

5 Principais destinos das exportações

(em valor FOB)



1º

Argentina

- 2º - Paraguai
- 3º - Bélgica
- 4º - Chile
- 5º - Venezuela

Fonte: Comex Stats (MDIC).



Euromonitor International

Pesquisa de Mercado

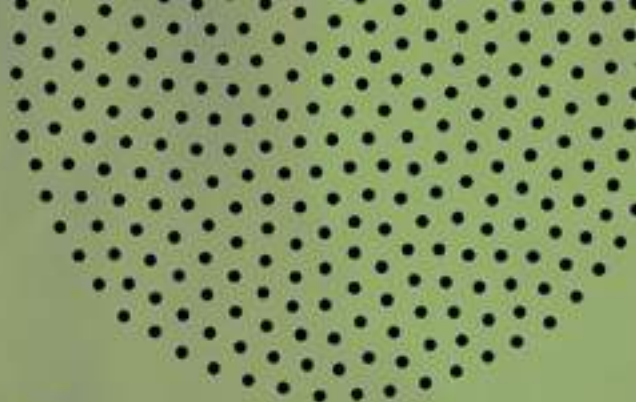
Seu parceiro estratégico para
crescimento da empresa

Para mais informações sobre a Euromonitor International,
acesse www.euromonitor.com ou entre em contato
conosco info-brazil@euromonitor.com





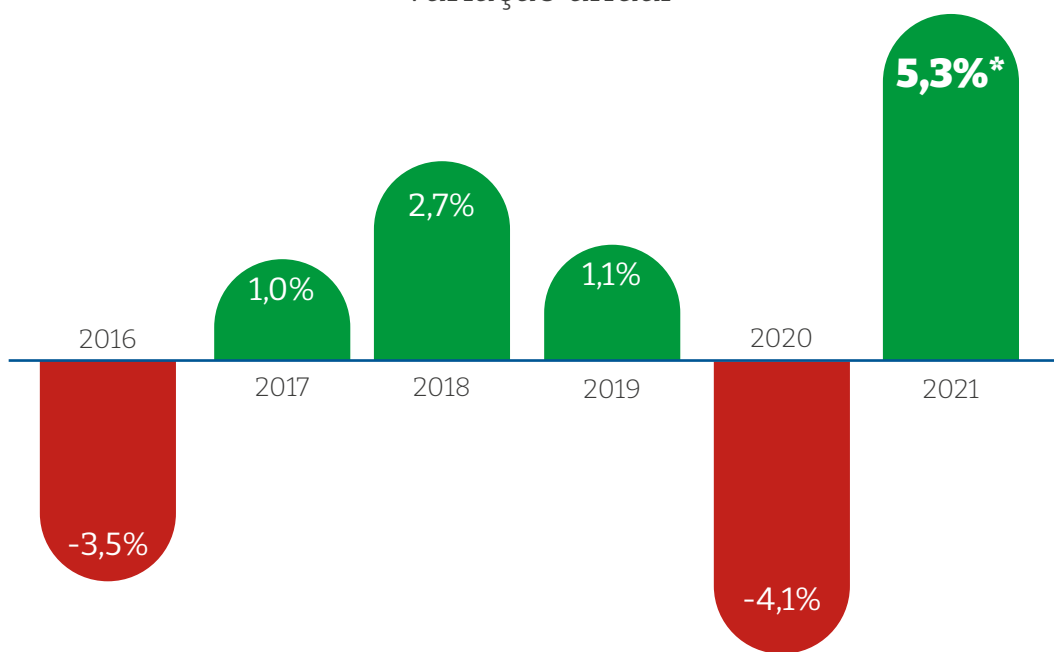
cenário
BRASIL



cenário **BRASIL**

PIB

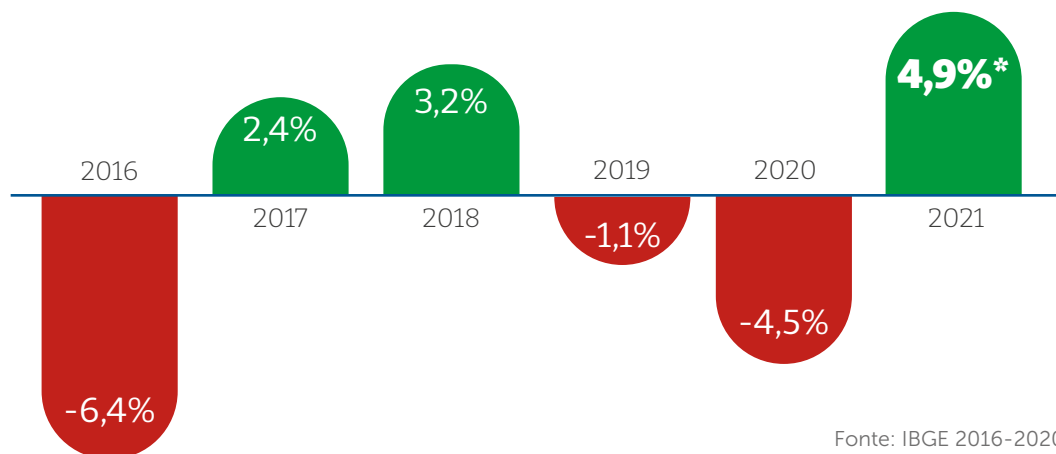
variação anual



Fonte: IBGE 2015-2020.

*Projeção Ministério da Economia, Boletim MacroFiscal de 07/07/2021.

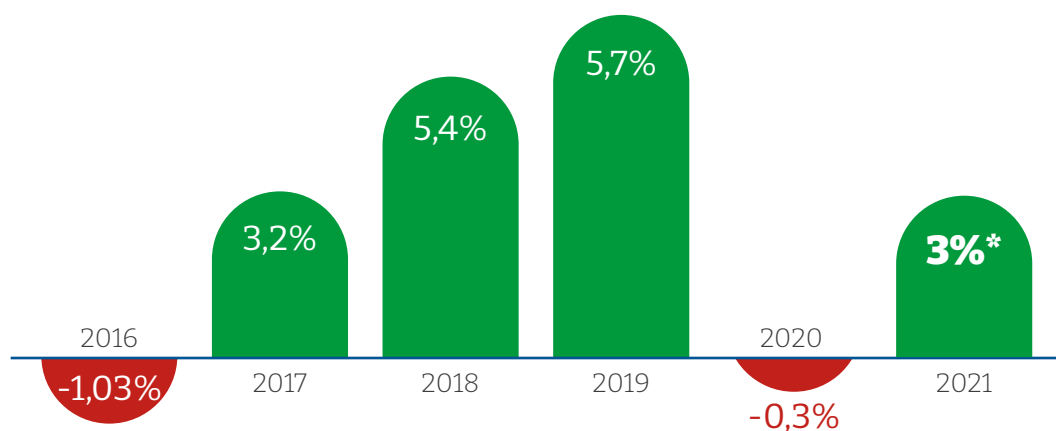
Produção industrial acumulada no ano (%)



Fonte: IBGE 2016-2020.

*Previsão Confederação Nacional da Indústria.

Desempenho do setor de limpeza

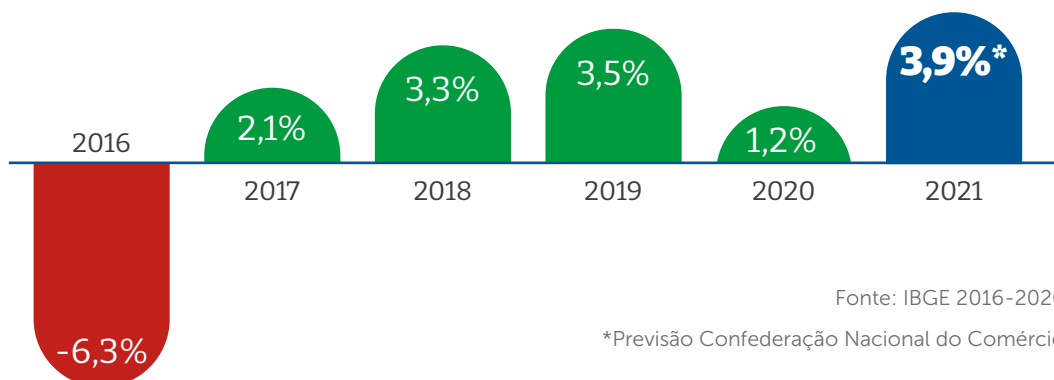


Fonte: IBGE 2016-2020.

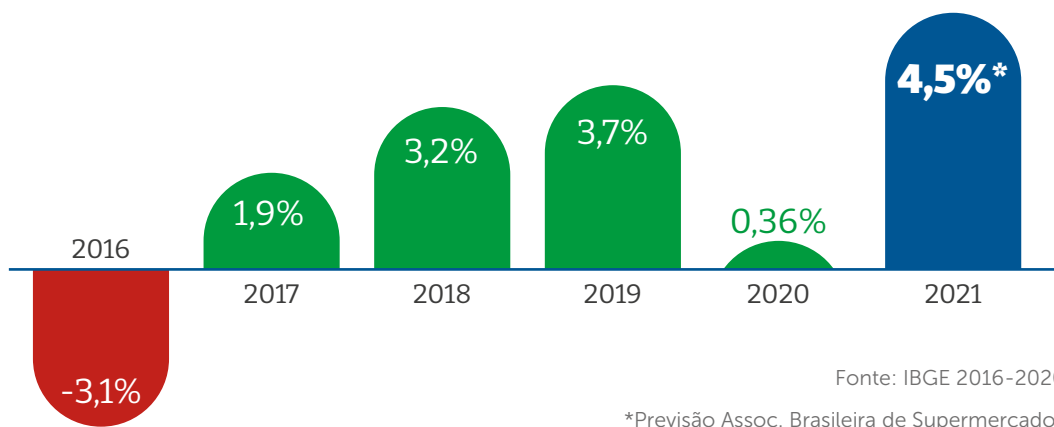
*Projeção ABIPLA.



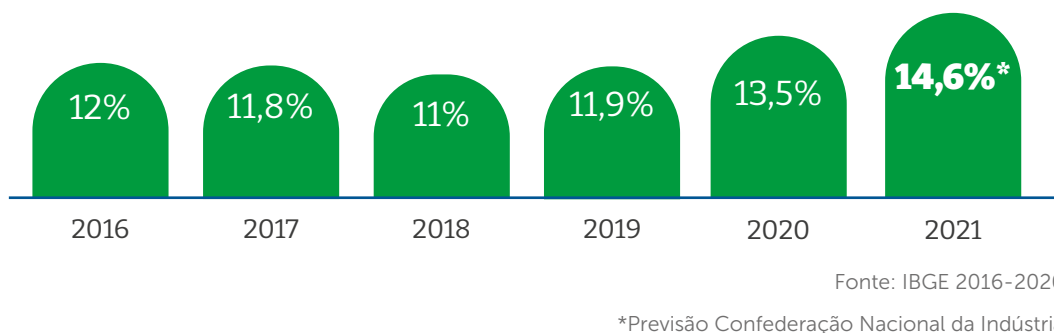
Desempenho do comércio varejista



Hipermercados e supermercados



Taxa de desemprego



Pinho Sol®



Mantenha suas vendas e a casa dos clientes **mais protegidas.**

**ELIMINA O VÍRUS
DA COVID-19
EM 60 SEGUNDOS***



*Use o produto puro e deixe agir por 60 segundos.





ARTIGOS





SUSTEN TABILI DADE:

uma responsabilidade compartilhada



Flávio Ferreira

Gerente de Embalagens para a América
Latina – Reckitt Hygiene Industrial

Há mais de um ano temos vivido uma importante transformação em nosso cotidiano devido à pandemia global do novo coronavírus, que causou diversas alterações em nossos hábitos e comportamentos como consumidores. Agora, passamos mais tempo dentro de casa e nos acostumamos a fazer compras nos canais eletrônicos, por exemplo.

Na prática, essas mudanças também acabam por reduzir ou aumentar o nosso impacto no meio ambiente. Se por um lado a redução das rotas de avião e do deslocamento de carros nas ruas reduziu as emissões de CO₂, por outro o aumento de pedidos de *delivery* em restaurantes e, consequentemente, do uso de embalagens descartáveis, também aumentou o volume de resíduos sólidos nos aterros - basta compararmos a quantidade de resíduos gerados em uma ida a um restaurante nas proximidades de nossa residência com o pedido de *delivery* do mesmo estabelecimento, que provavelmente incluirá embalagens descartáveis.

E não se trata de um movimento pequeno ou local. Segundo a eMarketer (emarketer.com), empresa de pesquisa de mercado que analisa percepções e tendências relacionadas a marketing digital, mídia e comércio, estima-se que as vendas via *e-commerce* cresceram globalmente em torno de 27,6% em 2020, sendo que a América Latina teve grande destaque, com crescimento de 36,7%.





Um exemplo em torno da discussão sobre o impacto das embalagens plásticas no meio ambiente é a lei municipal nº 17.261, de 13 de janeiro de 2020, que proíbe estabelecimentos comerciais da cidade de São Paulo de fornecerem aos clientes produtos de plástico de uso único, como copos, pratos, talheres, entre outros. No lugar desses materiais, a lei determina que sejam disponibilizados outros utensílios com a mesma função, mas que sejam biodegradáveis, compostáveis e/ou reutilizáveis, a fim de permitir a reciclagem e incentivar a economia circular. A **economia circular** foca em eliminar o desperdício no sistema. Na prática, o processo cíclico inicia-se no reaproveitamento do material para produção e depois segue a ordem de **utilizar, reutilizar, refazer e reciclar**, voltando assim à etapa inicial da produção e fechando o ciclo.

Mas por que é tão importante nos preocuparmos com a geração e destinação de resíduos? O estudo da Fundação Ellen MacArthur, uma das principais instituições focadas em meio ambiente, intitulado *"A Nova Economia do Plástico: Repensando o futuro do plástico"*, traz um panorama alarmante sobre o futuro do planeta, ao indicar que se o consumo de plástico mantiver a mesma velocidade de crescimento, em 2050 é provável que haverá mais toneladas de plástico do que de peixes nos oceanos.

Diante deste cenário, pode parecer difícil encontrar uma única solução. E realmente não há. O caminho é a conscientização coletiva de todos os atores sociais com foco no desenvolvimento sustentável. As indústrias têm um papel-chave neste sentido e têm liderado o tema buscando novas tecnologias, que possibilitem aplicar os já conhecidos 3Rs (reduzir, reutilizar e reciclar) em escala. O Grupo Reckitt, por exemplo, tem como metas globais, até 2030, reduzir em 50% a quantidade de plástico em suas embalagens, tornar 100% de suas embalagens reutilizáveis ou recicláveis e implementar 25% de plástico de reúso em sua linha.



Empresas de diversos setores também se movimentam neste sentido e é fundamental ter metas claras de sustentabilidade para podermos mudar o curso do nosso futuro nas próximas décadas. Além disso, também é importante investir em pesquisa e desenvolvimento para buscar alternativas retornáveis e reutilizáveis, refis em embalagens flexíveis, com menos uso de plástico ou produtos concentrados para diluição residencial e realizar campanhas educativas sobre o tema.

Neste sentido, a ABIPLA, como promotora da economia circular de embalagens, e o “Dê a Mão Para o Futuro” (DAMF), programa de logística reversa do setor, são exemplos a serem seguidos.

Os consumidores também têm um papel importante e podem contribuir adotando hábitos de consumo mais conscientes e enxergando as embalagens cada vez mais como bens duráveis, que podem ser reutilizadas, ou então descartadas corretamente para alavancar a reciclagem dos materiais.

De forma geral, é urgente que empresas, governos e a sociedade civil tenham consistência de atuação no desenvolvimento de melhores práticas industriais e fomentem hábitos de consumo que favoreçam a economia circular, pois somente juntos criaremos um mundo mais limpo, saudável e justo.

Fontes consultadas

Prefeitura de São Paulo. Legislação Municipal. Lei nº 17.261, de 13 de janeiro de 2020. Disponível em: LEI Nº 17.261 DE 13 DE JANEIRO DE 2020 « Catálogo de Legislação Municipal (prefeitura.sp.gov.br). Acesso em: junho de 2021.

Ellen MacArthur Foundation. The New Plastics Economy: Rethinking the future of plastics. Disponível em: Microsoft Word - New Plastics Economy_Background to Key Statistics_19022016v2.docx (ellenmacarthurfoundation.org). Acesso em: junho de 2021.

eMarketer. Global Ecommerce Update 2021. World Ecommerce Will Approach \$ 5 trillion this year. Disponível em: Global Ecommerce Update 2021 - Insider Intelligence Trends, Forecasts & Statistics (emarketer.com). Acesso em: junho de 2021.

SOMOS RECKITT

UMA NOVA MARCA MOLDADA PELO NOSSO PROPÓSITO, CONSTRUÍDA PARA O NOSSO FUTURO

A RB agora é Reckitt: o Grupo por trás de algumas das marcas de consumo mais amadas e confiáveis do mundo.

Esta identidade visual, inspirada pelo nosso propósito de proteger, curar e nutrir, faz parte de uma jornada de transformação e é um símbolo do nosso compromisso com a busca por uma sociedade mais justa e um mundo mais limpo e saudável.



reckitt®



Simplicidade, performance e qualidade são as principais tendências na categoria de desinfecção da casa



Kevin Janak

Global Head of R&D da LSI-Lonza Microbial Control Solutions

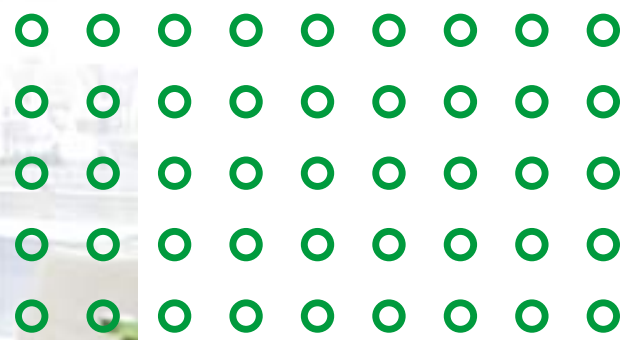
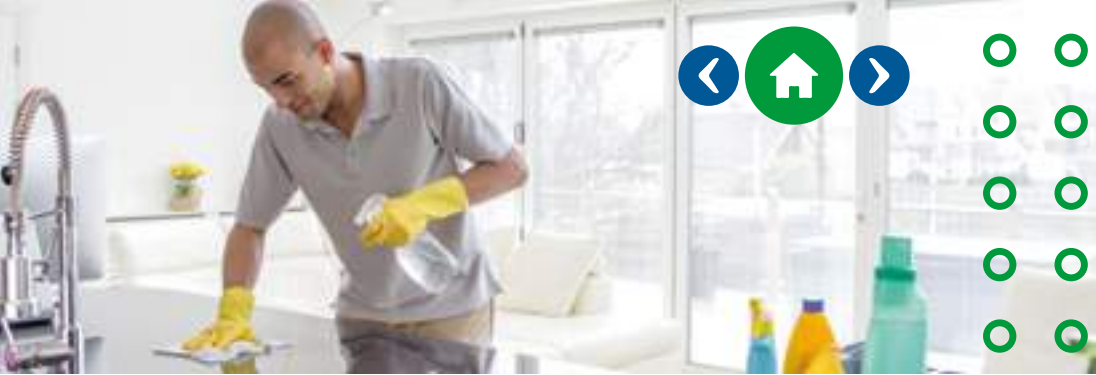
Desde o surgimento da pandemia de covid-19 criou-se uma consciência elevada sobre as condições que influenciam a propagação de patógenos, bem como a importância de práticas de limpeza e desinfecção mais cuidadosas para proteger e prevenir a propagação da doença. Embora essas considerações estejam na vanguarda da prevenção de infecções adquiridas em hospitais e ambientes médicos, a experiência global durante a pandemia criou novos hábitos e comportamentos de higiene pessoal do consumidor e de suas casas ao redor do mundo.

Antes de 2020, a maioria dos consumidores presumia que a limpeza tradicional da casa resultava em um nível básico de segurança para sua família. No entanto, a consciência e a exposição a patógenos mudaram totalmente a percepção e a confiança em ambientes tradicionais, como nossas casas. Isso levou a um aumento geral do uso de produtos de limpeza desinfetante, uma vez que são uma opção adicional de reduzir o risco de infecção.¹ Todavia, ao contrário dos ambientes profissionais, não existe um método bem estabelecido nem formal para limpar as nossas casas e, portanto, para atingir um nível de excelência e confiança na limpeza geral do ambiente. Consequentemente, a inovação de produtos de limpeza e desinfecção doméstica requer simplicidade, qualidade e eficácia para que o ambiente esteja limpo e seguro.

Simplicidade

O cuidado com a casa sempre esteve focado na limpeza geral e na aparência. A remoção de sujeiras e manchas é o principal desejo, do ponto de vista do consumidor. Embora se deseje um lar seguro e saudável, isso deve ser realizado de forma consistente com a maneira como os consumidores abordam a limpeza e a arrumação de suas casas. Portanto, as soluções de desinfecção doméstica precisam atender às expectativas do consumidor quanto à facilidade de uso.

Por exemplo, soluções em spray e lenços umedecidos desinfetantes são opções simples e convenientes e geralmente preferíveis quando comparados ao uso de baldes e esfregões. Esses produtos oferecem conveniência por serem prontos para uso e de fácil aplicação, tanto para a limpeza regular como para o "retoque" rápido da casa. Eles são particularmente importantes no uso na cozinha, no banheiro ou em um derramamento ocasional, limpando rapidamente as superfícies, enquanto fornecem a garantia e a satisfação de uma limpeza eficaz, mantendo o ambiente limpo e desinfetado ao mesmo tempo. Além disso, a praticidade de uma embalagem simples, de fácil armazenamento e transporte, contribui para a experiência de um produto útil e único para todos os tipos de ambientes, desde a cozinha até os quartos, passando por banheiros e áreas de lazer. Isso é importante porque mantém a qualidade da



experiência do consumidor em um produto de limpeza e desinfecção doméstica, de ação microbológica contra vírus, bactérias e fungos.^{2,3}

Finalmente, soluções de pronto uso e embalagens recarregáveis/refil são desenvolvimentos de produtos em expansão que atendem às expectativas de sustentabilidade dos consumidores para seus produtos de limpeza e desinfecção doméstica.⁴ Reduzir a quantidade de resíduos pós-consumo e o impacto ambiental geral da cadeia de abastecimento do produto são recursos adicionais que podem ser integrados ao design de um produto.

Performance e qualidade

Embora o espectro de transmissão e infecção da covid-19 tenha sido a preocupação mais recente e urgente desde o final de 2019, o tipo de vírus “coronavírus” não é o único micro-organismo com que devemos nos preocupar em nossas casas. Tradicionalmente, o acrônimo ESKAPE tem sido aplicado para se referir a seis principais patógenos de controle em hospitais, mas que passaram a ser de interesse em uma ampla gama de aplicações, como a doméstica. São eles: *Enterococcus faecium*, *Staphylococcus aureus*, *Klebsiella pneumoniae*, *Acinetobacter baumannii*, *Pseudomonas aeruginosa* e *Enterobacter* spp.⁵ Esses patógenos apresentam como característica importante níveis crescentes de resistência a múltiplas drogas, porém eles não são os únicos patógenos preocupantes. Em 2019, o Centers for Disease

Control and Prevention (CDC), dos Estados Unidos, publicou um relatório de ameaça de resistência a antibiótico destacando outras ameaças emergentes de infecção.⁶ Isso pode ser uma preocupação adicional para um ambiente doméstico, especialmente quando é necessário cuidar de familiares com necessidades especiais e com a saúde em risco. No geral, isso demonstra que um produto desinfetante deve ter um amplo espectro de ação contra uma ampla gama de micro-organismos.

Mas como esse amplo espectro de controle microbológico é comprovado e onde o consumidor deve buscar informação para confiar na qualidade e performance do produto de limpeza desinfetante?

Uma infinidade de artigos acadêmicos, material de marketing e anúncios estão disponíveis para que os consumidores possam acessar e obter informações sobre os ingredientes ativos de um determinado produto.⁷ Esses ativos formam a base de desempenho do produto, mas eles não são os únicos. A formulação agrega ingredientes adicionais que contribuem para a eficácia do produto. Além disso, os métodos utilizados para avaliação e validação do poder de um produto de matar patógenos são de vital importância. A este respeito, a Agência de Proteção Ambiental dos Estados Unidos e a Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa) preconizam diretrizes para critérios de performance para garantir desempenho de desinfecção estatisticamente válido e relevante para os micro-organismos de interesse.⁸

Lista de patógenos preocupantes adicionais aos ESKAPE

BACTÉRIAS	FUNGO	VÍRUS
<ul style="list-style-type: none"> • <i>Acinetobacter baumannii</i> • <i>Burkholderia cepacia</i> • <i>Compylobacter jejuni</i> • <i>E. coli</i> • <i>Klebsiella pneumoniae</i> • <i>Legionella pneumophilia</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Listeria monocytogenes</i> • <i>Pseudomonas aeruginosa</i> • <i>Salmonela enterica</i> • <i>Shigella dysenteriae</i> • <i>Staphylococcus aureus</i> • <i>Vibrio cholerae</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Vírus herpes simples tipo I • Vírus herpes simples tipo II • HIV-1 (Vírus da aids) • Vírus da gripe tipo A (Vírus da gripe) • Vírus da influenza A (H1N1) • Coronavírus humano (Cepa 229E) • SARS associada ao coronavírus 1 (SARS 2003) • Coronavírus SARS-Cov-2 (vírus covid-19)





Mata o vírus **SARS-CoV-2**

Mata o vírus da **gripe** e o vírus **H1N1**

Mata **99%** das bactérias, vírus e fungos

4 minutos

Conveniente

Eficácia e performance

Consequentemente, o uso de produtos desenvolvidos para atender a esses critérios e padrões é de interesse do consumidor. Isso garante que o produto foi testado de acordo com os mais altos padrões globais de qualidade.

Inovação

Na intersecção dos elementos centrais de simplicidade, performance e qualidade está a inovação. Pesquisa e desenvolvimento aplicados na formulação de produtos de consumo devem equilibrar padrões rigorosos de desempenho, facilidade de uso e percepção do consumidor sobre os ingredientes usados para fornecer a experiência desejada. Novos formatos e diferentes embalagens, conforme mencionado, são os principais elementos que impulsionam a

experiência do consumidor, mas a inovação central é construída sobre o desempenho antimicrobiano da formulação.

Tendências

Na cadeia produtiva de produtos de limpeza, o setor responsável pelo desenvolvimento e fabricação de matérias-primas tem se sofisticado em diversos aspectos e, não raro, gerando inovações no próximo elo da cadeia: o fabricante de produtos de limpeza em si.

Essa dinâmica deverá seguir um curso intenso nos próximos anos, dado o contexto pandêmico, e novos rearranjos de negócios também deverão surgir. Espera-se que o setor de limpeza doméstica e profissional possa contribuir significativamente na contenção de disseminações e endemias, epidemias e, por conseguinte, pandemias.

Referências

1. Weegels M, Kanis H. Risk perception in consumer product use. *Accid Anal Prev.* 2000;32(3):365-70.
2. Park CW, Iyer ES, Smith DC. The effects of situational factors on in-store grocery shopping behavior: the role of store environments and time available for shopping. *J Consum Res.* 1989;15(4):422-33.
3. Wood W, Neal DT. The habitual consumer. *J Consum Psychol.* 2009;19:579-92.
4. Environmental Energy Leader. New Report Finds Overwhelming Majority of Consumers Are Willing to Pay More for Sustainable Packaging. 74% Consumers Are Ready to Pay Extra for Sustainable Packaging. Disponível em: <environmentalleader.com>. Acesso em: jun. 2021.
5. Gajdács M, Albericio F. Antibiotic resistance: from the bench to patients. *Antibiotics (Basel).* 2019;8(3):129.
6. Antibiotic Resistance Threats in the United States, 2019 (2019 AR Threats Report. Disponível em: <<https://www.cdc.gov/drugresistance/pdf/threats-report/2019-ar-threats-report-508.pdf>>. Acesso em: jun. 2021.
7. Schrank CL, Minbiole KPC, Wuest WM. Are quaternary ammonium compounds, the workhorse disinfectants, effective against severe acute respiratory syndrome-coronavirus-2? *ACS Infect. Dis.* 2020;6:1553-7.
8. United States Environmental Protection Agency. Antimicrobial testing methods & procedures developed by EPA's microbiology laboratory. Disponível em: Antimicrobial Testing Methods & Procedures Developed by EPA's Microbiology Laboratory | Analytical Methods and Procedures for Pesticides | US EPA. Acesso em: jun. 2021.



Soluções Inovadoras, Para Um Mundo Mais Saudável



A Lonza é uma líder global no desenvolvimento de biocidas, preservantes, ativos e formulações desinfetantes.

Seja qual for a hora, local ou circunstância, higiene é essencial. Nossas formulações inovadoras e soluções altamente eficazes, visam proteger a saúde das pessoas e manter os padrões de higiene em hospitais, escolas, fábricas de processamento de alimentos, restaurantes, mercearias, residências e muito mais.

Av. Brasília, 1500
13327-901 Salto/SP
Tel.: +55 11 4028-8000
soraya.souza@lonza.com

<https://microbialmanagement.lonza.com/hygiene>



A WORLD IN CHANGE.
PROTECTED™



A responsabilidade pós-consumo no estado de São Paulo:

ações de fiscalização e capacitação realizadas pela Companhia Ambiental do Estado de São Paulo (Cetesb)

A Política Nacional de Resíduos Sólidos (PNRS) reconhece no resíduo sólido reutilizável e reciclável não somente um bem econômico, mas também um bem de valor social, pois é uma fonte geradora de trabalho, de renda e de cidadania. Orientada por esse norte e pela redução de impactos ambientais decorrentes da disposição final de rejeitos e da exploração de recursos naturais virgens, a PNRS prioriza as ações voltadas à redução da geração de resíduos, bem como o reaproveitamento, reciclagem e tratamento daqueles resíduos cuja geração não podemos evitar.

Nesse contexto, a PNRS obriga fabricantes, importadores, comerciantes e distribuidores de produtos e embalagens definidos na legislação a viabilizarem a coleta dos resíduos gerados após o consumo e o retorno deles ao setor empresarial, para reciclagem ou outra destinação adequada. Trata-se da “logística reversa”.

O estado de São Paulo, em iniciativa pioneira no Brasil, incluiu a logística reversa como condicionante de licenciamento ambiental, por meio da Resolução da Secretaria do Meio Ambiente nº 45/2015 e da Decisão de Diretoria Cetesb nº 114/2019/P/C (que substituiu a Decisão de Diretoria Cetesb nº 76/2018/C). A demonstração da logística reversa vem sendo exigida no licenciamento desde 2018 para todas as empresas dos setores de agrotóxicos, pneus, lâmpadas, pilhas e baterias, óleo lubrificante e tintas imobiliárias, independentemente de seus tamanhos. Para os setores de eletroeletrônicos, medicamentos, filtros de óleo lubrificante, alimentos, bebidas, produtos de limpeza, higiene pessoal e cosméticos, essa exigência tem sido implantada gradualmente nos últimos quatro anos, iniciando-se pelos empreendimentos maiores. Com a entrada em vigor da linha de corte de 2021 da Decisão de Diretoria Cetesb nº 114/2019/P/C, a necessidade de demonstração de implantação de logística reversa recai agora sobre todas as empresas que estejam solicitando novas licenças ambientais desses setores, independentemente de seu tamanho.



Lia Helena M. L. Demange

Gerente da Divisão de Logística Reversa e Gestão de Resíduos Sólidos da Companhia Ambiental do Estado de São Paulo (Cetesb). Doutora em Ciência Ambiental pelo Programa de Pós-Graduação em Ciência Ambiental da Universidade de São Paulo (PROCAM). Mestre em Direito Ambiental pela Pace University (Estados Unidos) e Bacharel em Direito pela Universidade de São Paulo.



Para a inserção dessa nova temática no cotidiano do licenciamento, houve um amplo esforço para treinamento dos técnicos de 46 agências ambientais do estado de São Paulo, criação de uma divisão específica para oferecer apoio técnico às agências ambientais no licenciamento, analisar os planos e relatórios recebidos, acompanhar a implementação dos sistemas de logística reversa, solucionar as dúvidas de empreendedores e consultores e negociar a celebração de novos Termos de Compromisso de Logística Reversa.

Atualmente, as empresas enquadradas na obrigação legal são convocadas a apresentar seus planos e relatórios anuais de logística reversa como condição para receberem novas licenças ambientais. As novas licenças de operação são emitidas com exigências técnicas específicas para logística reversa e, em caso de descumprimento, são emitidos autos de infração com imposição de penalidades, que podem progredir desde a advertência à multa diária.

Como resultado dessas ações, o número de planos de logística reversa (individuais e coletivos) recebidos pela Cetesb saltou de 27, em 2018, para 60, em 2019, e 107, em 2020. O número de empresas aderentes aos Planos de Logística Reversa recebidos também apresentou grande incremento no mesmo período, aumentando de 2.179, em 2018, para 2.869, em 2019, e 4.236, em 2020.

Além do trabalho de fiscalização, a Cetesb tem também zelado pela capacitação de gestores públicos e privados na temática. Em 2020 e 2021, a Escola Superior da Cetesb realizou dois cursos de curta duração, que contaram com a participação de profissionais dos estados de São Paulo, Rio de Janeiro, Mato Grosso, Tocantins, Minas Gerais, Distrito Federal, Alagoas e Espírito Santo, além de gestores públicos de órgãos ambientais de municípios paulistas e dos estados do Ceará, Paraná e Mato Grosso do Sul.

Em junho de 2021, a Cetesb lançou, em parceria com a Escola do Tribunal de Contas do Estado e a Universidade de São Paulo, o curso "Gestão de resíduos sólidos no estado de SP: desafios e possibilidades para os municípios", que será oferecido para gestores municipais em formato de ensino a distância.





Esse curso tem como objetivo difundir conhecimento sobre o tema, para que os gestores públicos possam promover melhorias na gestão municipal de resíduos sólidos e limpeza pública. Um dos temas abordados é a logística reversa e a sua fiscalização por gestores municipais.

Nesse quadro geral, é imprescindível que o consumidor conheça os impactos que seu consumo gera ao meio ambiente, tanto para devolver esses resíduos para os sistemas de logística reversa e coleta seletiva quanto para também exigir o cumprimento dessa obrigação de seus

fornecedores de bens e serviços. Para atingirmos esse objetivo, ainda temos muito a avançar nas ações de comunicação e educação ambiental. Nessa seara, coexistem a incumbência do Poder Público de “promover a educação ambiental em todos os níveis de ensino e a conscientização pública para a preservação do meio ambiente”, conforme definido na Constituição Federal, e a obrigação da cadeia produtiva, decorrente da responsabilidade compartilhada pelo ciclo de vida do produto, de divulgar informações relativas às formas de evitar, reciclar e eliminar os resíduos sólidos associados aos seus produtos.



Detergentes Biológicos são



...feitos com ingredientes sustentáveis

Biológicos
Sustentáveis



...altamente eficientes

Eficientes, Compactos
Cuida das roupas



...bom para você e para o planeta

Biodegradável
Não tóxico

Impacto Social, Ambiental e Econômico com uma única tecnologia

Faça parte desse mundo



O profissional da química e os saneantes:

garantindo a saúde dos brasileiros



**José de Ribamar
Oliveira Filho**

Presidente do Conselho
Federal de Química



**Wagner
Aparecido
Contrera Lopes**

Conselheiro do Conselho
Federal de Química

Quando se fala na fabricação de saneantes e de toda a diversidade que envolve esses produtos, aborda-se um segmento industrial de alta relevância para o Brasil. Se forem considerados apenas os números desse setor no estado de São Paulo, por exemplo, se observará que cerca de 3% dos profissionais registrados na química paulista atuam na indústria de saneantes. Do ponto de vista das pessoas jurídicas, 4,3% das empresas ligadas à indústria química de São Paulo produzem artigos dessa natureza.

Mais do que a frieza dos números, absolutamente representativos, a indústria de saneantes representa uma fatia da química importante no cotidiano das famílias brasileiras, com impacto direto na qualidade de vida da população.

Nesta seara, as pessoas que fazem a química acontecer reforçam dia após dia seu protagonismo. O profissional é fundamental dentro da indústria de saneantes – como, de resto, em todas as atividades fabris em que a química está presente. É com profissionais devidamente preparados e habilitados que se pode manipular as matérias-primas com segurança, garantindo ao mesmo tempo produtos que servem aos seus propósitos e que não oferecem riscos à população.

Desde o começo da pandemia ficou evidente a importância dos saneantes no controle do contágio pelo novo coronavírus: a higienização de ambientes, em especial das superfícies inanimadas, é uma prática fundamental e recomendada pelas autoridades de saúde para que os riscos sejam mitigados.

Pode-se dizer que a manutenção em níveis mínimos das atividades essenciais para o funcionamento da sociedade brasileira só foi possível a partir da proteção oferecida pelos produtos saneantes, cuja segurança, reafirme-se, só pode ser assegurada pelos profissionais habilitados.

Nos momentos iniciais da pandemia, quando o nível de informação sobre a covid-19 era muito inferior ao que temos hoje, os profissionais da química lançaram-se ao trabalho para evitar que houvesse desabastecimento de produtos de primeira necessidade, entre eles, os saneantes. Só um senso de missão e dever muito fortes pode caracterizar o comprometimento de nossos profissionais com o país e com o seu povo.

Com o confinamento estrito sendo a alternativa preferível em meio à disseminação do vírus, foi através do esforço dessas pessoas que se viabilizou nosso bem-estar como sociedade. Para que as pessoas pudessem fazer o “confinamento”, foi preciso que outros se arriscassem em suas atividades para garantir o suprimento. Os profissionais da química integraram a linha de frente desse grupo.



Para nós, que representamos cotidianamente os profissionais por meio do Sistema CFQ/CRQs (Conselho Federal de Química/Conselhos Regionais de Química), o papel exercido por esses profissionais causa orgulho extremo, não apenas durante a pandemia, mas em todos os momentos. Mas é, para muitos, que essa atuação se tornou mais evidente: estamos presentes na produção dos saneantes e em várias outras tarefas fundamentais, do desenvolvimento de materiais para a produção de máscaras e vestes de proteção até a elaboração de vacinas, que renovam as esperanças da humanidade na superação da pandemia.

Assim como os profissionais que representamos, nós do Sistema CFQ/CRQs nos envolvemos completamente no suporte àqueles que atuam na produção de saneantes. Desde o começo, produzimos conteúdo informativo à sociedade, ensinando a maneira correta de emprego dos produtos, combatendo *fake news* e orientando autoridades sobre iniciativas de eficácia cientificamente comprovada, em contraposição a outras que carecem de fundamento.

Um exemplo claro disso é a questão dos túneis, ou cabines, de desinfecção. Ao lado da ABIPLA, o Sistema CFQ/CRQs ergueu-se em defesa da sociedade para evitar que uma medida sem eficácia, como a aspersão de saneantes projetados para

higienizar superfícies inanimadas diretamente sobre as pessoas, fosse incentivada e, mais do que isso, adotada como válida pelo poder público.

Aos profissionais da química cabe serem firmes na defesa do que prega a ciência. Se um saneante foi desenvolvido para ser aplicado sobre objetos, é apenas sobre objetos que ele deve ser aplicado. Seus impactos sobre a saúde das pessoas e mesmo a eficiência deles em uso diferente daquele aprovado pela Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa) demandam estudos – e nada disso foi oferecido até agora.

Um caso concreto da exitosa ação conjunta entre a ABIPLA e o Sistema CFQ/CRQs se deu quando a Câmara de Vereadores da cidade de São Paulo aprovou projeto obrigando o poder público a instalar esses túneis de desinfecção. O então prefeito de São Paulo, Bruno Covas, vetou o texto utilizando como base um parecer de nossa lavra, em que os profissionais da química apontavam a total falta de evidências e o risco de intoxicação da população exposta a essa prática.

Medidas como essa deixam mais do que claro: a química e seus profissionais são indispensáveis. Na produção de saneantes e na vida.



Inspirados pelo passado. Conectados com o futuro.

Em 80 anos, a Química Anastácio se consolidou como líder em distribuição de químicos no Brasil, oferecendo uma linha completa de produtos para os diversos segmentos de mercado.

E assim, seguiremos nos próximos anos: orgulhosos da nossa história e preparados para o amanhã.



ACESSE NOSSA LISTA COMPLETA DE PRODUTOS.







DESEMPENHO

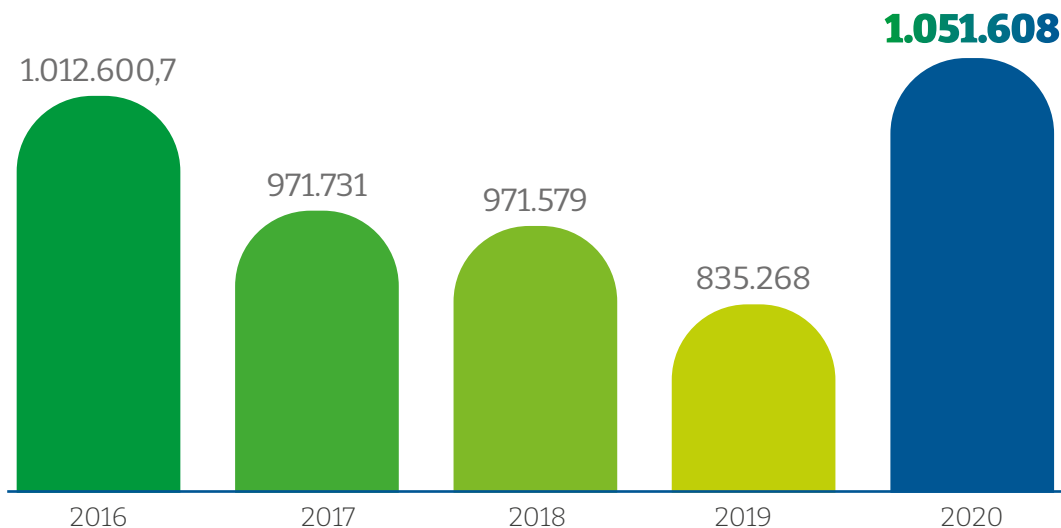
do setor





Detergentes para lavar roupa (em pó e líquido)

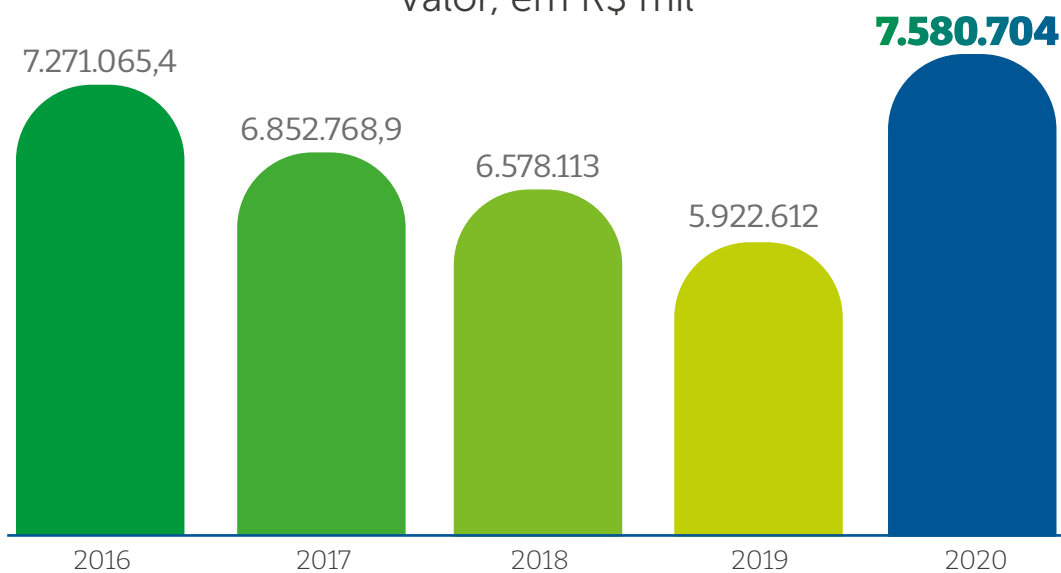
Volume, em toneladas



Fonte: Nielsen.

Detergentes para lavar roupa (em pó e líquido)

Valor, em R\$ mil



Fonte: Nielsen.



Top 5 destaques do segmento de limpeza caseira

2020 vs 2019

Esponjas sintéticas	+10,2%
Águas sanitárias/alvejantes	+9,1%
Detergente para lavar louça	+8,6%
Inseticidas Aerosol	+4,8%
Desinfetantes	+4,6%

Maior distribuição + Equação custo-benefício + Inovação
= **Fórmula ideal para um bom desempenho**

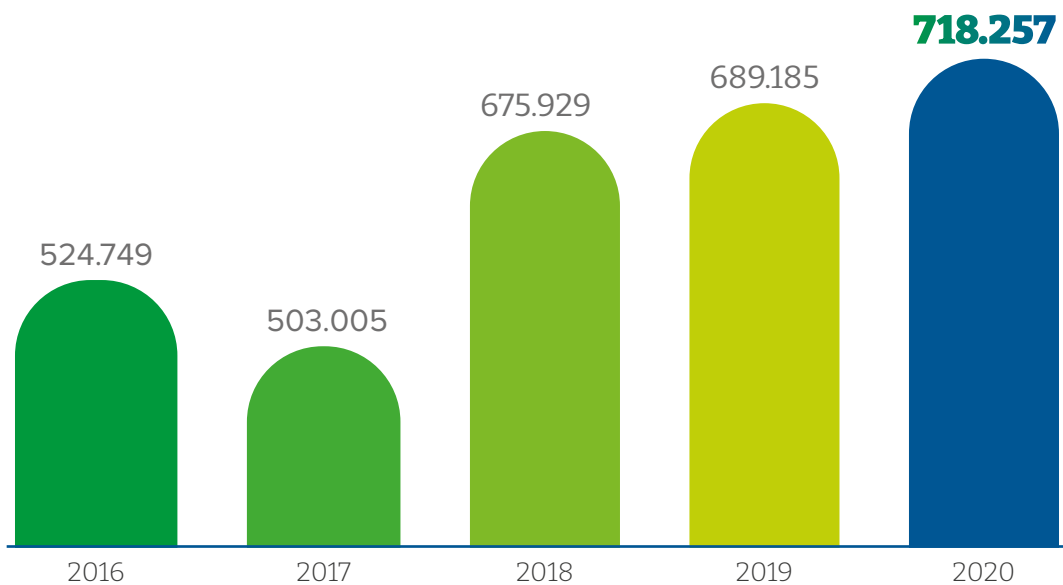
Chegue primeiro, mantenha-se no circuito em
nielseniq.com





Amaciantes

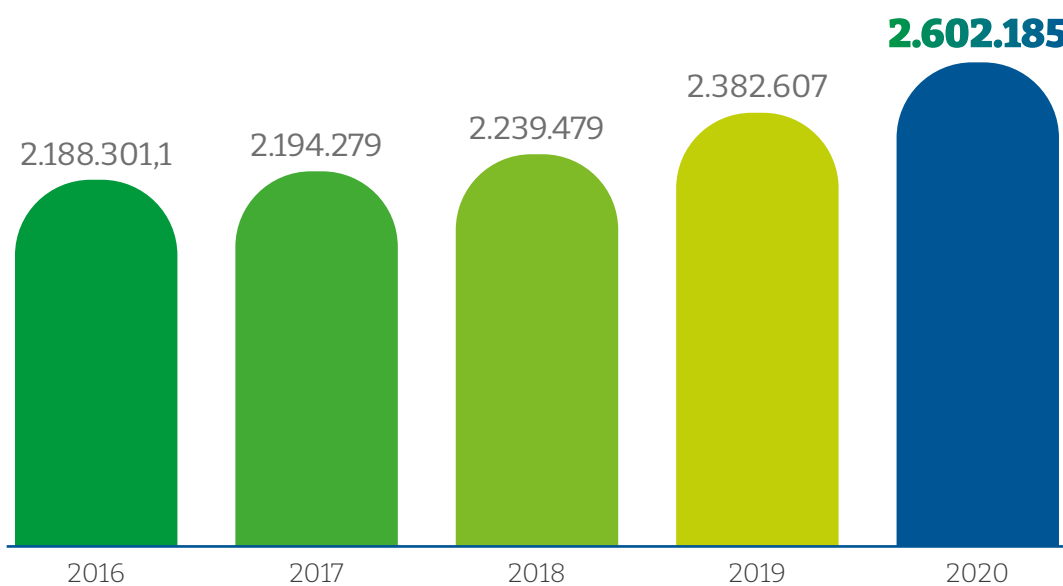
Volume, em mil litros



Fonte: Nielsen.

Amaciantes

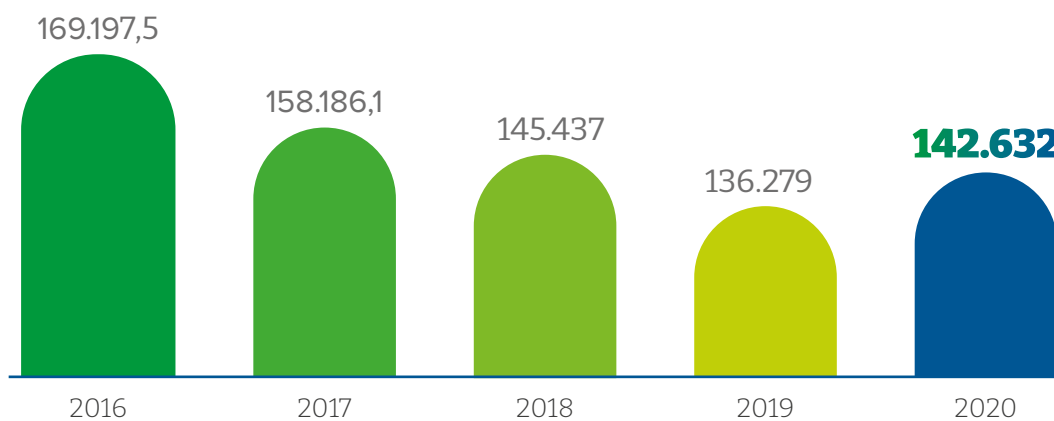
Valor, em R\$ mil



Fonte: Nielsen.

Sabão em barra

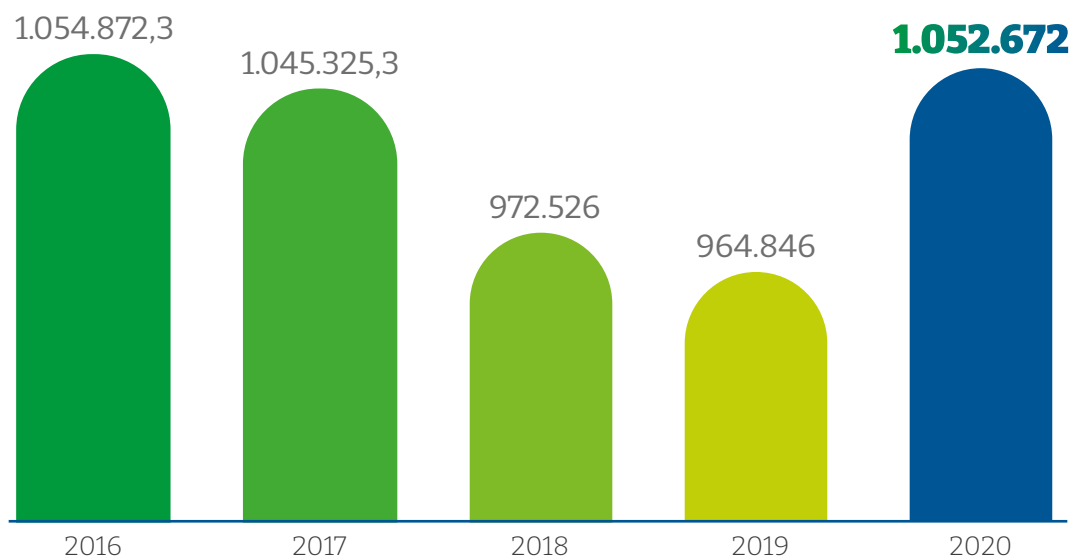
Volume, em toneladas



Fonte: Nielsen.

Sabão em barra

Valor, em R\$ mil

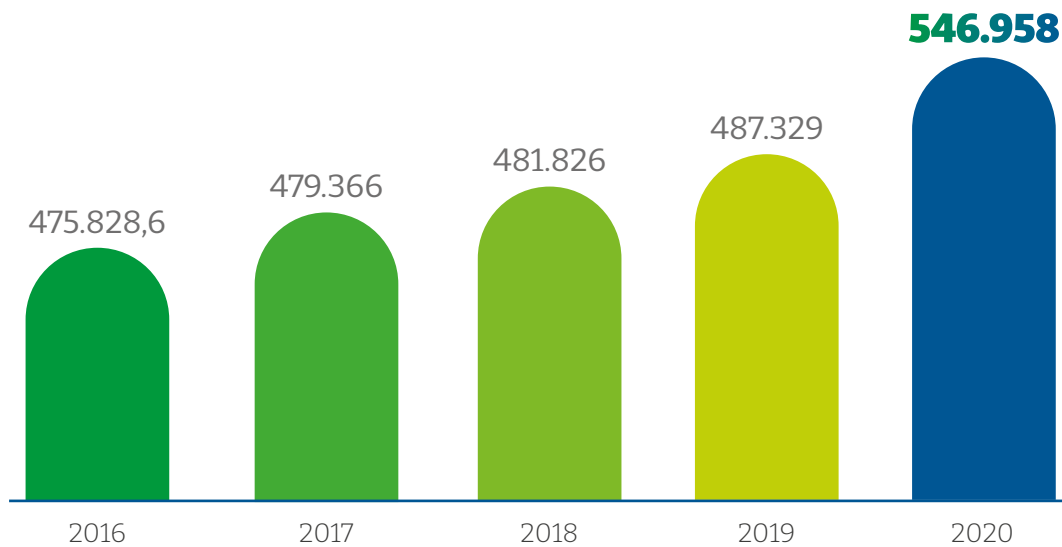


Fonte: Nielsen.



Detergente para lavar louça (líquido)

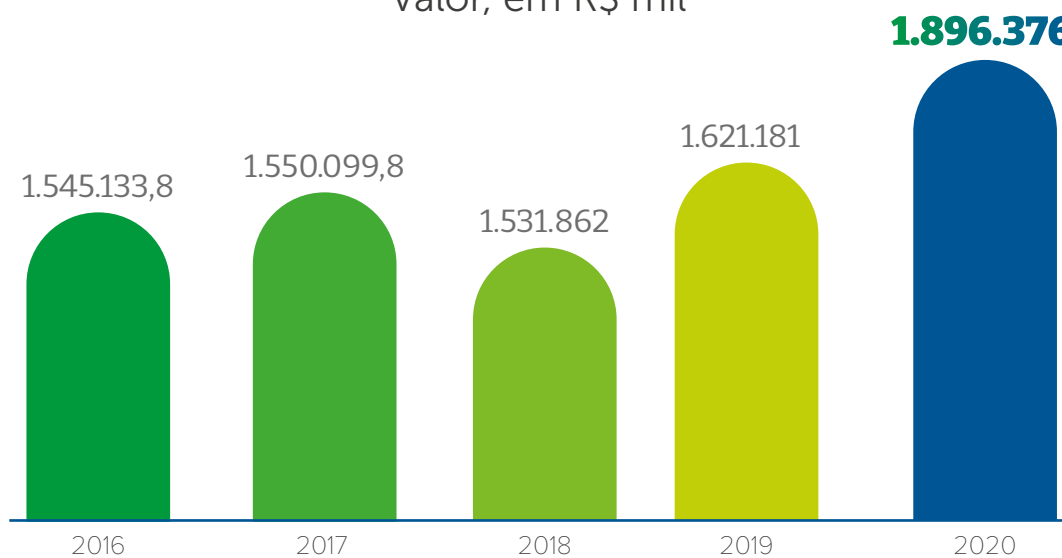
Volume, em mil litros



Fonte: Nielsen.

Detergente para lavar louça (líquido)

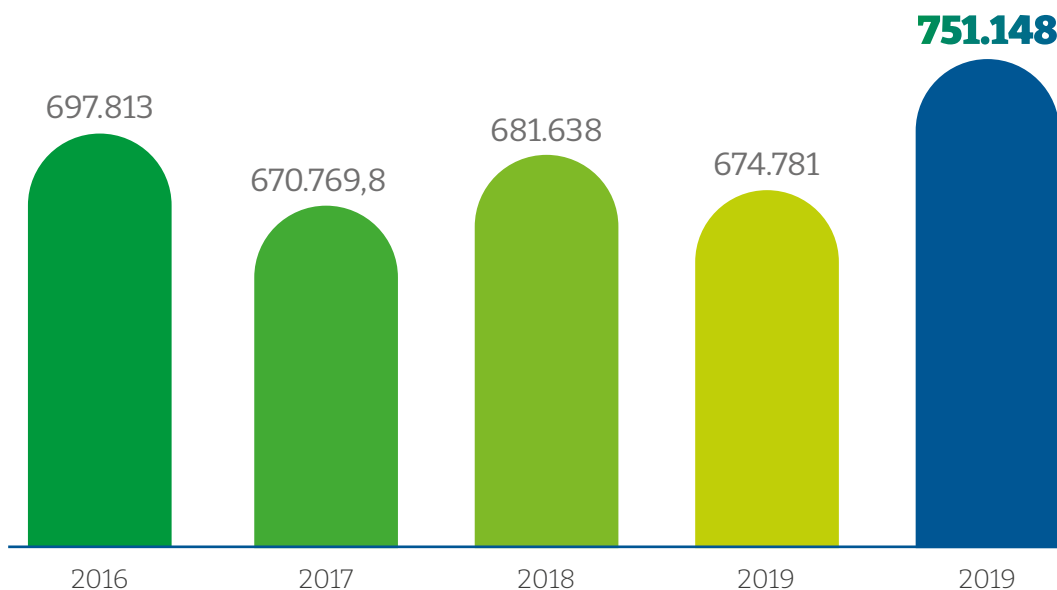
Valor, em R\$ mil



Fonte: Nielsen.

Alvejantes (com ou sem cloro) e água sanitária*

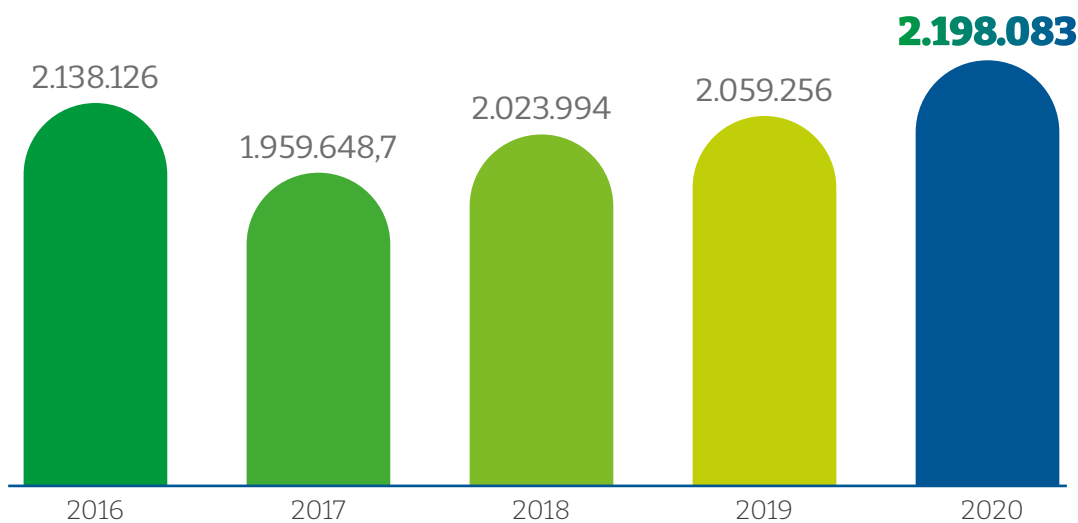
Volume, em mil litros



Fonte: Nielsen.

Alvejantes (com ou sem cloro) e água sanitária*

Valor, em R\$ mil



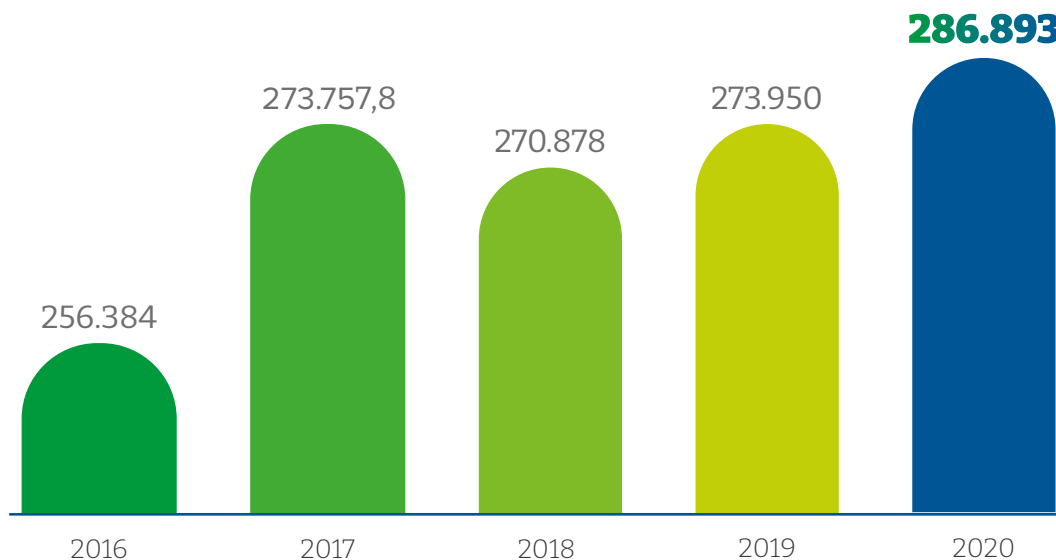
* Categorias com dados mensalizados a partir de 2016.

Fonte: Nielsen.



Desinfetantes*

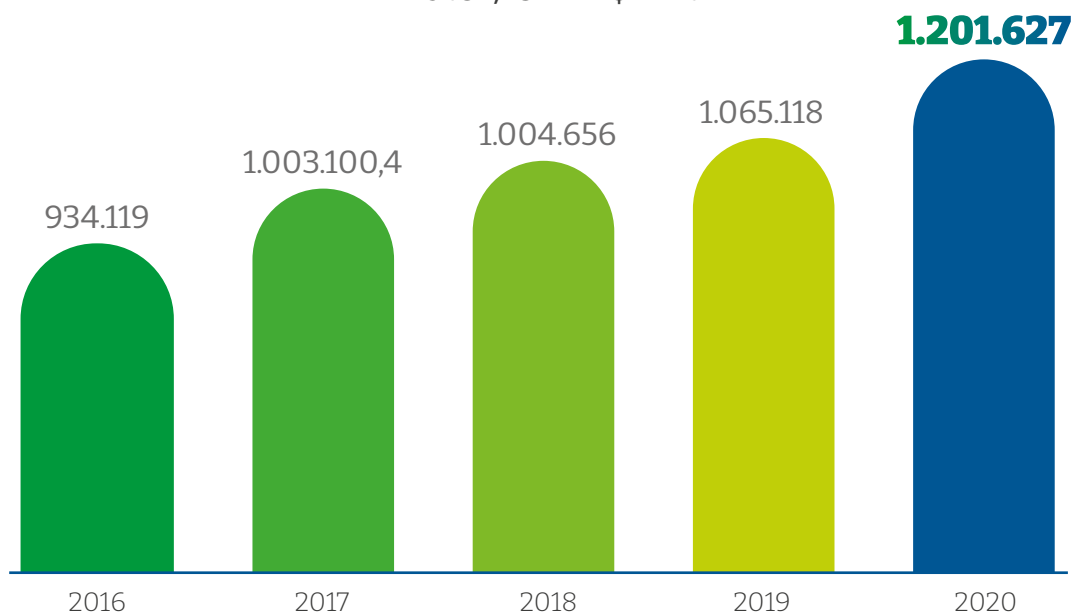
Volume, em mil litros



Fonte: Nielsen.

Desinfetantes*

Valor, em R\$ mil

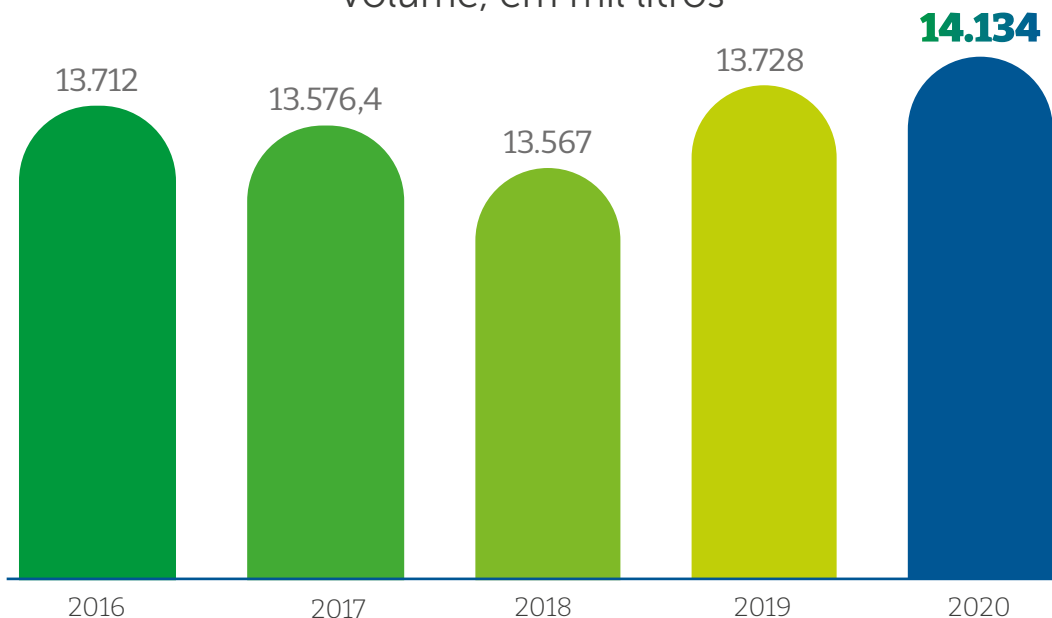


Fonte: Nielsen.

* Categorias com dados mensalizados a partir de 2016.

Limpadores para banheiro*

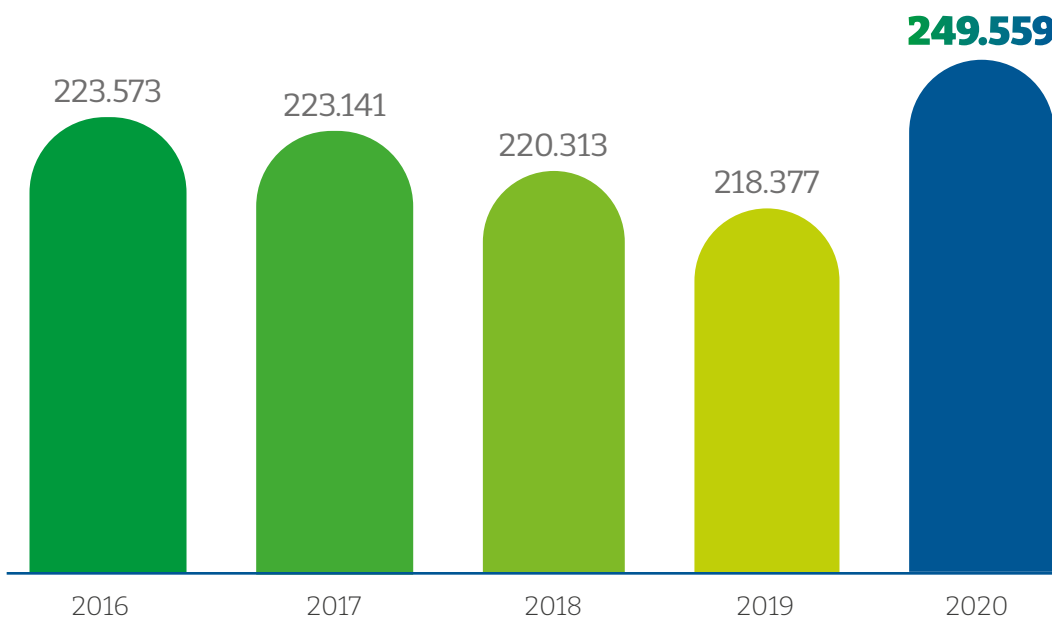
Volume, em mil litros



Fonte: Nielsen.

Limpadores para banheiro*

Valor, em R\$ mil



* Categorias com dados mensalizados a partir de 2016.

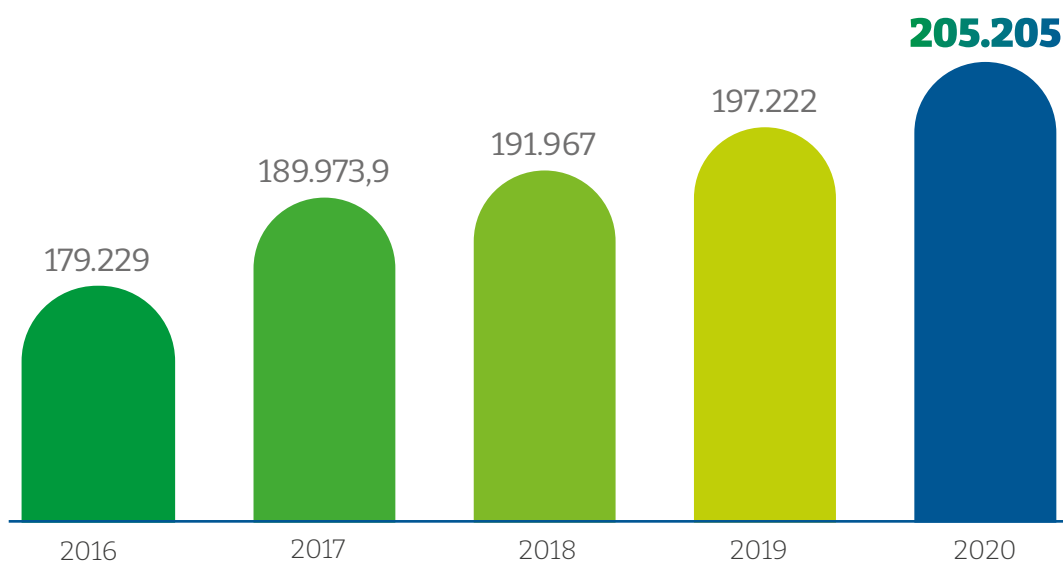
Fonte: Nielsen.



Multiusos*

(concentrados de limpeza)

Volume, em mil litros

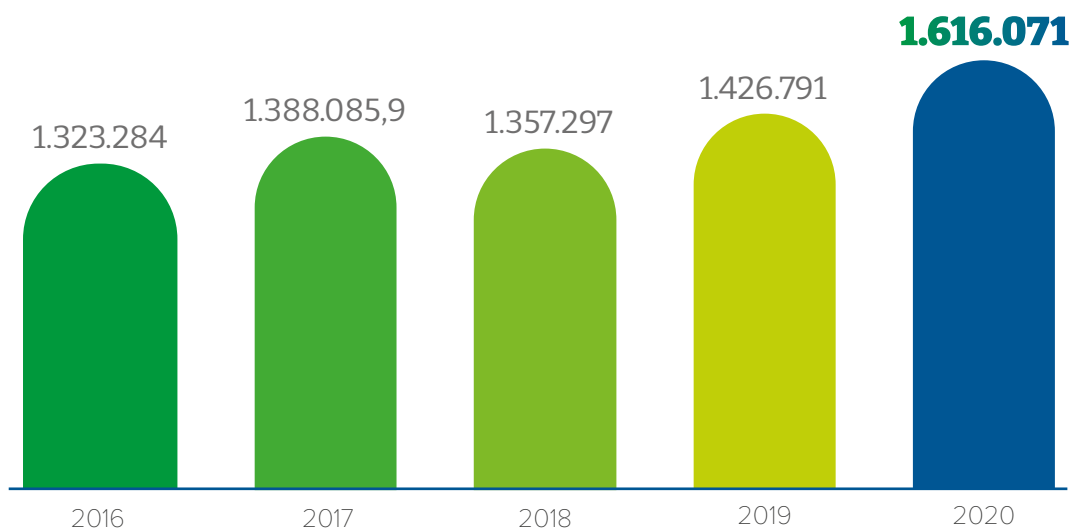


Fonte: Nielsen.

Multiusos*

(concentrados de limpeza)

Valor, em R\$ mil

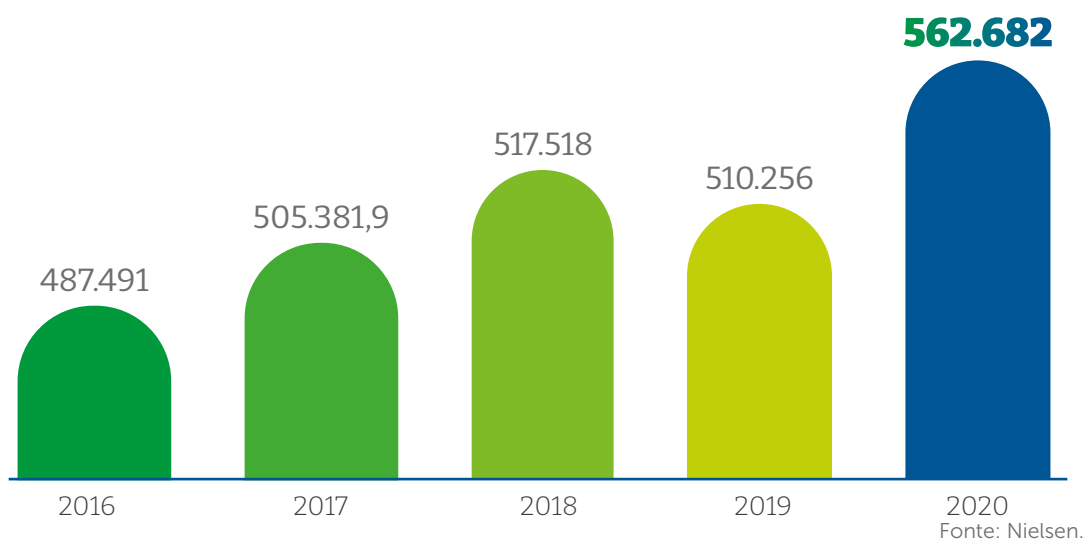


* Categorias com dados mensalizados a partir de 2016.

Fonte: Nielsen.

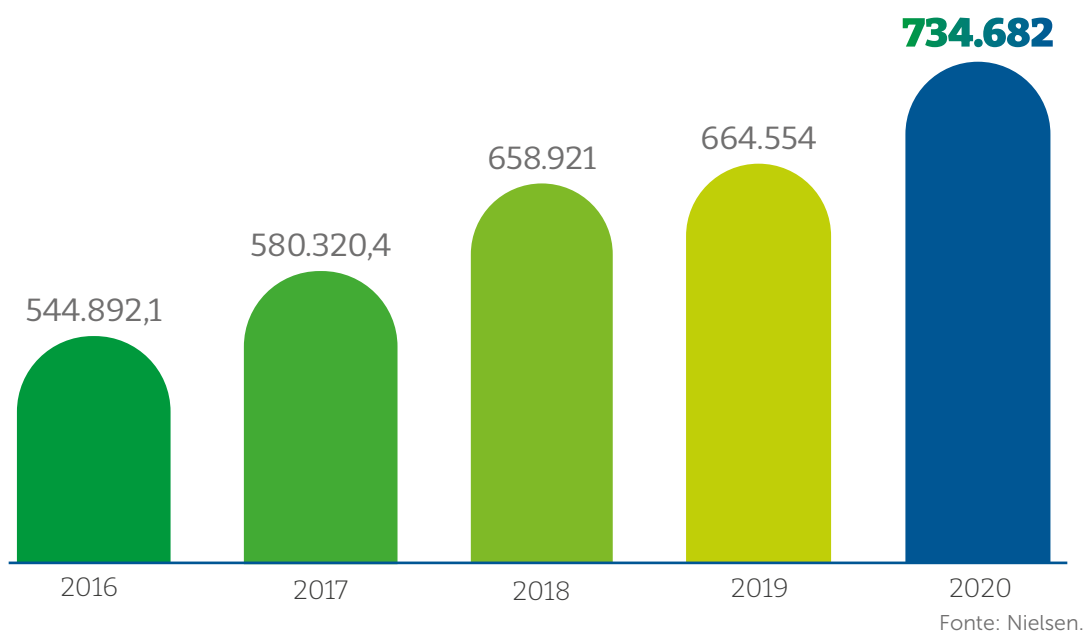
Esponjas sintéticas

Volume, em milhares de unidades



Esponjas sintéticas

Valor, em R\$ mil





PIRETRINA NATURAL

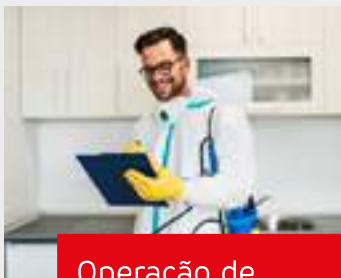
Inseticida de origem botânica para um mundo mais sustentável

As piretrinas naturais são ingredientes ativos provenientes da flor de uma espécie de crisântemo. Combinação eficiente da ação de choque, desalojante e mortalidade contra uma larga gama de insetos, com baixa toxicidade. São recomendadas para uso interno e externo em inseticidas domésticos, profissionais (tratamento em áreas sensíveis e não residuais) e para Saúde Pública no controle de mosquitos.

Soluções Sumitomo Chemical



Soluções Customizadas



Operação de Controle de Pragas



Saúde Pública



Pyrocide 100

RIPTIDE



Visite nosso website

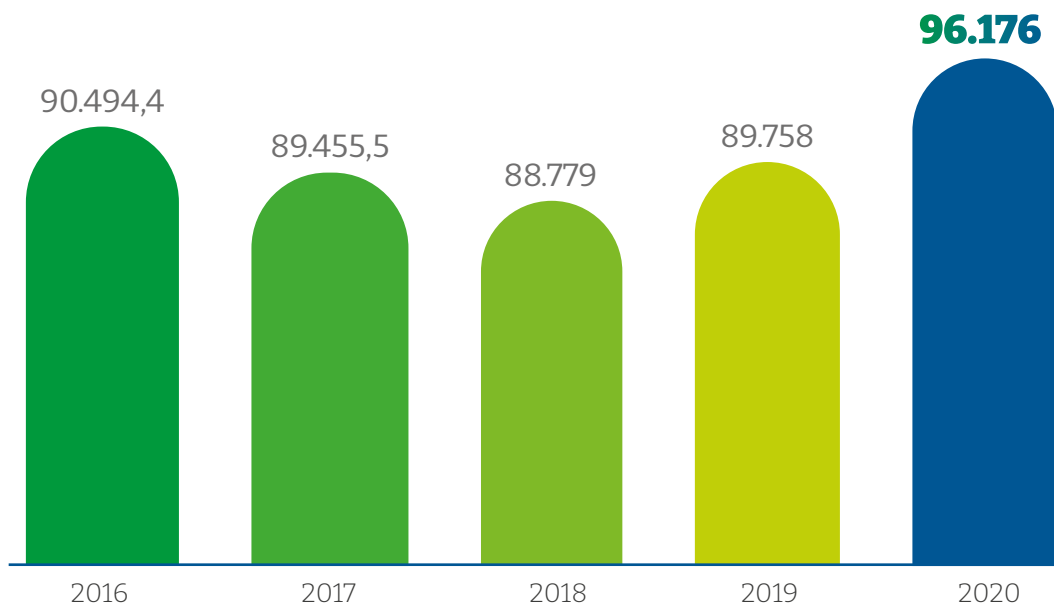


ENVIRONMENTAL HEALTH DIVISION

SUMITOMO CHEMICAL
Latin America

Inseticidas aerossóis

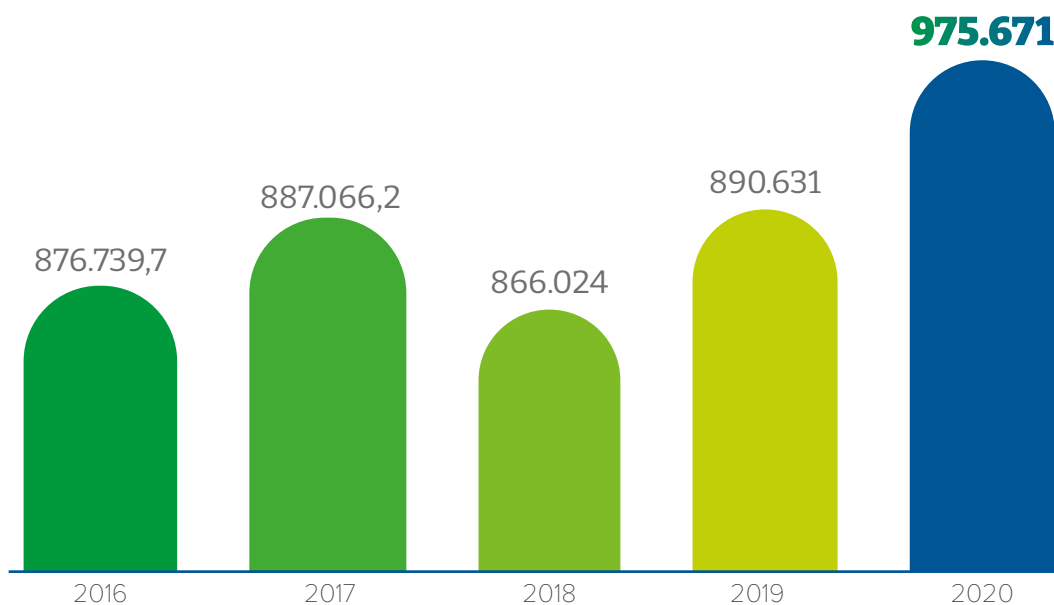
Volume, em milhares de unidades



Fonte: Nielsen.

Inseticidas aerossóis

Valor, em R\$ mil

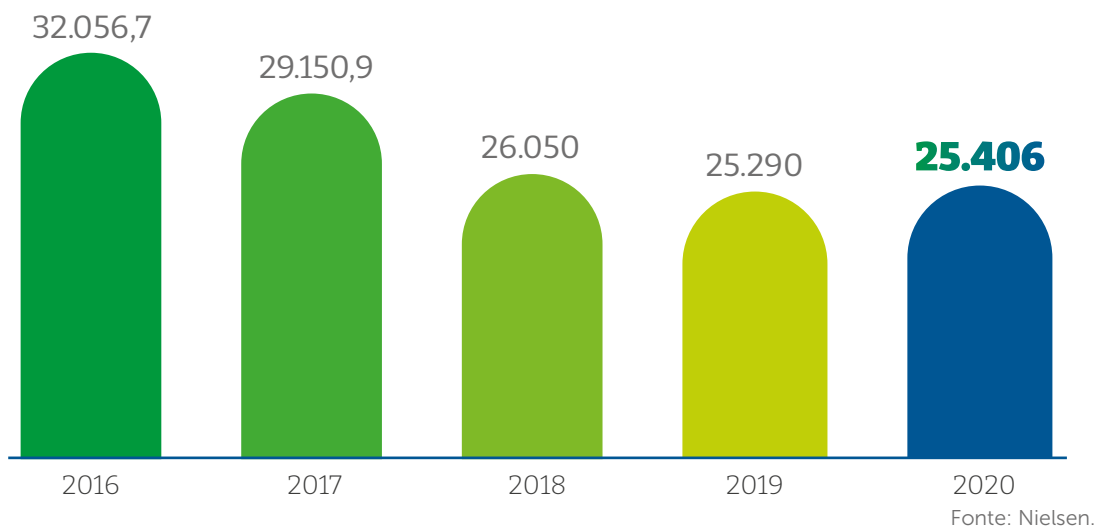


Fonte: Nielsen.



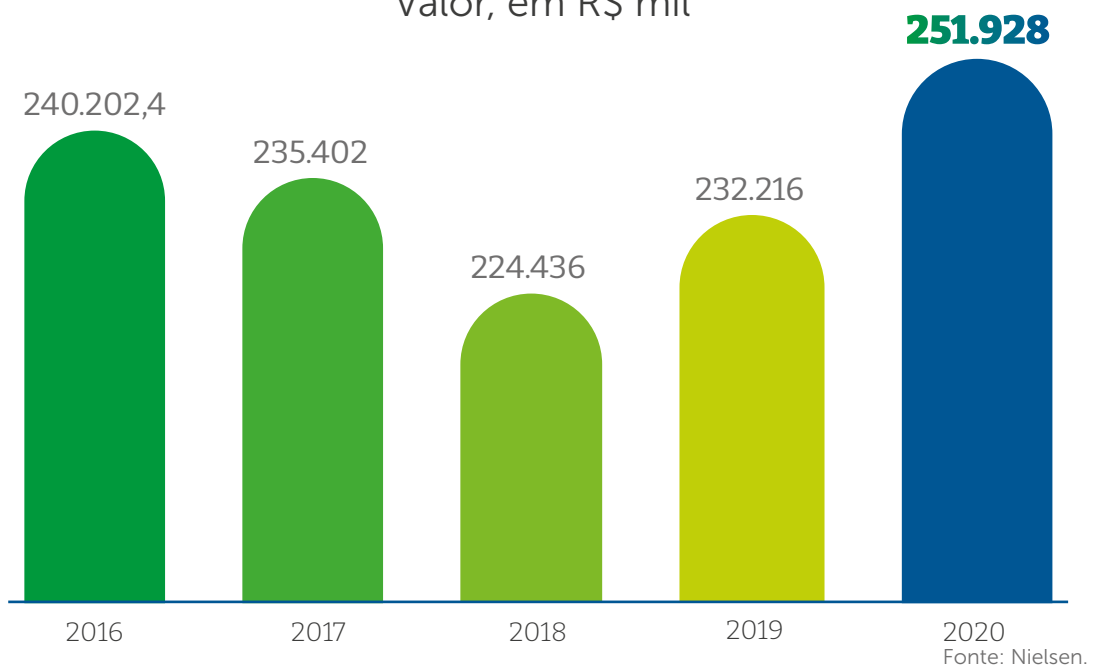
Inseticidas elétricos

Volume, em milhares de unidades



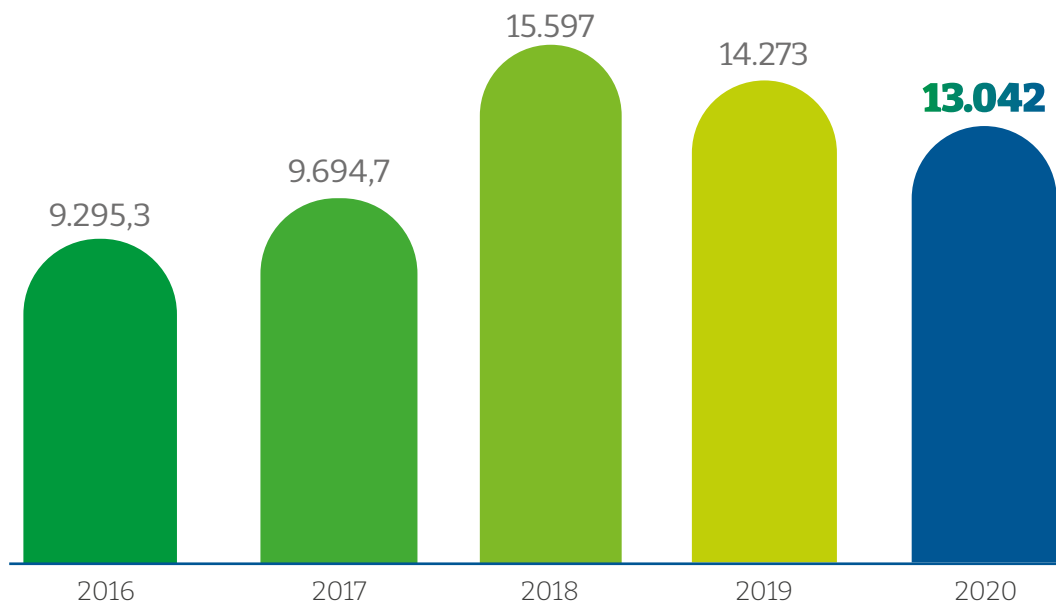
Inseticidas elétricos

Valor, em R\$ mil



Inseticidas armadilhas

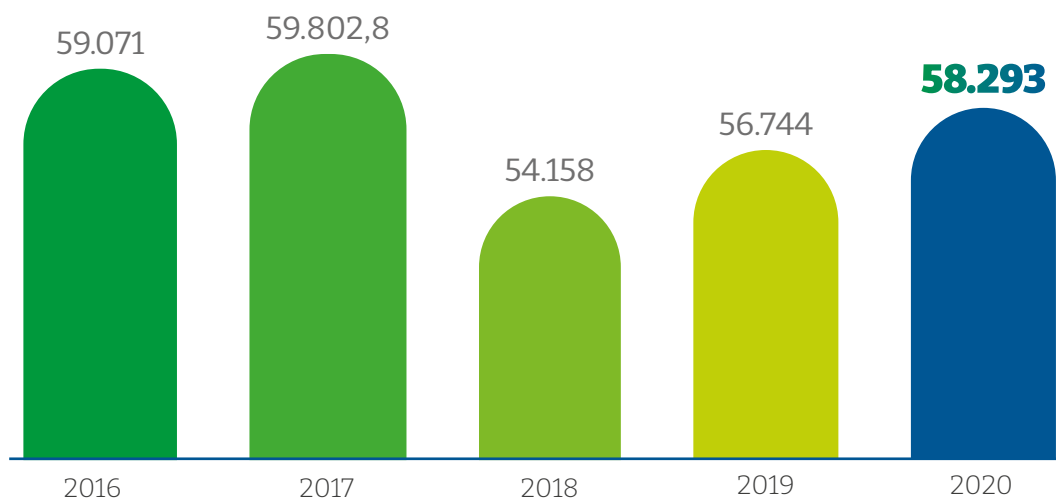
Volume, em milhares de unidades



Fonte: Nielsen.

Inseticidas armadilhas

Valor, em R\$ mil

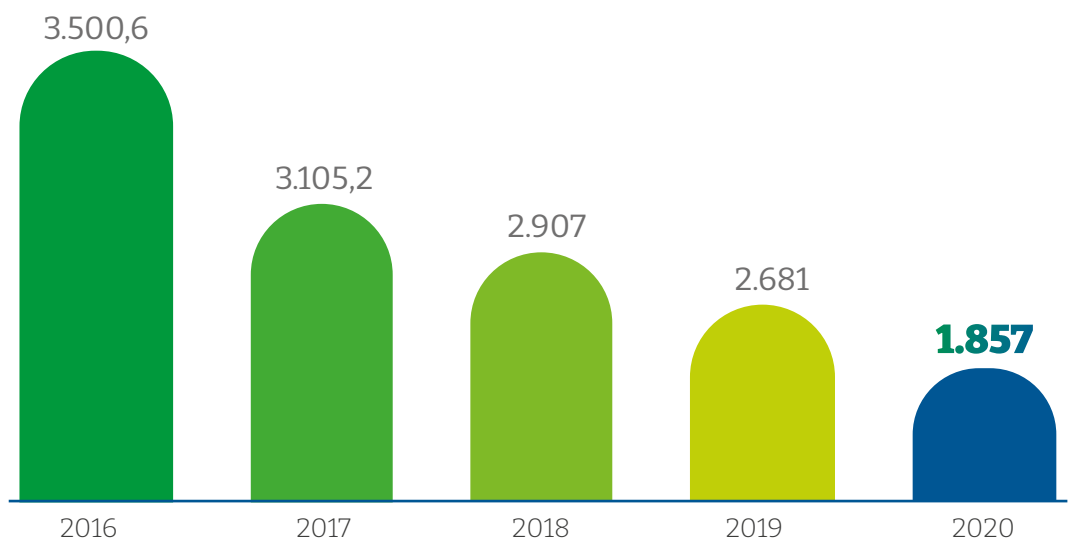


Fonte: Nielsen.



Inseticidas líquidos

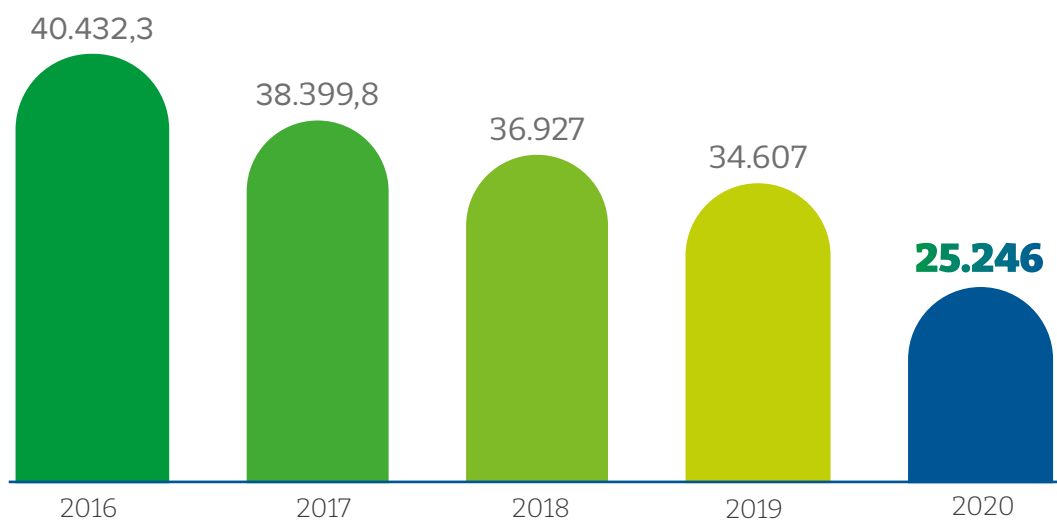
Volume, em milhares de unidades



Fonte: Nielsen.

Inseticidas líquidos

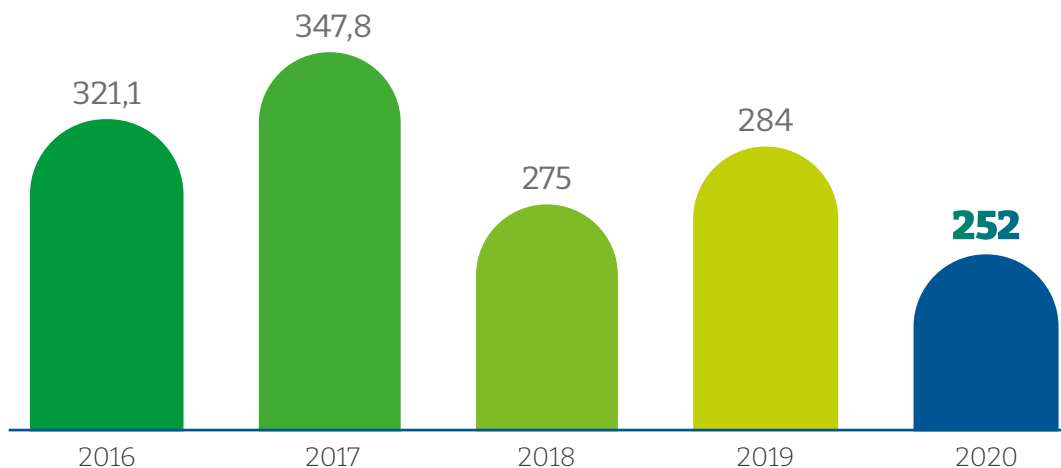
Valor, em R\$ mil



Fonte: Nielsen.

Inseticidas gás fumegante

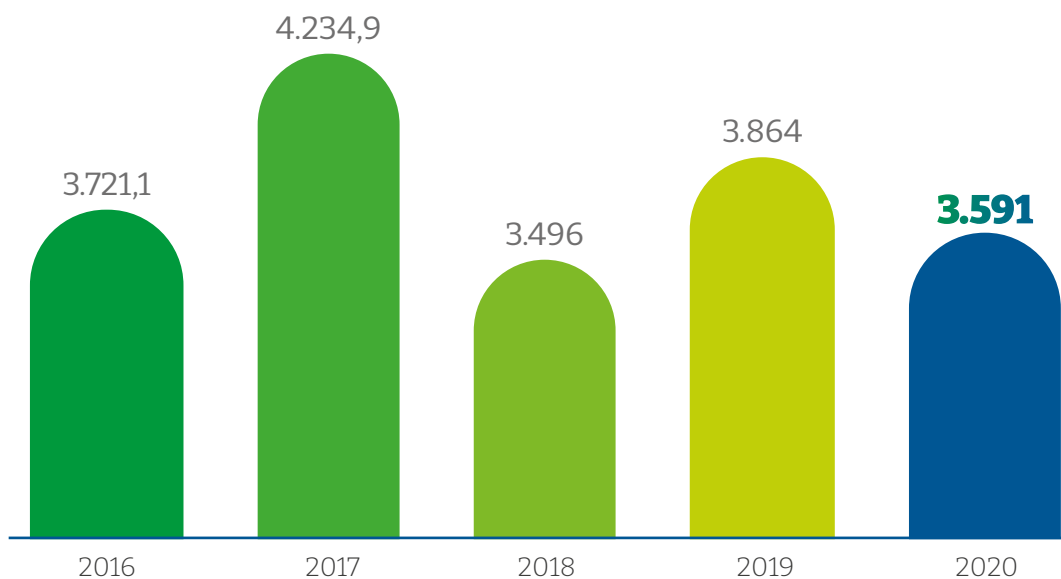
Volume, em milhares de unidades



Fonte: Nielsen.

Inseticidas gás fumegante

Valor, em R\$ mil

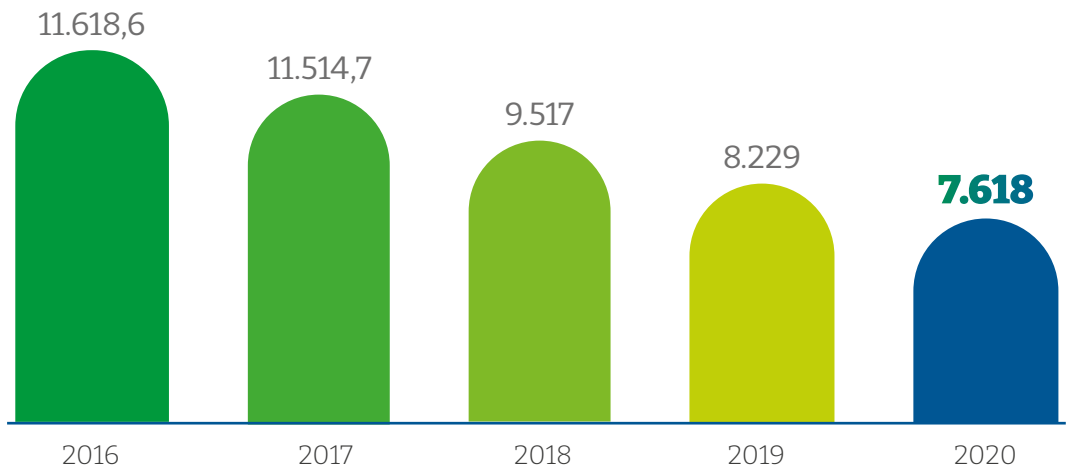


Fonte: Nielsen.



Inseticidas espiral

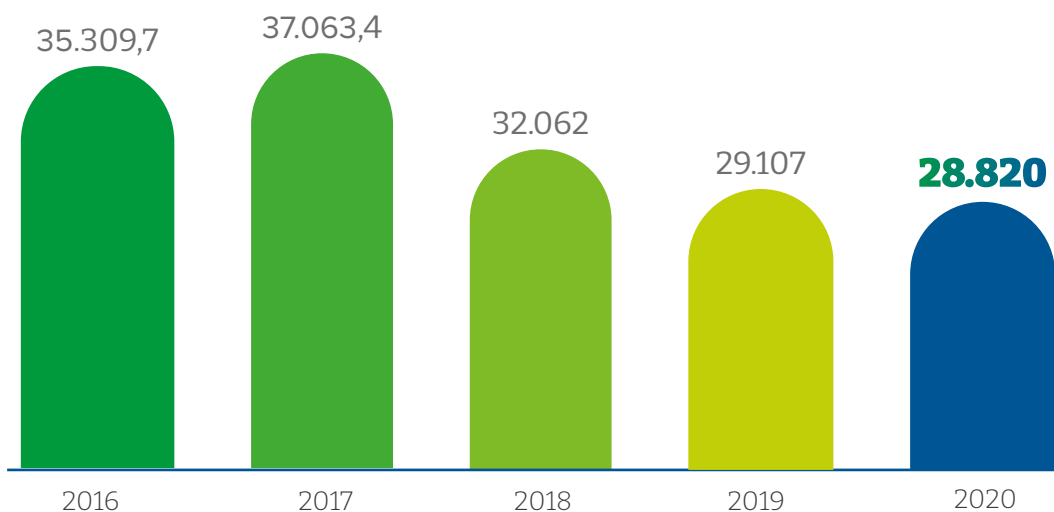
Volume, em milhares de unidades



Fonte: Nielsen.

Inseticidas espiral

Valor, em R\$ mil



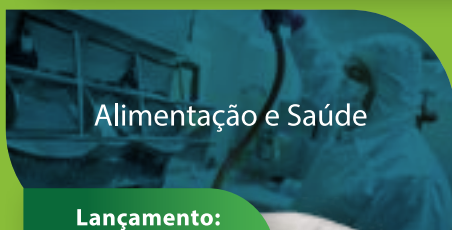
Fonte: Nielsen.



Inovação, eficiência e sustentabilidade máxima



Segmentos de atuação

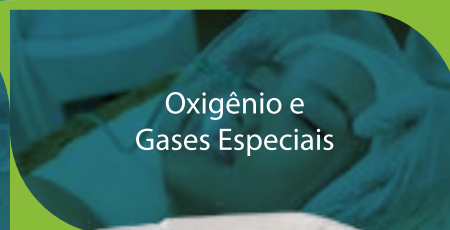


Alimentação e Saúde

Lançamento:
Desengordurante
Bactericida
Sustentável



Saneamento



Oxigênio e Gases Especiais



Óleo e Gás

Manutenção Industrial

Gráficas

Aviação

Naval

Ferrovias

Automotivo

Mineração

Predial

Energia

A Eco Renova utiliza tecnologia verde, com produtos de limpeza, saneantes e sanitizantes de alta biodegradabilidade, à base de água e matérias primas renováveis. E o mais importante: ausência total de toxicidade e insalubridade.

Com soluções inteligentes e de alta eficiência para as empresas e clientes, a Eco Renova inova e ajuda a tornar o mundo cada vez mais sustentável.

Conheça os produtos ideais para cada segmento de atuação, visite: www.ecorenova.com.br





empresas associadas à

ABIPLA



Empresas associadas à ABIPLA

Companhias nacionais e multinacionais de diferentes tamanhos

SEGMENTO DOMÉSTICO bens de consumo



INSTITUCIONAL profissionais



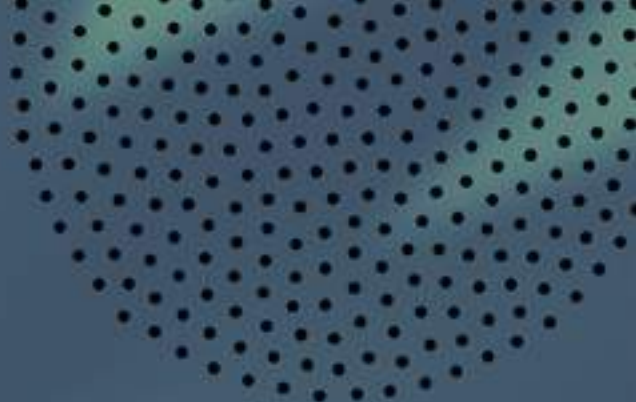
INSUMOS E MATÉRIAS-PRIMAS



SERVIÇOS ESPECIALIZADOS







fichas

TÉCNICAS





SAMUEL NORONHA

Diretor Executivo

Matriz São Paulo:
Rua André Rovai, 481
Centro – Osasco/SP
CEP: 06233-10

Filial Bahia:
Via Periférica II, 566 – CIA
Simões Filho/BA
CEP: 43780-000

(011) 2167-3200

ac@anhembi.ind.br

www.anhembi.ind.br
www.qboa.com.br
www.supercandida.com.br

HISTÓRICO

A história da Anhembi começou na década de 1940, quando as águas sanitárias Qboa® e Super Candida® eram produzidas por duas empresas distintas. Nos anos 1950, a fusão dessas empresas reuniu em uma indústria as marcas Qboa® e Super Candida®, que consolidaram suas posições no mercado nacional.

Toda qualidade e o investimento em nossos produtos buscam atender às necessidades dos consumidores, assim como o trabalho e a dedicação contribuem para o reconhecimento, a solidificação da liderança em vendas e mantêm nossas marcas como sinônimo de categoria em todo o Brasil.

MISSÃO

Desenvolver e oferecer ao mercado soluções de higiene e limpeza, especialmente à base de cloro e seus derivados, que contribuam para a saúde, o conforto e o bem-estar da sociedade, e atuar sempre com responsabilidade social.

PRODUTOS E SERVIÇOS

Água sanitária, alvejante com cloro perfumado, alvejante com cloro e detergente, tira manchas para roupas brancas, tira manchas para roupas coloridas, cloro gel, limpador sanitário, tira limo, limpeza pesada, multiuso, desengordurante, amaciantes, wiper – panos umedecidos.



HISTÓRICO

O grupo Raymundo da Fonte, é uma empresa brasileira fabricante de produtos de limpeza doméstica, higiene pessoal, condimentos e inseticidas desde 1946. Nascida do sonho de levar bem-estar e qualidade de vida para os lares de todos os brasileiros, hoje possui em seu portfólio marcas líderes em eficiência e resultados que atendem às mais diversas necessidades domésticas.

Atualmente, o grupo, que gera mais de 2.700 empregos diretos e mais de 500 profissionais de vendas, conta com cinco plantas industriais situadas em Pernambuco, Pará, Bahia, Ceará e Rio de Janeiro, responsável por atingir 95% dos pontos de venda no Norte e Nordeste. Dentre os mais de 300 produtos existentes no portfólio, a empresa detém, entre as líderes de mercado, as marcas Brilux, Even e Sonho. São aproximadamente 300 milhões de litros de água sanitária, 270 milhões de litros de sabonete e 45 milhões de litros de amaciante produzidos por ano. Sua indústria moderna conta com tecnologias de maquinários da França, Alemanha, Japão, Suíça e Itália. O grupo, que desenvolve um trabalho comprometido com a responsabilidade social e ambiental, investe continuamente em capacitação, projetos educacionais e na valorização dos colaboradores e comunidades.



HISBELLO DE ANDRADE LIMA

Diretor superintendente das Indústrias Reunidas Raymundo da Fonte

MISSÃO

Desenvolver, produzir e levar aos lares brasileiros produtos que contribuem para uma vida melhor, com decisões equilibradas, visando à satisfação de todas as partes envolvidas.

DESCRIÇÃO PRODUTOS

Industrialização de produtos de higiene pessoal, limpeza doméstica, condimentos e inseticidas.

Rodovia PE 15 - km 14
Torres Galvão - Paulista/PE
CEP: 53417-690

(81) 3437-8200

www.raymundodafonte.com.br



PAULO SCHIMITT
Diretor

HISTÓRICO

A Eco Renova desenvolve e fabrica produtos de limpeza saneantes e sanitizantes à base de água e matérias primas renováveis. Com tecnologia sustentável, sem solventes, sem organoclorados, e totalmente isentos de agentes tóxicos e de agentes inflamáveis.

É pioneira no Brasil em produtos de limpeza diferenciados pela combinação de:

- Ausência total de insalubridade e agressão às pessoas, superfícies e meio ambiente.
- Altíssima biodegradabilidade: níveis de 94% a 100%.
- Limpeza iônica e instantânea.

Com os produtos da Eco Renova a limpeza é total e mais ágil com redução de etapas e também da frequência de limpezas, proporcionando mais eficiência operacional e produtividade, com redução de custos aos usuários.

MISSÃO

Desenvolver e fabricar produtos sustentáveis com inovação, que limpam com produtividade e segurança. Produtos que dão os melhores resultados com agilidade, respeito e proteção às pessoas e ao meio ambiente.

VISÃO

Ser referência de sustentabilidade, segurança, eficácia, bem-estar e modernidade. Ajudando a tornar o mundo mais limpo, seguro e saudável com produtos de limpeza sustentáveis.

VALORES

Equilíbrio, Respeito, Segurança, Saúde, Consistência, Integridade.

PRODUTOS DA LINHA PROFISSIONAL POR SEGMENTO:

Óleo & Gás, Oxigênio e Gases Especiais, Manutenção Industrial, Alimentação e Saúde, Aviação, Naval, Ferrovias, Automotivo, Saneamento, Predial, Energia, Gráficas, Mineração

LINHA DOMÉSTICA:

Tao, Acqua Cleaner

(11) 4705-1423

www.ecorenova.com.br



HISTÓRICO

A Evonik é uma das líderes mundiais em especialidades químicas. A empresa atua em mais de 100 países em todo o mundo e gerou vendas de 12,2 bilhões de euros e um lucro operacional (EBITDA ajustado) de 1,9 bilhão de euros em 2020. A Evonik vai muito além da química para criar soluções inovadoras, rentáveis e sustentáveis para os clientes. Mais de 33.000 colaboradores trabalham juntos com um propósito em comum: queremos melhorar a vida das pessoas, todos os dias.

MISSÃO

A estratégia da Evonik está alinhada com o crescimento rentável e criação de valor sustentável. Para o mercado de *home care*, a Evonik busca liderar além da química, desenvolvendo inovações que ofereçam melhor performance e maior segurança para os clientes, com os menores impactos ao meio ambiente.

PRODUTOS E SERVIÇOS

A linha de negócios *home care* da Evonik é líder global na produção e fornecimento de matérias-primas de alta qualidade para limpeza de tecidos e superfícies, agentes de acabamento e especialidades, atendendo o mercado doméstico, industrial e institucional. O portfólio compreende uma ampla gama de álcoois alcoilados, eteraminas, produtos biodegradáveis e especialidades à base de silicões organomodificados.



ELIAS LACERDA

Diretor Presidente para a Região América Central e do Sul.



SERGIO CALDAS
Presidente

HISTÓRICO

O cuidado é a nossa essência

A Flora está presente no dia a dia de milhões de brasileiros. por meio de suas 12 marcas comerciais - Minuano, Francis, Neutrox, Albany, OX Cosméticos, Brisa, Assim, Phytoderm, Kolene, Karina, No Inset e Mat Inset. Originalmente uma divisão de Higiene e Limpeza da empresa JBS, em 2007 a Flora tornou-se uma companhia independente dentro do Grupo J&F, *holding* que também controla a JBS. Em 2020, ao completar 40 anos, a Flora ultrapassou, pela primeira vez, a marca de 1.900 colaboradores e registrou faturamento de 1,6 bilhão de reais.

Indústria nacional de bens de consumo. com atuação nos setores de cosméticos, higiene pessoal e limpeza doméstica, a Flora conhece profundamente os hábitos de consumo dos brasileiros e desenvolve produtos de qualidade e personalizados para atender às suas necessidades. Atualmente, a companhia possui um portfólio com mais de 300 produtos. Só em 2020, foram lançados 75 novos produtos, voltados para o cuidado pessoal, da casa e das roupas. A Flora comercializa seus produtos para varejistas e atacadistas em todo o país. No canal on-line, seus produtos podem ser encontrados em *marketplaces*, aplicativos de entrega e em seu *e-commerce* próprio, o Compra Flora.

A companhia conta com um laboratório próprio de Pesquisa e Desenvolvimento (P&D) em São Bernardo do Campo (SP) e uma das maiores plataformas industriais nacionais do setor, com fábricas em Luziânia (GO) e Itajaí (SC), além de quatro Centros de Distribuição, localizados em Luziânia (GO), Itajaí (SC), Itapeva (MG) e São Paulo (SP).

MISSÃO

Sermos os melhores naquilo que nos propusermos a fazer, com foco absoluto em nossas atividades, garantindo os melhores produtos e serviços aos clientes, solidez aos fornecedores, rentabilidade aos acionistas e a oportunidade de um futuro melhor a todos os nossos colaboradores.

PRODUTOS E SERVIÇOS

Indústria de bens de consumo.

Produtos para cuidados pessoais, com a casa e as roupas.

R. Porto União, 295
Brooklin, São Paulo - SP

(11) 3623-1000

<http://flora.com.br>

Facebook: /floracosmeticoslimpeza

Instagram: @floracosmeticoslimpeza

LinkedIn: Flora Cosméticos e Limpeza



HISTÓRICO

A Lonza é uma líder global no desenvolvimento de biocidas, preservantes, ativos e formulações desinfetantes. Com ampla expertise microbiológica e analítica, sólido suporte regulatório, para atender ao mercado de domissanitários.

Preservantes

Oferecemos amplo portfólio de ativos preservantes: tradicionais e combinações com excelente desempenho.

Nossas marcas PROXEL®, TRIADINE® e DANTOGARD® são compostas de diferentes ativos para preservação: desde o tradicional CMIT / MIT até DMDMH.

Ativos desinfetantes

Temos ativos para os diversos tipos de desinfecção: Hospitalar, I&I, Animal, Indústrias Alimentícias, *Household*.

Nossas marcas BARQUAT®, BARDAC®, CARBOQUAT™ são quaternários de amônio de diferentes gerações, com excelente performance e custo.

LONZABACT™ 12 é uma amina terciária que apresenta benefícios de desinfecção adicionados à baixa corrosividade.

VANTOCIL® são produtos à base de PHMB e/ou PHMB + quats, que apresentam excelente performance e amplo espectro de ação.

Também possuímos soluções em *wipes* desinfetantes para mercado profissional e *home care*.

MISSÃO

A World in Change, Protected

DESCRIÇÃO PRODUTOS

Diversidade em formulações
Expertise Microbiológico/Analítico
Suporte Regulatório

Lonza

MAURA SCHAEFER

MCS South America

Av. Brasília, 1500
Salto - SP - 13327-901 - Brasil

(11) 4028-8000

www.lonza.com



Manuchar

HISTÓRICO

Mundialmente reconhecida como líder em distribuição, logística e *trading* de produtos químicos em mercados emergentes, a Manuchar oferece serviços completos e customizados com elevado padrão de qualidade e eficiência.

Nossa sede fica em Antuérpia, Bélgica. Atuamos em 140 localidades e temos mais de 2.000 funcionários próprios e infraestrutura local em 35 países, localizados principalmente nos mercados emergentes.

Com 130 anos de experiência em serviços logísticos, atuamos nos segmentos de produtos químicos, fertilizantes, polímeros, aços, entre outros.

Atendemos o país inteiro com seis escritórios comerciais, nas cidades de Recife (2), Rio de Janeiro (matriz), São Paulo, Curitiba e Blumenau, contando com 54.500 m² de espaço de armazenagem entre Recife-PE, Salvador-BA, São Gonçalo-RJ, Cubatão-SP e Imbituba-SC.

Temos a experiência e os recursos necessários para garantir a entrega e a distribuição em todo o país. Mantemos estoques para pronta entrega, estando assim aptos a atender nossos clientes com a rapidez, eficiência e pontualidade necessárias em qualquer lugar do Brasil.

MISSÃO

Ser a solução na cadeia de fornecimento de produtos químicos, aliando o melhor custo x benefício à qualidade e garantia no fornecimento.

PRODUTOS E SERVIÇOS

Distribuição, logística e *trading* de produtos químicos.

RENATA AGUALUZA

CEO Brasil

PEDRO NELSON

VP de Operações

MARIO MENDONÇA

Diretor Comercial

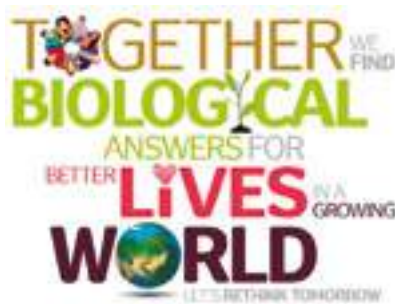
ANA PINHO

Diretora de Gente e Gestão

Rio de Janeiro – RJ

(21) 2106-1400

www.manuchar.com.br



HISTÓRICO

A Novozymes é líder mundial em soluções biológicas.

Junto com clientes, parceiros e a comunidade global, nós melhoramos o desempenho industrial, enquanto preservamos os recursos do planeta e ajudamos a construir vidas melhores. Sendo o maior fornecedor mundial de tecnologias enzimáticas, nossa bioinovação permite lavar roupas com baixa temperatura, maior produtividade agrícola, produção com eficiência energética, combustível renovável e muitos outros benefícios, com os quais nós contamos hoje e no futuro.

Nós chamamos isso de **Repensar o Amanhã**.

MISSÃO

Together we find biological answers for better lives in a growing world. Lets rethink tomorrow.

PRODUTOS E SERVIÇOS

A Novozymes produz enzimas e micro-organismos para atender às demandas das indústrias de *household*, biocombustíveis, alimentos & bebidas, agricultura, alimentação animal, entre outras.



WILLIAM YASSUMES YASSUMOTO

AIB Director & LA Regional President



JAN KRUEDER
CEO

HISTÓRICO

Fundada em 1941 pelo sr. Frederico Krueder, a Química Anastácio iniciou suas atividades em São Paulo, na Vila Anastácio, com a produção de glicerina de origem animal. No ano de 1950, ingressou no mercado de distribuição de produtos químicos, firmando parcerias nacionais e internacionais com empresas líderes de mercado.

A Química Anastácio é uma das maiores distribuidoras de produtos químicos da América Latina. Neste ano de 2021, completando 80 anos de mercado, oferece uma linha completa de produtos para os segmentos: Beleza & Saúde, Nutrição Animal, Esportiva e Humana e Processos Industriais e continua aumentando seu portfólio, para cada vez mais atender aos seus clientes.

MISSÃO

Agregar valor aos nossos clientes, colaboradores, acionistas, fornecedores, comunidade e meio ambiente, promovendo a comercialização, produção e distribuição de produtos e serviços de forma eficiente, ágil, customizada e flexível.

PRODUTOS E SERVIÇOS

Distribuição de produtos químicos.



HISTÓRICO

A Unilever é uma das líderes mundiais em produtos de Beleza & Cuidados Pessoais, Cuidados com a Casa e Alimentos, com produtos vendidos em mais de 190 países para 2,5 bilhões de consumidores por dia. A companhia tem 149 mil funcionários e alcançou € 50,7 bilhões em vendas no ano de 2020. Mais da metade de seus negócios está em mercados emergentes e em desenvolvimento. As mais de 400 marcas da Unilever, dentre as quais estão Dove, Knorr, OMO, Rexona, Hellmann's, Kibon, Lux, Magnum e Axe, e mais recentes como Love Beauty & Planet, Sétima Geração e The Vegetarian Butcher, são encontradas no mundo todo. No Brasil, a Unilever está há 92 anos.

Nossa visão é ser líder global em negócios sustentáveis e demonstrar como um modelo de negócio guiado por propósitos e pronto para o futuro consegue resultados melhores. Somos uma empresa historicamente progressista e responsável. Desde a época em que nosso fundador, William Lever, há mais de 100 anos, lançou a primeira marca com propósito do mundo, a Sunlight Soap, esse é o modo com que fazemos negócio.

O "Unilever Compass" – nossa estratégia de negócio – foi criado para ajudar a companhia a entregar uma performance superior, impulsionar um crescimento responsável e sustentável, enquanto:

- melhora a saúde do planeta;
- melhora a saúde, a confiança e o bem-estar das pessoas; e
- contribui para um mundo mais justo e socialmente inclusivo.

Embora ainda haja muito mais a fazer, a Unilever se orgulha do reconhecimento, em 2020, como líder do setor no Índice Dow Jones de Sustentabilidade e como empresa com melhor classificação na pesquisa GlobeScan 2020/Líderes de Sustentabilidade, pelo décimo ano consecutivo.



GERARDO ROZANSKI

Presidente

EDUARDO CAMPANELLA

Marketing (Cuidado do lar)

FEDERICO PRICOLO

Marketing (Beleza e Cuidado Pessoal)

JOÃO FRANCISCO RIBEIRO

Supply Chain

JORGE SENDEROS

Sorvetes

LUCIANA PAGANATO

Recursos Humanos

LUCIANO WISZNIEWSKI

Financeiro

MARCELO COSTA

Operações de Clientes

RICARDO ZUCCOLLO

Desenvolvimento de Clientes

SUELMA ROSA

Assuntos Corporativos e Sustentabilidade

THAIS HAGGE

Marketing (Alimentos)

VANESSA VILAR

Jurídico



WALDIR BEIRA JÚNIOR
Presidente Executivo

www.ype.ind.br

HISTÓRICO

Marca líder em importantes categorias no segmento de limpeza do Brasil, a Ypê possui uma linha completa de produtos para auxiliar nos cuidados com a roupa, a casa e o corpo. Com matriz localizada em Amparo, interior de São Paulo, conta com mais quatro unidades fabris: Salto (SP), Simões Filho (BA), Anápolis (GO) e Goiânia (GO). Fundada em 1950, a Ypê é uma empresa 100% brasileira, com aproximadamente 6.500 funcionários, exporta para mais de 20 países da América Latina, Ásia, África e Oriente Médio e ainda detém as marcas Atol, Assolan, Tixan e Perfex.

MISSÃO

Contribuir para a saúde, o bem-estar e a qualidade de vida das pessoas, com produtos de alto desempenho, práticos, sustentáveis e acessíveis. Garantir qualidade em tudo o que fazemos.

PRODUTOS E SERVIÇOS

Produtos: Indústria do segmento de higiene e limpeza



Gerente geral
Marelza Ribeiro

Diretor
Carlos Alberto Martins

Administrativo/Financeiro
Kelly Miranda e Tania Amaral

Gerente de novos negócios
Cassia Candini

Diretora de produção
Luana Franco

Coordenador de produção
Felipe Yuri

Direção de arte
Victor Melo

Diagramação
Gabrielle Rocha
Maurício Marcelo

Revisão
Aíleen Monteiro
Mariana Nicolai
Talytha Duarte

Banco de imagens
Shutterstock

© 2021 Planmark Editora EIRELI
www.grupoplanmark.com.br - Todos os direitos reservados e protegidos pela lei 9.610 de 19/02/1998. Nenhuma parte desta publicação poderá ser reproduzida sem autorização prévia, por escrito, da Planmark Editora EIRELI, sejam quais forem os meios empregados: eletrônicos, mecânicos, fotográficos, gravação ou quaisquer outros ficando os infratores sujeitos às penas da lei.
OS 10799 - ago21.

FALE COM A GENTE

ATENDIMENTO AO LEITOR

Envie suas perguntas, críticas e sugestões para a redação: Grupo Planmark - Rua Dona Brígida, 754, CEP 04111-081, Vila Mariana, São Paulo, SP
E-mail: cientifico@grupoplanmark.com.br

É BOM. É DO BEM. É YPÊ.

É impossível contar a história da Ypê sem falar do compromisso com a natureza e com o mundo.

Com 70 anos fazendo a diferença, seguimos com o olhar voltado para o futuro e reforçamos nosso comprometimento com o cuidado e a responsabilidade sócio-ambiental, valores que cultivamos desde nossa fundação.





ABIPLA  **45**
Associação Brasileira das Indústrias de Produtos de
Higiene, Limpeza e Saneantes de Uso Doméstico e
de Uso Profissional **ANOS**