ABIPLA

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

Anuário

15ª Edição | **2020**

planmark

SOMOS UMA FAMÍLIA COMPLETA PARA **CUIDAR** DA SUA

1º DO BRASIL COM EFICÁCIA **100%** COMPROVADA CONTRA O VÍRUS DA **COVID-19***

*O 1º PRODUTO DESINFETANTE DO BRASIL A TER EFICÁCIA COMPROVADA CONTRA O VÍRUS SARS-COV-2 E APROVADO PELA ANVISA.

ABIPLA

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

Anuário 2020

planmark

15ª edição
São Paulo
2020

JUNTOS

PELA VIDA.

Como fabricante de produtos de higiene e limpeza, a Ypê está ciente da sua responsabilidade e vem direcionando esforços e recursos para colaborar com o país nesse momento delicado. Afinal, quando vidas estão em jogo, toda ajuda conta.

Doação de equipamentos hospitalares com respiradores para entidades de saúde no valor de R$ **510 MIL**

Doação de **1,5 MILHÃO** de frascos de álcool em gel para entidades de saúde

---

Produção e doação de **1,5 MILHÃO** de embalagens de álcool líquido.

Distribuição gratuita de mais de **120 TONELADAS** de sabão em barra para comunidades carentes de São Paulo, Rio de Janeiro, e também para caminhoneiros em todo o país.

Ypê

PREFÁCIO

Parcerias são essenciais para o enfrentamento dos novos desafios

O papel da ABIPLA junto à sociedade nunca se fez tão presente como agora

Juliana Durazzo Marra
Presidente da ABIPLA

Tenho trabalhado no setor de limpeza e higiene há 17 anos e é uma grande honra ser a primeira mulher a presidir a ABIPLA, entidade na qual também estagiei. Os desafios têm sido difíceis, dado o contexto econômico de baixo desenvolvimento, mas nosso setor segue cautelosamente otimista, desenvolvendo ações para aumento da produtividade, incremento da inovação e incentivo da economia circular do fornecedor às embalagens.

No dia em que tomei posse como presidente da ABIPLA (19 de março de 2020) iniciamos a política de isolamento, para proteger os associados e funcionários de uma possível contaminação da covid-19. E temos nos adaptado desde então, sempre vislumbrando a estabilidade da pandemia e o retorno às atividades com alguma normalidade. Na última semana de março, realizamos uma moção de aplauso, com diversas entidades correlacionadas ao nosso setor, para os profissionais que atuaram para que não houvesse desabastecimento dos produtos de limpeza.

Neste período da pandemia, dado o decreto de calamidade pública, os três níveis da Federação (federal, estadual e municipal) podem impactar nossa indústria legislando, muitas vezes sem consultar os agentes econômicos, e gerando instabilidade, daí a necessidade de a ABIPLA atuar de forma inequívoca e transparente para comunicar os agentes públicos, formadores de opinião e imprensa – envidarei todos os esforços para que esta gestão se mantenha nesta conduta. Uma das fontes de informação e atuação em suporte à indústria é a Confederação Nacional da Indústria (CNI), e aproveito aqui para congratulá-la pelos trabalhos.

Especificamente no campo técnico, devo dizer de pronto que a Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa) tem realizado um

excelente trabalho e que o diálogo com a ABIPLA prospera com o intuito de estabelecer legislações que sejam capazes de oferecer segurança ao consumidor e soluções viáveis para as empresas.

Nas conversas que tenho tido enfatizo sempre que nunca houve momento mais propício para evidenciar como o nosso setor de limpeza doméstica e profissional é essencial para a saúde da população. Somos o assunto do momento. A limpeza, que sempre fez parte da vida dos brasileiros, ocupa agora outro patamar na priorização das ações e na relação com as pessoas. Ter os ambientes limpos é absolutamente fundamental para a manutenção da saúde e o funcionamento de qualquer atividade econômica.

Os novos hábitos de higiene estão sendo assimilados pelos brasileiros cada vez mais, o que endereça nossa indústria, não apenas pelo uso doméstico, mas também pelo uso profissional (hotéis, *food service*, indústrias, serviços, hospitais, entre outros). Em relação a este tema, dirigimos esforços junto à Anvisa e ao Conselho Federal de Química (CFQ) para comunicar a sociedade brasileira sobre o uso correto dos produtos de limpeza em superfícies. Reitero que produtos de limpeza e saneantes são para objetos, e nunca para pessoas!

Da perspectiva fabril, realizamos inúmeras discussões sobre a adoção dos protocolos sanitários necessários para garantir a segurança dos colaboradores, com o intuito de contemplar toda a cadeia de saneantes: da matéria-prima até as gôndolas de supermercados, no caso dos produtos domésticos; ou da matéria-prima até os estabelecimentos que utilizam nossos produtos profissionais (hospitais, indústrias, estabelecimentos comerciais, entre outros).

Estamos atentos às mudanças e colaborando com os governos, de modo a minimizar os impactos socioeconômicos. Durante esse período, já foram doados cerca de R$ 10 milhões em produtos de higiene, limpeza e alimentos; mais de mil toneladas de sabões, desinfetantes, limpadores multiuso e álcool glicerinado e mais de 500 mil litros de saneantes (água sanitária e desinfetantes) para diversas comunidades e entidades assistenciais de todo o país, além de ações diretas com governos municipais e estaduais.

Diante de tudo isto, agradeço à querida equipe da ABIPLA, liderada pelo Paulo Engler; à diretoria, pela cooperação em inúmeras reuniões virtuais; ao Sindicato das Indústrias de Produtos de Limpeza (SIPLA); às entidades parceiras: 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), Sindicato Nacional das Indústrias de Produtos de Limpeza (Nacional em SIPLA), 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 (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, quero agradecer a cada brasileiro que, diante da dificuldade, ainda encontra forças para ser solidário.

As surpresas da vida

2020

um ano marcado
pela transformação

Paulo Carvalho Engler Pinto Jr.
Diretor executivo da ABIPLA

O ano de 2020 foi aguardado com muita ansiedade por todos. Havia uma forte expectativa de que seria o início consistente de um período de retomada do crescimento econômico nacional, do reencontro com os investimentos sustentáveis e permanentes, do caminho para o pleno emprego, enfim, os sinais de 2019 eram bons e o porvir melhor ainda.

Porém, a pandemia de coronavírus chacoalhou o mundo, em todos os sentidos. Para os brasileiros, trouxe a constatação de que a infraestrutura do Sistema Único de Saúde é insuficiente e não atende a toda a população, o grave e secular problema da má distribuição de renda ficou escancarado a olhos vistos e, o mais importante, a necessidade de manter uma rígida disciplina de higiene pessoal e de limpeza dos ambientes.

No início do mês de março, quando houve a ocorrência do primeiro óbito, as autoridades públicas começaram a agir para combater o alastramento da infecção, tomando medidas de restrição de locomoção das pessoas, fechamento de parte do comércio, indústria e serviços e, em alguns locais, até a decretação de *lockdown*.

Desde o primeiro momento, após a decretação do estado de calamidade pública, o setor de produtos de limpeza foi considerado como essencial e as fábricas puderam manter suas atividades em pleno funcionamento. Não identificamos dificuldades intransponíveis na aquisição de matérias-primas, embalagens, insumos em geral e no escoamento da produção. No aspecto sindical, encontramos um ambiente de parceria, parcimônia e razoabilidade, que culminou em negociações coletivas céleres e assertivas com os sindicatos dos empregados.

Sob o aspecto regulatório, a Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa) passou a dar prioridade aos processos que envolviam produtos para desinfecção e no combate ao coronavírus, mantendo um diálogo constante com a ABIPLA; posso assegurar que avançamos muito neste período.

O marco legal do saneamento básico no Congresso Nacional, o que, na nossa visão, é uma medida de saúde pública de grande importância e histórica. O Brasil começa a corrigir uma das suas maiores distorções sociais, que é o acesso da população à água tratada e saneamento. As medidas trabalhistas, as linhas emergenciais de crédito para pagamento de folha salarial e fluxo de caixa para as pequenas e médias empresas, a eliminação de entraves burocráticos para facilitar o cotidiano das pessoas físicas e jurídicas fizeram com que o Brasil evoluísse no período mais difícil da sua história republicana.

Fiquei orgulhoso e comovido com as ações voluntárias dos nossos associados no auxílio à população vulnerável. Além da generosidade em doar e entregar seus produtos de limpeza, a preocupação com a eficácia e a qualidade da higienização demonstra a nossa inequívoca vocação para a saúde pública.

Mudanças importantes para todos, aprendizados permanentes, evoluções vertiginosas num pequeno espaço de tempo; o que poderia ter sido um período de desastre na verdade se converteu em um momento de transformação.

**Um dia de cada vez,
que é pra não perder as
boas surpresas da vida**

Clarice Lispector

uso doméstico

O novo normal da limpeza doméstica

Produtos para desinfecção e higienização vêm sendo cada vez mais procurados

Renato Borducchi
Vice-presidente de uso doméstico da ABIPLA

Quem diria que em meio a uma pandemia quase sem precedentes na história da humanidade, como a que vivemos neste ano por conta da covid-19, seríamos testemunhas de um momento único: um "novo normal" surgindo em todas as esferas da vida pessoal e de todos os setores econômicos, tendo os nossos produtos como protagonistas na luta pela sobrevivência e na vitória contra o vírus.

O mesmo vilão silencioso que, por um lado, trouxe caos em muitos lares, colapso nos sistemas de saúde e econômicos do mundo todo, possibilitou que nós, da indústria de limpeza, higiene e saneantes, fôssemos colocados em um novo patamar, seguindo essa analogia do bem e o mal, a um papel fundamental como heróis. Sim, não é exagero dizer o quão tem sido vital o uso de produtos tão básicos e que estão ao alcance de todos, como água e sabão. Se antes eram itens de primeira necessidade, hoje são considerados simplesmente vitais.

Nas casas, para manter as portas fechadas a esse mal – além dos cuidados pessoais, como o uso de máscaras e distanciamento social –, a recomendação dos agentes sanitários é que se tenha um ambiente limpo. E as pessoas se deram conta disso!

Em decorrência do alto risco de contágio, palavras como desinfecção e higienização e, consequentemente, os produtos utilizados para tal, têm sido cada vez mais utilizados. O resultado foi um aumento significativo das vendas e crescimento do setor, gerando dígitos positivos, em comparação a outras áreas que, como efeito da reclusão social e do confinamento, estagnaram ou decaíram.

E também nesse quesito nosso setor foi beneficiado. Com profissionais em *home office*, famílias inteiras confinadas e mais horas em casa, acabou sendo indispensável manter o local, os utensílios domésticos, as roupas, o que chega pelo *delivery*, o que vem do supermercado ou da farmácia, tudo livre de sujeira, e mais, de vírus e bactérias. Não basta apenas limpar, o verbo da vez é higienizar (remover a sujeira e em seguida promover a desinfecção de micro-organismos).

Nossos produtos em destaque mais uma vez.

Certamente, podemos nos orgulhar da importância do papel que desempenhamos nessa fase difícil. Com a variedade de produtos de qualidade no mercado, conseguimos garantir tranquilidade no que diz respeito à limpeza doméstica. E, apesar dos pesares, que foram muitos, afinal, estamos falando de vidas, o futuro da indústria que representamos é promissor.

Nesse novo normal, convido todos ao desenvolvimento, crescimento e ao desafio de viabilizarmos empregos, limpeza, higienização, bem-estar nos lares e, agora, mais do que nunca, saúde.

uso profissional

Essencial para a vida

O ano de 2020 traz reflexões importantes para todos os setores

Rosana Queiroz Campos
Vice-presidente de uso profissional

O ano de 2020 tem sido de muitos desafios. Também foi um ano que nos mostrou que as condições de higiene, limpeza e desinfecção são essenciais para a continuação da nossa existência. Alguém havia se dado conta disso? Uma minoria de especialistas provavelmente sim, o grande público, não.

O setor de higiene, limpeza e desinfecção se destacou? Certamente! Foram grandes os esforços para manter a sociedade abastecida em seus lares, suportar os hospitais e evitar a interrupção de abastecimento, salvando vidas.

Destaque sim, mas com importantes reflexões. A desigualdade social se tornou ainda mais evidente. Em alguns casos, não havia água limpa e sabão como medidas de proteção. Junto com a desigualdade, grandes oportunidades de solidariedade surgiram, tanto da própria população quanto do setor privado.

Além disso, importantes conquistas ajudaram a colocar em prática planos de infraestrutura para o país, como a aprovação do marco regulatório para o saneamento básico. Juntamente com a lavagem frequente das mãos e o distanciamento social, o saneamento básico entrou na pauta e, na luta contra a pandemia, como essencial.

A necessidade de higiene, limpeza e desinfecção nos levou a uma situação extrema: parar a economia de um país para protegermos a nossa própria existência. E como falar de higiene e limpeza quando quase a metade da população não possui coleta de esgoto? Lembrando que somos mais de 200 milhões.

Entendemos então que o controle sanitário nunca foi tão necessário, seja ele em nossas casas; no transporte público, como em portos, aeroportos, estradas; ou em ambientes coletivos, como escolas, shoppings, cinemas, teatros, restaurantes, supermercados, áreas de trabalho.

Seremos obrigados a ver e conviver com as barreiras físicas, sem contato social, interagindo via painéis de acrílico, elogiando a existência de tapetes saneantes e lembrando sempre como a higiene é necessária. Higiene e limpeza viraram sinônimo de atitudes e ambientes saudáveis. O que se quer com isso? Evitar doenças? Certo que sim, mas também garantir a longevidade da população, com as mudanças de hábitos e comportamentos.

É inevitável dizer que as organizações, como as instituições acadêmicas, a Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa), as associações de classe e o setor privado são os responsáveis por suprir as grandes e novas necessidades da sociedade. E por onde começar? Com diálogo, colaboração e inovação.

A ABIPLA desempenha um papel fundamental nesse sentido, com a congregação de atores importantes trabalhando continuamente para que a consciência gerada neste momento, em relação à limpeza e desinfecção, permaneça.

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

SUMÁRIO

12 diretoria

15 institucional

19 setor de limpeza em números

27 cenário Brasil

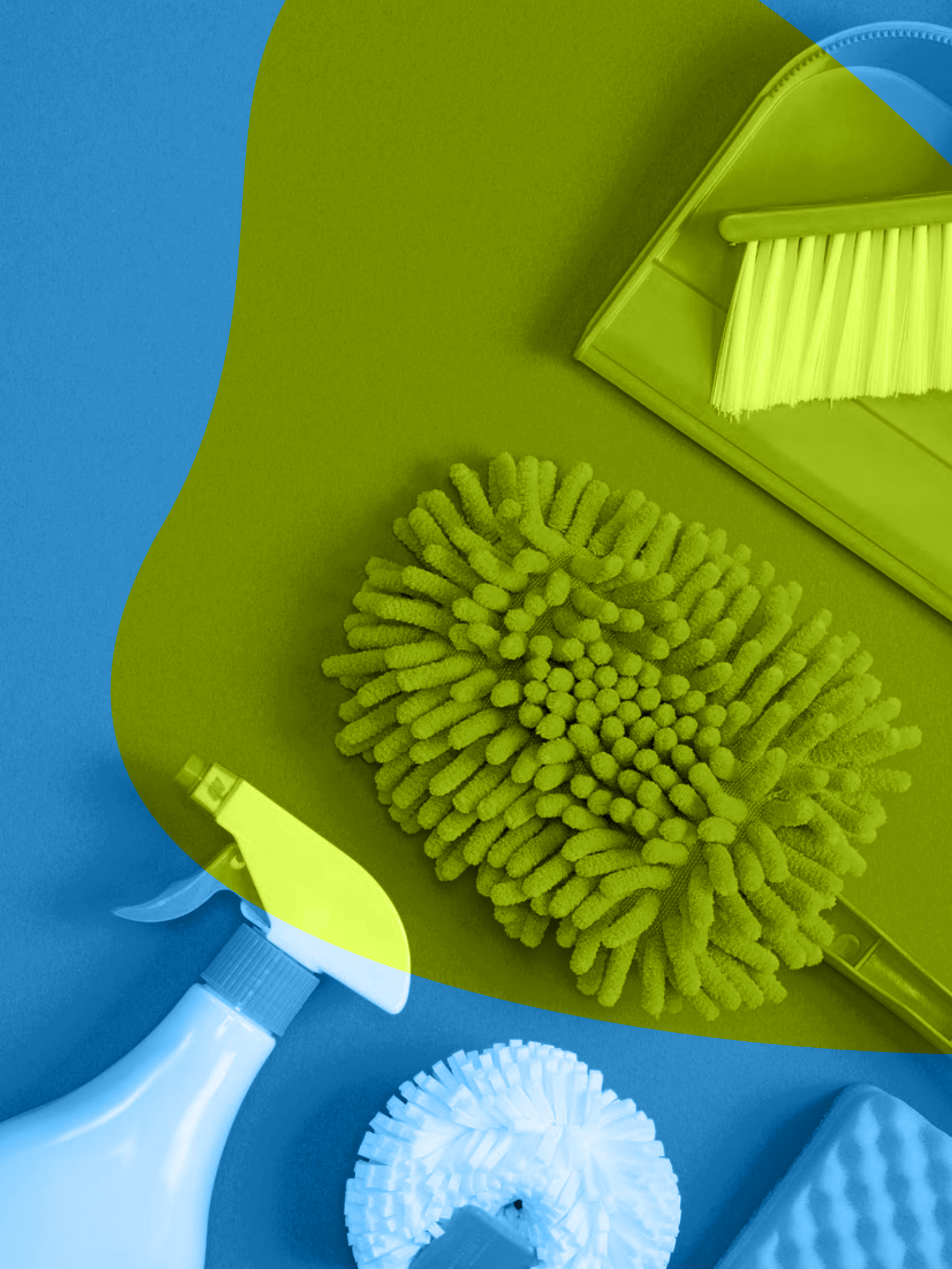
33 artigos

53 entrevista

59 desempenho do setor

79 empresas associadas à ABIPLA

83 fichas técnicas



DIRETORIA

PRESIDENTE
Juliana Durazzo Marra

1º VICE-PRESIDENTE
Renata Bertele

VICE-PRESIDENTE SECRETÁRIO
Renato José Borducchi

VICE-PRESIDENTE TESOUREIRA
Talita Mendes Masson

VICE-PRESIDENTES
Cinthia Novelli Fuchs
Kleber Moreira de Carvalho
Marcus Fraga Rodrigues
Paulo Aloysio Schmitt
Ricardo Vick Fernandes Gomes
Rosana Aparecida Queiroz Hida de Campos
Taluana Liguori Correa

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
Fabrício Clemente da Cunha Soto Oliveira
Laércio Albuquerque
Luciane Guaraldi Fernandes
Pedro Nelson Laurito Bonança de Almeida
Roberto Carlos Guize
Silva Isola
Viviane Pereira de Souza

COMITÊS

Os comitês são instância do processo decisório da ABIPLA e do SIPLA que têm por objetivo debater regulações e inovações do setor e propor mudanças que melhorem o ambiente de negócios.

COMITÊ ABIPLA

Comitê Regulatório:
Coordenadoras: Débora Somlo
Renata Hilst
Fernanda Maeda

Comitê Tributário:
Coordenadora: Maria Augusta Carbone

Comitê de Sustentabilidade e Meio Ambiente:
Coordenadora: Ivi Barbosa

Comitê de Comunicação:
Coordenadora: Lilian Dorighello

COMITÊ SIPLA

Comitê Trabalhista
Coordenadora: Janaína Bezerra

Lonza

Deixe-nos Ser Parte da Sua Solução™

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

Av. Brasilia, 1500
13327-901
Salto/SP
Tel.: +55 11 4028-8000
contact.br.cc@lonza.com

Leia atentamente o rótulo do produto antes de utilizá-lo. Todas as Marcas Comerciais pertencem à Lonza ou à suas afiliadas.

© 2019 Lonza

www.lonza.com

Keeping Our World Healthy®

INSTITUCIONAL

Unindo esforços, sairemos dessa crise melhores

ABIPLA aposta na parceria para superar desafios do setor

A diretoria da ABIPLA está vivendo fortes emoções neste mandato. Ninguém poderia imaginar que em 2020 haveria uma pandemia com decretação de estado de calamidade pública. O desafio é grande, mas não paramos de trabalhar um minuto sequer. Desde que assumiu, a nova diretoria propugnou pelo aperfeiçoamento da entidade, pela agregação de valor, pela retomada de posturas que estavam estagnadas e, o mais importante, por trazer aos associados contrapartidas de alta qualidade, visando ao bem-estar comum.

O setor de higiene, limpeza e saneantes é estimulador de saúde pública e a ABIPLA, desde a sua fundação, em 1976, tem trabalhado para que sejamos reconhecidos como essencial para a população, competitivo e moderno, criador de empregos e renda aos seus colaboradores, promotor de constantes novidades de produtos e mantendo o estrito respeito ao meio ambiente. Tais inovações permeiam toda a cadeia: da matéria-prima às embalagens sustentáveis, passando pelos setores varejista e *e-commerce*.

Para que tudo isto ocorra, nestes 44 anos de existência, várias diretorias passaram pela ABIPLA, deixando como legado um conhecimento acumulado, o que possibilita a esta diretoria avançar e superar as crises econômica e sanitária.

Esta diretoria tem o compromisso de promover a saúde pública por meio de boas práticas de fabricação em saneantes. Para isto, mantemos um relacionamento amplo e aberto com a Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa), que tem sido um ente regulador qualificado e alinhado com os mais altos padrões de segurança e qualidade internacionais (aproveitamos aqui para agradecer à agência pela competência e parceria).

Outros desafios ainda perduram: logística reversa; setores trabalhista, sindical e tributário; e comércio exterior. Em que pese serem temas gigantes e que atingem a indústria como um todo, somente através do engajamento e da participação nos foros adequados conseguiremos ativar as mudanças de que o nosso país tanto necessita.

No âmbito internacional, mantemos participação ativa no fórum da ALIADA, em que, entre muitas iniciativas, destacam-se a harmonização regional latino-americana em termos regulatórios e de sustentabilidade, bem como a busca por promover a dinamização do comércio exterior.

Melhoramos nossa comunicação por meio de um comitê criado em 2019, no qual renovamos o nosso site e voltamos a participar das redes sociais. Um resultado que merece destaque foi a declaração conjunta com o Conselho Federal de Química (CFQ) sobre os túneis de desinfecção – alertamos para o perigo à saúde humana se estes não forem usados com os devidos equipamentos de proteção individual.

Reformulamos também os comitês trabalhistas do SIPLA e tributário da ABIPLA, cujo escopo é agregar conhecimento aos associados através da análise da legislação correspondente.

Prosseguimos avançando na logística reversa de embalagens e na adoção de modelos de negócios que contemplem a economia circular.

Temos orgulho da doação dos mais de R$ 10 milhões em produtos de higiene, limpeza e alimentos; 1.091 toneladas (sabões, desinfetantes, limpadores multiuso, álcool glicerinado) e 866.047 mil litros de saneantes (água sanitária e desinfetantes) de nossos associados às comunidades mais vulneráveis, aos governos municipais, estaduais e federal e às entidades de saúde para combater a pandemia.

Fica nosso registro de empenho em manter o setor operando para contribuir com a saúde pública e a empatia para com os mais necessitados. Unindo esforços, sairemos desta crise melhores!

Diretoria ABIPLA 2020-2021

SETOR DE LIMPEZA EM NÚMEROS

Setor de limpeza em números

CNPJs ativos na Receita Federal do Brasil

* Foram considerados apenas as empresas que possuem como CNAE principais os referenciados a seguir

Empresas no Brasil:
2.611

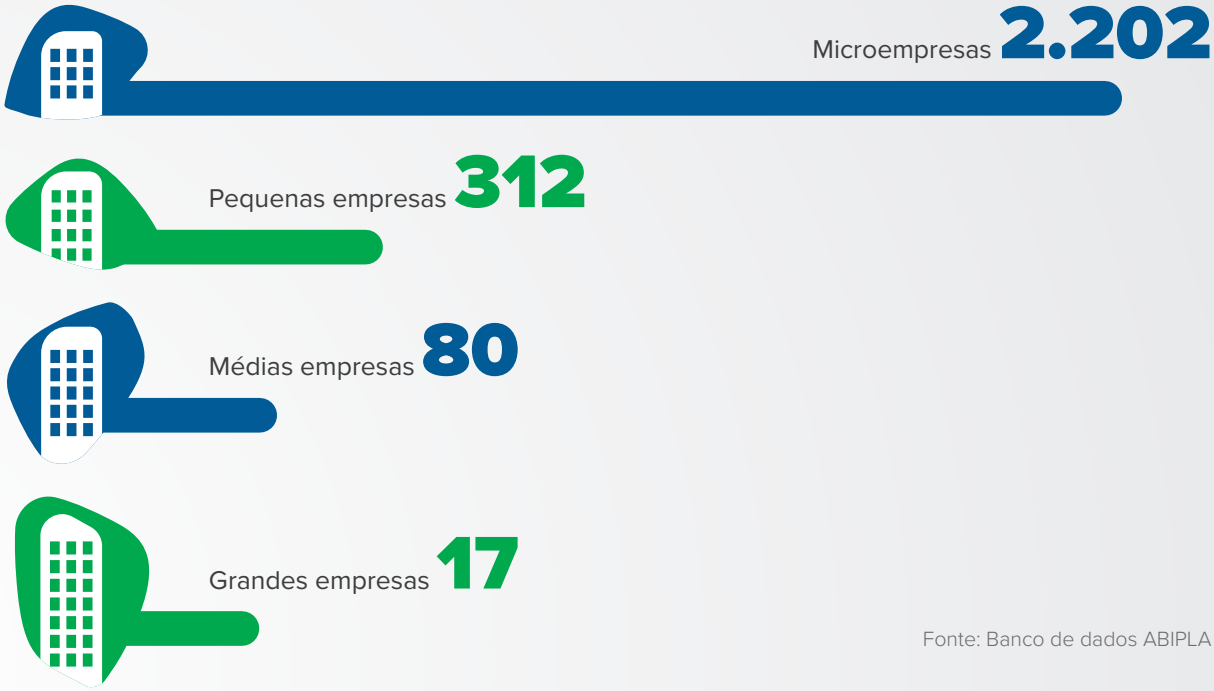
CNAE 2.061 (sabões e detergentes sintéticos)
878

CNAE 2.062 (produtos de limpeza e polimento)
1.582

CNAE 2.052 (desinfestantes domissanitários)
151

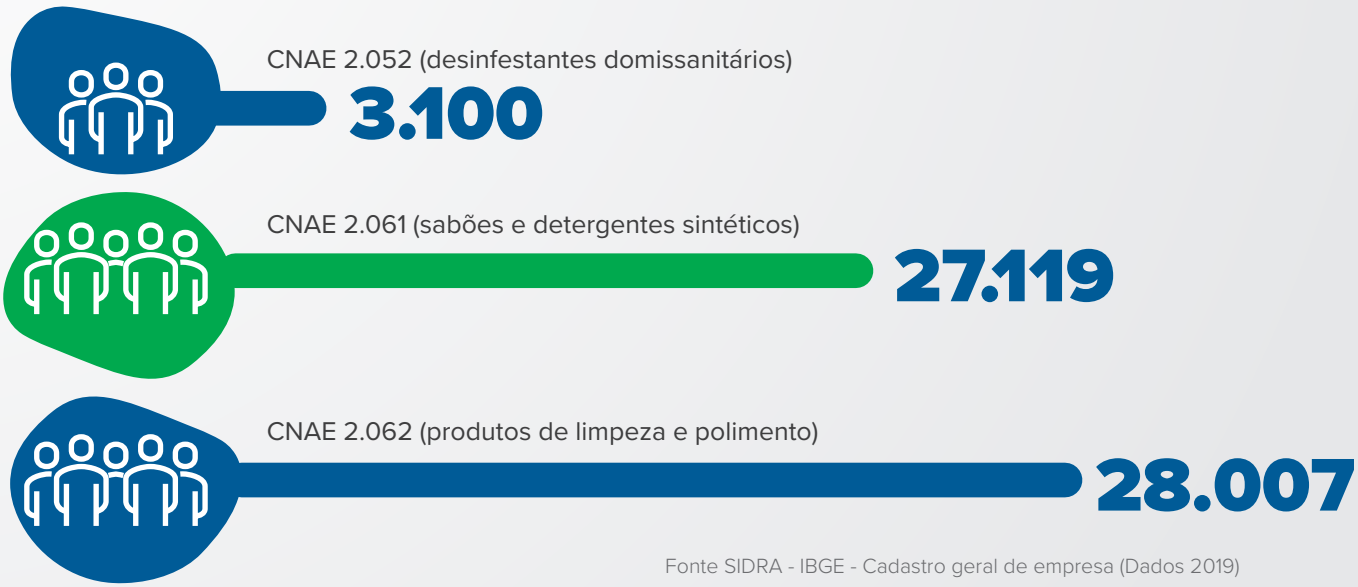
Fonte SIDRA - IBGE - Cadastro geral de empresa (Dados 2019)

Empresas por porte



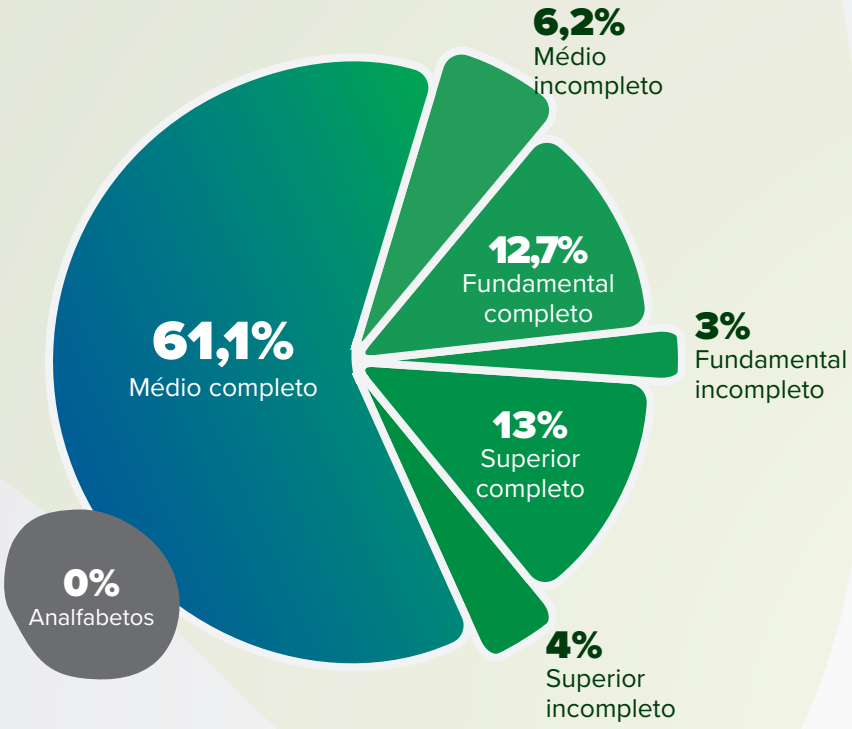
Fonte: Banco de dados ABIPLA

Empregos em 2019



Fonte SIDRA - IBGE - Cadastro geral de empresa (Dados 2019)

Perfil de escolaridade do setor de limpeza em 2019



Fonte: IBGE (2019).

Vendas no varejo (a preços concorrentes) no setor de *home care* em 2019

Fonte: Euromonitor.

In Brazil, 2019 marked the start of the political and economic agenda to be carried out by the newly formed Brazilian Congress and executive government. The more optimistic predictions such as GDP growth at the beginning of the year were not fulfilled; consumption among families only gradually moved towards its potential since unemployment rates remained high. Home care benefited in 2019 from slow recovery in consumption, shedding light on the nature of purchases of these products which is typically low-interest, basic and recurrent. Although slight, 2019 saw a turning point with more value-added home care products hitting Brazilian retail shelves, supported by this upward perspective.

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

Importações

Volume (toneladas)		**Valor** (FOB - mil)	
2018	2019	2018	2019
2.267.814	2.672.342	778.872	740.364

Exportações

Volume (toneladas)		**Valor** (FOB - mil)	
2018	2019	2018	2019
58.543	58.543	77.018	77.145

Fonte: Comex Stats (MDIC)

5 Produtos principais **importados**

NCM	DESCRIÇÃO
28362010	Carbonato dissódico anidro
28331110	Sulfato dissódico anidro
15132910	Óleo de palmiste
15119000	Outros óleos
34021300	Agentes orgânicos de superfície, não iônicos

5 Produtos principais **exportados**

NCM	DESCRIÇÃO
34022000	Preparações termoativas para lavagem e limpeza
38099190	Outros agentes de apresto, acabamento
34029029	Outras soluções ou emulsões de produtos tensoativos
34011900	Outros sabões
34029090	Outras preparações tensoativas e preparações para limpeza

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 - Colômbia
3º - Paraguai
4º - Chile
5º - Estados Unidos da América

Fonte: Comex Stats (MDIC).

Euromonitor International

Pesquisa de Mercado

Seu parceiro estratégico para crescimento da empresa

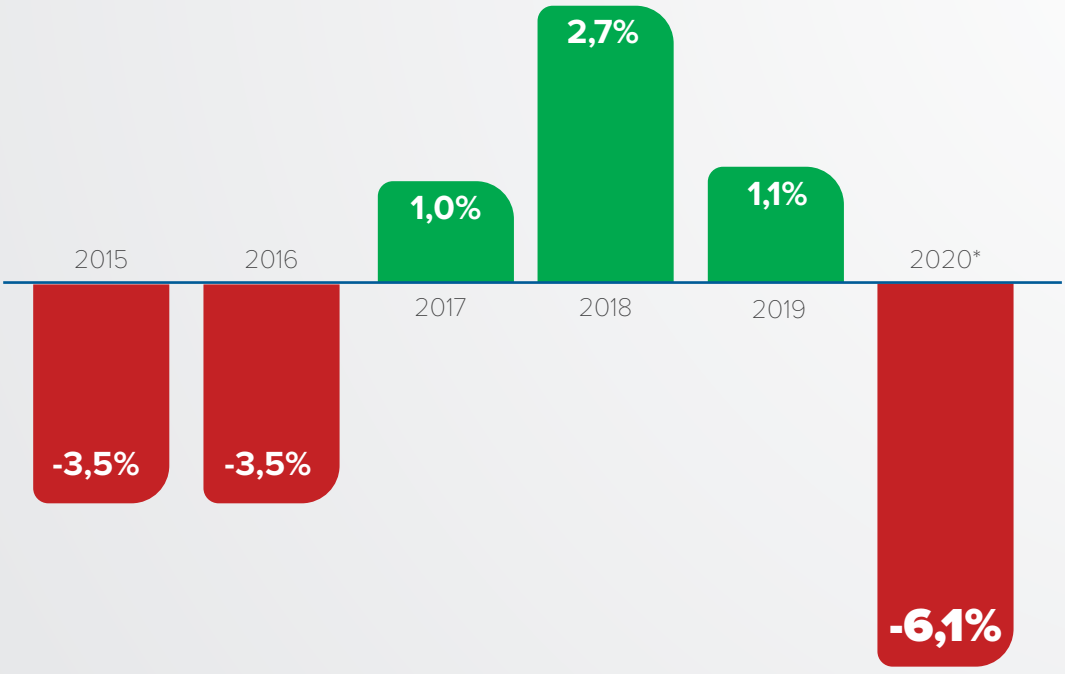
Para mais informações sobre a Euromonitor International, acesse www.euromonitor.com ou entre em contato conosco info-brazil@euromonitor.com

CENÁRIO BRASIL

CENÁRIO BRASIL

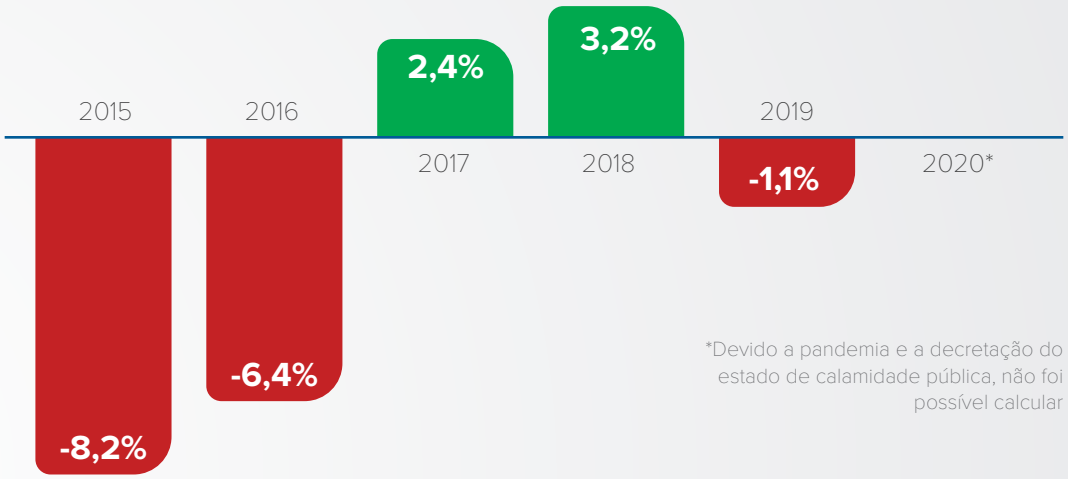
PIB

variação anual



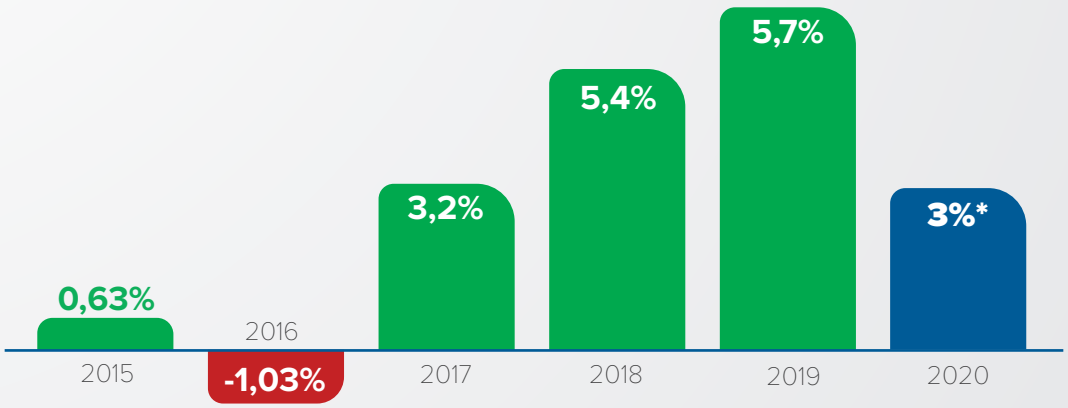
* 2020 Projeção do Boletim Focus de 13.07.2020
Fonte: IBGE 2015-2019.

Produção industrial acumulada no ano (%)



*Devido a pandemia e a decretação do estado de calamidade pública, não foi possível calcular

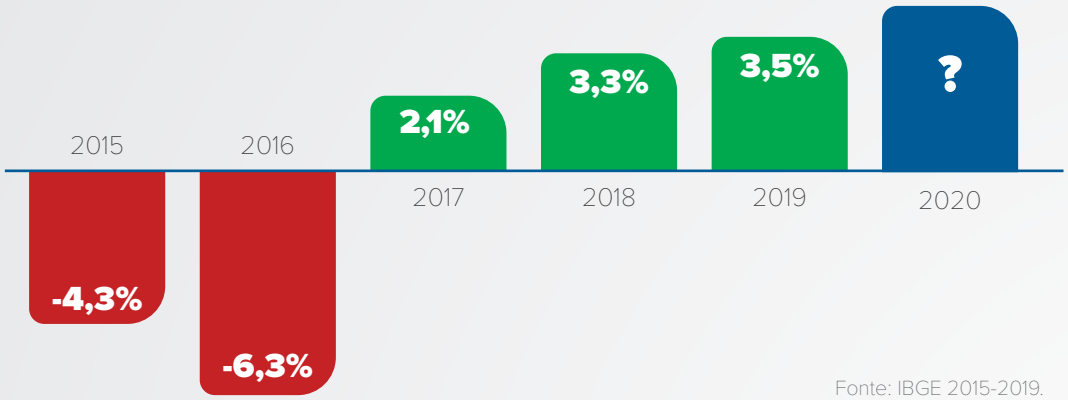
Desempenho do setor de limpeza



* 2020: Projeção ABIPLA
Fonte: IBGE 2015-2019.

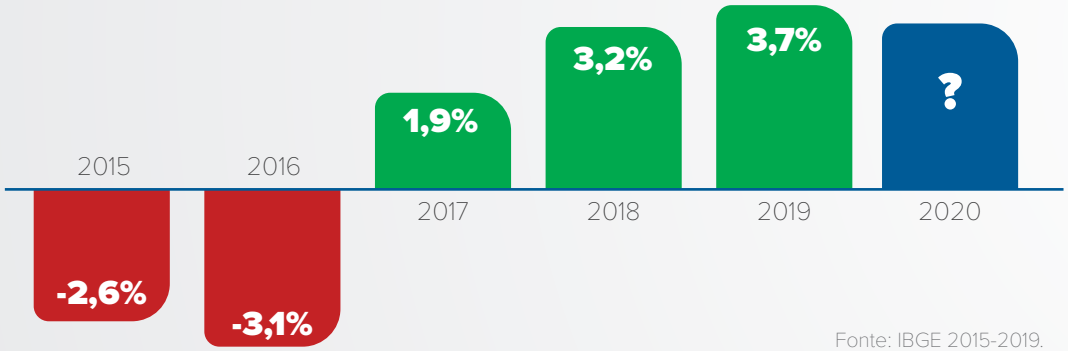
ABIPLA
Associação Brasileira das Indústrias de Produtos de Higiene, Limpeza e Saneantes de Uso Doméstico e de Uso Profissional

Desempenho do comércio varejista



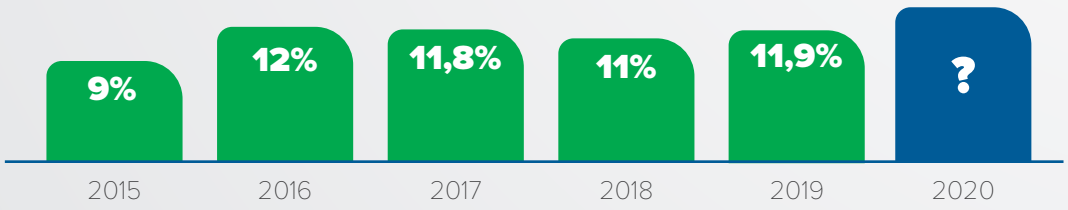
Fonte: IBGE 2015-2019.

Hipermercados e supermercados



Fonte: IBGE 2015-2019.

Taxa de desempregо



Fonte: IBGE 2015-2019.

O MELHOR PARCEIRO PARA UMA CASA LIMPA

Pinho Sol®

Elimina

99,9%

das bactérias, germes e fungos.*

- Desinfete os **calçados antes de entrar em casa.**
- Desinfete **objetos de trabalho e celular.****
- Adicione **gatilho na garrafa** para maior praticidade na limpeza.
- Use desinfetante também na **lavagem de roupas.*****

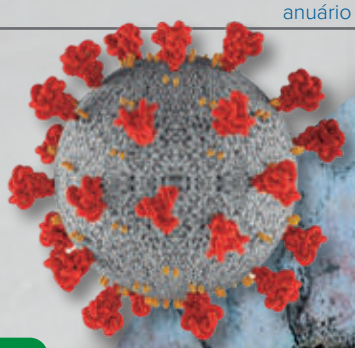
LINHA PERFUMADA
Desinfeta com a mesma eficiência.

É importante ler o rótulo dos produtos para verificar o melhor uso para cada situação.

*Seguindo as instruções de uso. Bactérias/germes e fungos testados: Escherichia coli, Pseudomonas aeruginosa, Salmonella choleraesuis, Staphylococcus aureus, Trichophyton mentagrophytes e Vibrio cholerae ogawa. **Para desinfecção: não aplicar diretamente sobre os eletrônicos. ***Use somente em tecidos brancos ou com cores firmes. Teste antes numa parte escondida da peça. Não use em seda.

ARTIGOS

Covid-19 e falta de saneamento, as pandemias do Brasil



Mais de 100 milhões de brasileiros não têm coleta de esgoto em suas casas

Édison Carlos
Presidente executivo do Trata Brasil

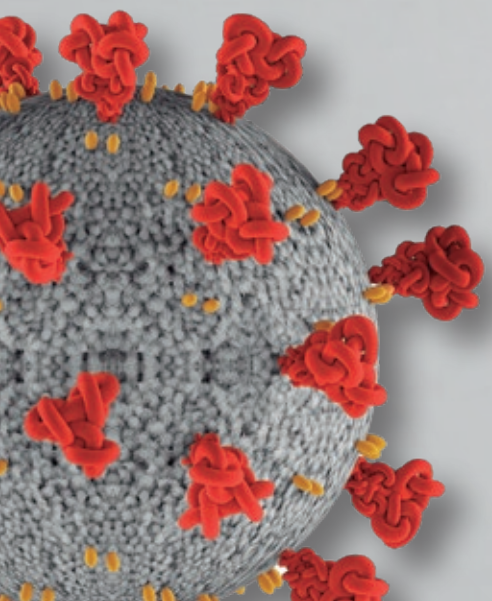
O momento da saúde pública e sanitária do Brasil é preocupante, dado o avanço do novo coronavírus pelo país. A doença continua fazendo vítimas diariamente, colocando o Brasil em um cenário devastador perante o resto do mundo; somam-se a isso ainda os descasos históricos que enfrentamos com a falta de saneamento básico. São milhões de pessoas vivendo em residências sem água tratada e sem coleta de esgoto.

Indicadores apresentados pelo Sistema Nacional de Informações sobre Saneamento (SNIS), ano base 2018, apontam um cenário preocupante nos indicadores de água e esgoto: 35 milhões de brasileiros não têm acesso ao abastecimento de água tratada, quase 100 milhões não têm coleta de esgoto em suas residências, e apenas 46,3% dos esgotos são tratados.

Já está provado que a parcela da população sem acesso a qualquer um desses serviços corre mais riscos diante das doenças provenientes do contato com os esgotos. Somente em 2018, cerca de 230 mil internações ocorreram devido às doenças de veiculação hídrica, ou seja, pessoas que foram vítimas das diarreias e parasitoses que debilitam o sistema imunológico, o que as deixa mais vulneráveis ao novo coronavírus.

A falta de acesso ao abastecimento regular de água na pandemia coloca os cidadãos em perigo, sobretudo nas comunidades periféricas. Dados de 2016 estimam que nas 100 maiores cidades do Brasil, apenas 11,7% da população destas áreas apresentava acesso à água e coleta de esgoto; 72% das pessoas dessas áreas não tinham saneamento básico algum.

O Instituto Trata Brasil tem mostrado estudos evidenciando que investir em saneamento básico pode trazer grandes ganhos ao país, em especial à



economia, com reflexos imediatos na melhoria da saúde da população. Em duas décadas, já descontando os custos da universalização, os ganhos econômicos e sociais trazidos pela expansão dos serviços de água e esgoto alcançariam R$ 1,1 trilhão.

Com investimentos de R$ 25 bilhões ao ano, os ganhos, somente na geração de empregos e na operação dos sistemas de água e esgotos, seriam da ordem de R$ 40 bilhões ao ano. Significa ganhos e empregos em cadeias produtivas, como construção civil, equipamentos, ferro e aço, plásticos, cimento, projetos, engenharia etc.

Investir em saneamento será determinante na retomada do crescimento do país, uma vez que se dará, necessariamente, por fortes investimentos em infraestrutura. Nesse sentido, investir em saneamento é o que responde mais rápido, juntando recursos públicos com mais recursos privados, além de ser a infraestrutura mais próxima à vida do cidadão.

O país conquistou um grande avanço com a aprovação do Novo Marco Legal do Saneamento Básico, em junho de 2020, em que pretende garantir uma participação maior da iniciativa privada para assumir os serviços de água e esgotamento sanitário pelo país.

Dentre outros pontos levantados pelo Marco Legal, o texto garante a concorrência dos serviços em todo o país, no qual o público e privado irão disputar as operações. Cabe ressaltar que o Novo Marco Legal do Saneamento Básico também garante mais autonomia para as Parcerias Público-Privada (PPP), como já ocorre na Grande Porto Alegre, Grande Recife, Espírito Santo, entre outros.

SUMITOMO CHEMICAL

Environmental Health Division

We make life healthier and happier by creating innovative and responsible pest control solutions to protect environments and improve people's lives.

Saúde Pública

Controle de Vetores

Olyset Net | Olyset Pro | SumiLarv | SumiLarv 2MR | SumiShield 50WG

VectoBac® G – Larvicida Biológico – Grânulos

VectoBac® WG – Larvicida Biológico – Grânulos Dispersíveis em Água

VectoLex® CG – Larvicida Biológico – Grânulos

VectoLex® WG – Larvicida Biológico – Grânulos Dispersíveis em Água

VectoMax® – Larvicida Biológico

VectoBac® 12AS – Larvicida Biológico – Suspensão Aquosa

Custom Solutions

Inseticidas Técnicos

SumiOne™ Pralle™ Gokilaht-S™ Piretrina Natural Sumilarv™ SumiFreeze™ Sumithrin™ Etoc™ Vaporthrin™ Neo-Pynamin™ Forte Sumicidin™ Deltamethrin Cypermethrin Permethrin

@sumitomochemicalbrasil @sumitomochemicalbrasil sumitomochemical.com

Inovação na indústria de produtos de limpeza pós-covid-19

Entender os novos hábitos de consumo que surgiram com a pandemia é essencial para a sustentabilidade das empresas do setor

André Brito
Gerente de Inovação para Higiene da RB Industrial

O mundo vem sendo desafiado diante da nova realidade imposta pela covid-19. A doença tem incitado a ciência a desenvolver, a toque de caixa, inovações no mercado de higienização para reforçar, criar e atender aos novos hábitos de higiene, inclusive para combater a proliferação do novo coronavírus. E não poderia ser diferente. Como forma de evitar o avanço da doença e reduzir o número de mortes, populações em todo o mundo voltaram os olhos aos hábitos de higienização e limpeza, em um movimento sem precedentes.

A covid-19 marca inegavelmente uma divisão sanitária do século XXI, pelo menos até que se descubra uma vacina. Contudo, essa realidade já deixa legado e vai determinar a forma como vivemos, além de interferir na nossa cultura social e impactar uma geração de crianças que já crescem com esses hábitos enraizados, sendo futuros consumidores que terão, para sempre, a lembrança dos momentos vividos em quarentena.

A inovação se torna mais do que nunca uma ferramenta essencial para empresas ligadas a esse novo movimento. Cito a seguir algumas frentes que deverão gerar transformações e tendências para o mercado de cuidados com a casa e fora dela nos próximos anos:

Formatos	Os formatos estão sendo repensados para aumentar a penetração, oferecer opções mais econômicas e ainda permitir a higienização a qualquer momento. Produtos para uso fora de casa e em novos ambientes serão buscados a fim de garantir a desinfecção nos meios de transporte, como aviões, carros e ônibus; na indústria do entretenimento, como cinemas e teatros; ou até em hotéis, onde o cliente pode desejar fazer a própria desinfecção para se sentir mais seguro. Produtos práticos que caibam em uma bolsa ou bolso serão fundamentais, assim como produtos para mercados profissionais com maior tamanho, a fim de garantir economia de escala e atendimento a novos clientes, como lojas e condomínios, que visam à proteção de seus clientes.
Acesso	Uma vez que a infecção do coronavírus não possui uma distinção de contágio, será necessário garantir produtos focados em desinfecção para todas as classes e preços. Além de produtos premium, as empresas deverão ter soluções de baixo custo para garantir o acesso de seus produtos a todas as classes sociais.
Desinfecção	Será cada vez mais necessário adicionar a funcionalidade de desinfecção nos produtos de cuidados domésticos. Com um mundo focado em eliminar micro-organismos prejudiciais à saúde, a desinfecção será um atributo primordial para garantir uma diferenciação no ponto de venda em diversos produtos atuais.
E-commerce* e *delivery	Crescente canal de vendas devido à necessidade da quarentena. As empresas deverão, cada vez mais, estabelecer parcerias com esses canais, garantindo distribuição em todos os cantos do país, além de entregas rápidas quando o consumidor necessitar da solução, por meio das plataformas de *last mile*. Também será necessário desenvolver embalagens adequadas a esses novos modais de transportes, sem contar uma distribuição focada em menor escala de atendimento.
Tecnologia	Surgem tecnologias para facilitar e garantir a limpeza com mais qualidade e eficiência, como drones que fazem limpeza em lugares de extrema dificuldade ou cápsulas de higienização pessoal. Isso veio para ficar e hoje já podemos observar um grande foco em robôs para limpeza doméstica ou aplicativos que, através de fotos, avaliam se a limpeza foi eficiente. A indústria deve ficar próxima e ser vanguardista nessas inovações.

Esses fatores citados acima se somam a valores já intrínsecos ao consumidor atual, como qualidade e sustentabilidade. Este movimento valoriza o setor e mostra que o desafio é enorme e tem prazo curto para atender à demanda dos consumidores, mas também evidencia como as empresas de produtos de limpeza e cuidados com a casa estão se tornando cada vez mais relevantes no dia a dia das pessoas.

ANHEMBI. SAÚDE E PROTEÇÃO NO MOMENTO EM QUE AS FAMÍLIAS BRASILEIRAS MAIS PRECISAM.

Em uma fase delicada como esta, temos muito orgulho de oferecer ao mercado produtos que são sinônimos de limpeza e que se tornaram grandes ***aliados no combate à disseminação da COVID-19****. São milhares de famílias que confiam em nossas marcas para garantir que suas casas estejam desinfetadas, saudáveis e protegidas.*

Saneantes, uma “barreira” a serviço da saúde

É fundamental que esses produtos cumpram seus objetivos e também não produzam qualquer efeito prejudicial às pessoas

Itamar de Falco Junior
Gerência de Produtos de Higiene, Perfumes, Cosméticos e Saneantes (GHCOS) da Anvisa

Webert Gonçalves de Santana
Coordenação de Saneantes (COSAN) da Anvisa

Vivenciamos, com a atual emergência em saúde, momentos de apreensão e também de aprendizado. São de assustar os números de infectados; das intercorrências, quando a doença atinge pessoas mais vulneráveis; e, infelizmente, das mortes. O que fazer? Redescobrimos e lançamos mão de uma prática simples relacionada à limpeza e desinfecção das coisas como uma das melhores maneiras para vencer essa pandemia.

Nesse cenário de guerra surgem como instrumentos eficazes e certeiros no combate à proliferação da covid-19, e de outras dezenas de doenças do nosso cotidiano, os produtos saneantes. A Lei nº 6.360, de 23 de setembro de 1976, define produtos saneantes como substâncias ou preparações destinadas à higienização, desinfecção ou desinfestação domiciliar, em ambientes coletivos e/ou públicos, em lugares de uso comum e no tratamento da água, compreendendo inseticidas, raticidas, desinfetantes e detergentes. Eles são utilizados na prevenção e funcionam como uma barreira para que os “bichos” não cheguem ou permaneçam em nossos lares, espaços de convivência e trabalho. Quando falamos em saúde, qual melhor prática existe, se não a prevenção?

Com tamanha responsabilidade, é fundamental que esses produtos cumpram seus objetivos e também não produzam qualquer efeito prejudicial às pessoas que os utilizam ou estão expostas a eles. E esse é nosso trabalho: garantir a qualidade, a eficácia e que as informações necessárias sobre a destinação dos produtos, a forma correta de utilizá-los, os cuidados e os perigos que podem causar sejam descritos em seus rótulos.

Por exemplo: para os saneantes de venda livre, o manuseio e as instruções de uso devem ser descritos de forma simples e prática, visto que os usuários são os cidadãos comuns, sem treinamento e que normalmente utilizarão o produto em ambientes residenciais.

Esse é o papel da área técnica da Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa), responsável pela regularização dos saneantes. Mas os desafios dessa área não se resumem a isso, pois na velocidade com que novas tecnologias são apresentadas e agregadas aos produtos, bem como suas próprias atualizações para fazer frente às demandas, é necessário que o corpo técnico também se aproprie de informações e conhecimento, cuide da atualização de normativos e procure dar respostas rápidas e fundamentadas ao setor produtivo. Daí a importância da construção de espaços para o diálogo, para a colaboração e atualização mútua e o conhecimento de novas tecnologias.

Propiciar um canal de comunicação eficiente com as instituições representativas do setor produtivo de Cosméticos e Saneantes é uma busca constante da gestão atual no âmbito da Gerência de Produtos de Higiene, Perfumes, Cosméticos e Saneantes (GHCOS) e as coordenações de ambos os segmentos têm se esforçado nesse sentido.

Embora há pouco tempo à frente da gestão dos dois segmentos, já temos entregas relevantes. Acreditamos que a Resolução de Diretoria Colegiada – RDC nº 313/2019, que alterou o prazo de validade dos registros para dez anos, seja uma delas, pois além de facilitar o acompanhamento das empresas com relação ao controle da vigência de seus produtos, propicia uma boa redução de custos. Outra, mais recente, é a migração das petições secundárias para o Sistema SOLICITA, por meio do qual não será mais necessário enviar documentos de forma física para a Agência, bastando apenas o protocolo digital. Aliás, isso faz parte da estratégica que busca tornar a Anvisa mais simples, ágil e inteligente.

Tem sido uma constante dessa gestão, também, a melhor alocação de servidores capacitados para a análise de processos ou temas que envolvam maior risco sanitário.

Existem atualizações de normativos em andamento e a construção de outros visando abarcar inovações e proporcionar maior transparência e previsibilidade às ações regulatórias, à luz das melhores práticas empregadas pela Agência e que a vêm alçando como uma das referências no país em relação ao processo regulatório.

Estamos ansiosos para que possamos superar logo esse momento ruim, tanto para nosso maravilho país, quanto para o mundo. Torcemos ainda para que, ao final da pandemia, os produtos saneantes e cosméticos sejam lembrados como um dos agentes mais importantes nesse enfrentamento.

Minuano
Há mais de 34 anos, Minuano ajuda os brasileiros a cuidarem de suas casas e famílias.
Minuano tem o compromisso diário de produzir e levar produtos com eficiência e qualidade para ajudar as pessoas a cuidarem da casa, das roupas e da família.
Uma história de 34 anos que vamos continuar a construir juntos.
Minuano,
Ajudando você a cuidar da sua casa e da sua família.
linhaminuano
Saiba mais em linhaminuano.com.br
ou ligue para SAC: 0800 703 4071.

A assepsia como esperança na manutenção do negócio e do emprego

Na nova realidade, empregador e empregado passarão a incorporar, de forma imperiosa em suas obrigações contratuais e sociais, a assepsia no ambiente de trabalho

Decio Sebastião Daidone Junior
Advogado trabalhista na ASBZ Advogados

A vida como ela é, dia após dia, vivida e vivenciada em suas peculiaridades instáveis e imprevisíveis em tempos de pandemia, faz com que os cidadãos, de um modo geral, repensem sua rotina, seu estilo de vida, suas relações e, principalmente, seu futuro, que nunca foi tão desafiador e incerto como hoje. Nesse turbilhão de acontecimentos, enquanto esse futuro não chega para nos salvar, precisamos sobreviver e nos manter em plena atividade para ganhar o pão, o álcool em gel e o nosso sabão de cada dia.

Realidade alterada, a base capitalista da sociedade permanece imutavelmente presente pela necessidade de produção e promoção de lucro, tendo no trabalhador propriamente dito sua força motriz, em harmonia de dependência na prestação de serviços e na remuneração compensatória, em que qualquer desbalanço gera a quebra do negócio e, consequentemente, a perda do emprego ou da prestação de serviços.

Com o desequilíbrio sendo provocado por uma causa maior que atinge o valor supremo da existência humana, a vida, o fiel da balança passa a ser um elemento fundamental que ganha status de instrumento corporativo elevado a princípio institucional, capaz de garantir a perpetuidade do empreendimento. O que antes era cumprido por força de lei, hoje passa a ser cumprido por condição de existência. Ambos, empregador e empregado, incorporam, de forma imperiosa em suas obrigações contratuais e sociais, a assepsia no ambiente de trabalho.

Portanto, a eliminação ou neutralização do risco de contágio passa a ser a principal esperança para a manutenção das relações sociais, comerciais e trabalhistas, sem as quais se perde negócio, se perde trabalhador e consumidor. Um ambiente seguro de trabalho deixa a mera imposição da letra fria da lei constitucional e infraconstitucional para, na prática do dia a dia, ganhar ares de protagonista, chamariz em mídia e alavanca de produção, um verdadeiro fio condutor do negativo para o positivo, da falência para a prosperidade, da miséria para o sustento do trabalhador e de seus dependentes de uma forma geral.

É desta forma que a vida em sociedade dará sequência a sua realidade adaptada, impondo cuidado com a segurança e medicina do trabalho antes mesmo do negócio, como pauta impreterível em reuniões de operação, de marketing ou de recursos humanos, para assim retomarmos a autonomia no controle das nossas ações, assegurando certa previsibilidade para atingirmos o futuro mais rapidamente, salvando o negócio e o emprego. Afinal, com saúde nos manteremos vivos e, com trabalho, seremos dignificados.

CUIDADO PARA A CASA, PARA AS ROUPAS E PARA QUEM PRECISA.

Em 47 anos de atuação, a Gtex Brasil fez mais que soluções para o cuidado da casa e das roupas. Fez história. Presente na rotina de milhões de famílias, a empresa está entre as cinco maiores do segmento no Brasil.

O sucesso de suas marcas, presentes em todo o território nacional, é fruto do compromisso diário com a inovação, a excelência e o foco nas necessidades dos consumidores.

Mas a Gtex Brasil acredita que, além de qualidade, deve levar cuidado às pessoas. Por isso, investe em ações sociais que transformam vidas e o amanhã.

urca · Baby Soft · amazon · UFE · hiper clean · Ruth · UFE · SCARLIM · Rio · Dipo · Cristal

gtexbrasil.com.br

O legado da limpeza profissional em 2020

Colaboradores do setor assumem protagonismo entre os trabalhadores essenciais

David James Drake
Presidente da Associação Brasileira do Mercado de Limpeza Profissional (Abralimp)

"Este momento vai nos definir." Esta frase de Bill Gates me parece muito adequada ao fazermos o balanço de 2020, com o impacto da pandemia em todo o mundo. Um inimigo invisível e poderoso – a covid-19 – trouxe à tona o que o nosso mercado já vinha explicando à sociedade há muito tempo, mas que nem todos estavam dispostos a ouvir: limpeza e saúde são indissociáveis para a proteção e o bem-estar das pessoas.

Podemos afirmar que a valorização da limpeza profissional foi o grande legado do nosso setor. Marcada pela união, seja no âmbito da Associação Brasileira do Mercado de Limpeza Profissional (ABRALIMP) ou de outras importantes entidades setoriais, como a ABIPLA, a cadeia produtiva formada por prestadores de serviços especializados, fabricantes e distribuidores de produtos químicos, máquinas, equipamentos, descartáveis e equipamentos de proteção individual (EPIs) respondeu rapidamente aos desafios impostos pela doença.

Desafios estes que exigiram inovação e tecnologia por parte da indústria; capacitação e treinamento de equipes pelas prestadoras de serviços para garantir eficiência e produtividade na execução de procedimentos de limpeza, higienização e desinfecção; e a competência dos nossos associados no compartilhamento de conhecimentos para a elaboração de Protocolos de Retomada das atividades econômicas.

Os profissionais de limpeza, por sua vez, saíram do anonimato de suas rotinas para assumirem o protagonismo entre os trabalhadores essenciais, ao lado dos representantes da área da saúde. São e continuarão sendo verdadeiros heróis no combate à covid-19.

Mas havia um outro inimigo a ser vencido: o da desinformação. E mais uma vez os associados da Abralimp reuniram-se em grupos de trabalho e incansavelmente levaram aos clientes e à opinião pública as informações corretas sobre as melhores práticas e soluções para que os clientes e a sociedade não fiquem à mercê de oportunistas que se autodenominam especialistas.

O ano de 2020 passará para a história como um ano de grandes perdas, infelizmente, mas também de muitos ganhos, graças à capacidade de resiliência das empresas e dos trabalhadores no enfrentamento da crise, ao avanço da ciência e ao fortalecimento da solidariedade e da sustentabilidade.

Muitos serão os desafios, entre eles a construção de relações cada vez mais sólidas com nossos clientes, baseadas na confiança e na entrega de resultados.

E muito importante: vamos intensificar a parceria com a ABIPLA, atuando em sinergia para encontrarmos soluções conjuntas para problemas comuns. Temos plena convicção de que a união entre as entidades trará perspectivas positivas para este ano.

Agradecemos à ABIPLA por esta oportunidade.

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

Perspectivas para o sistema tributário brasileiro: um novo modelo de relação entre contribuinte e fisco

A percepção de que um sistema mais equilibrado tende a ser melhor para todos está trazendo aos novos tempos mudanças nunca antes experimentadas

Leandro Martinho Leite
Sócio da Leite Martinho Advogados

O Brasil possui atualmente um dos sistemas tributários mais complexos do planeta.

A divisão de competências tributárias, a autonomia estadual para legislar sobre o Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços (ICMS), a extensão territorial, a desigualdade entre as regiões e a presença de alterações pontuais não planejadas trouxeram uma complexidade insana ao atual modelo.

O sistema adoeceu e a distância entre as exigências fiscais e a capacidade de resposta dos contribuintes criou uma polarização contenciosa insustentável.

Nesse contexto, tornou-se recorrente nos depararmos no dia a dia com incertezas em questões básicas como: qual a base de cálculo dos tributos, a qual ente federativo devemos pagar e como podemos recuperar créditos legalmente assegurados.

Como exemplos, vemos questões de grande significância em acirrado debate, como a guerra fiscal do ICMS; a discussão da exclusão do ICMS da Base de Cálculo das Contribuições ao PIS e à Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social (Cofins); e a inclusão de incentivos fiscais na Base de Cálculo do Imposto sobre a Renda.

Isso tudo, entre outras polêmicas, traz uma condição de absoluta insegurança.

Estima-se que hoje 83% das empresas possuam algum problema relacionado ao acúmulo de créditos de ICMS ou à tributação indevida que pode ser otimizada.

Não é rara a identificação de balanços em que as contingências em discussão superem em várias vezes o resultado das companhias e, por vezes, até mesmo o valor de seu patrimônio líquido.

Felizmente vemos hoje um facho de luz surgindo no fim do túnel.

A capacidade de adaptação dos seres humanos, que nos levou até onde estamos, hoje é sinalizada com a criação de mecanismos de adaptação para a superação desses obstáculos.

A percepção da necessidade de superar a insegurança, estabilizar as relações entre fisco e

contribuintes e, em especial, de que um sistema mais equilibrado tende a ser melhor para todos, está trazendo aos tempos modernos mudanças nunca antes experimentadas.

Situações como a possibilidade de realização das transações tributárias instituída pela Lei 13.988/2020, com concessões mútuas para restabelecer o equilíbrio das relações entre fisco e contribuintes e permitir a sobrevivência ou mesmo o renascimento de empresas, trouxeram luminosas perspectivas para a solução de conflitos que antes eram considerados como insuperáveis.

A flexibilização no pagamento de precatórios com maior agilidade, contra a aceitação de descontos, a exemplo do Decreto Paulista 63.153/2018, tem se mostrado positiva em um momento em que a busca por recursos financeiros é imprescindível.

A evolução de uma tão esperada Reforma Tributária, com a simplificação do sistema e equilíbrio, tem obtido adesão praticamente uniforme de toda a sociedade.

Logicamente que "novos tempos" trarão também grandes desafios!

Em um momento em que polarizações políticas e sociais são latentes e crescentes, cabe a cada um de nós colaborar conjuntamente com todos os esforços disponíveis para a construção de um futuro melhor para o nosso país.

Juntos.
Somos mais fortes
Juntos.
Enfrentamos
todos os desafios
Juntos.
Criaremos um mundo
mais limpo e saudável

Agradecemos aos nossos parceiros por todo o suporte.
Obrigado aos nossos colaboradores pela coragem e determinação.
Nossas pessoas dão vida ao propósito do Grupo RB de proteger,
curar e nutrir na busca incansável por um mundo mais limpo e saudável.

HEALTH ▸ HYGIENE ▸ HOME
RB Industrial | Grupo RB

O choque da covid-19 na economia brasileira

Empresas do setor de higiene e limpeza deverão ser menos impactadas

Tereza Fernandez
Sócia da MB Associados

O ano de 2020 teve início com perspectivas positivas e indicações de que o Produto Interno Bruto (PIB) cresceria entre 2,5% a 3,5%. A chegada da pandemia, causada pelo coronavírus, mudou o cenário, empurrando o mundo e o Brasil para uma forte recessão.

O desempenho do PIB, no primeiro trimestre, já indica o tamanho do impacto que teremos no ano, lembrando que, nesse resultado, apenas o mês de março sofreu a influência do coronavírus, mas já atingiu, de forma profunda, setores de serviços, construção e a própria indústria, revertendo as expectativas positivas do início do ano.

Algumas projeções preliminares foram elaboradas e, na MB Associados, estamos esperando uma queda de 7,8% no PIB, neste ano, com leve recuperação em 2021 (+2,0%). Do lado da demanda, a retração deve chegar a -7,6%.

Uma leitura mais clara sobre a real situação da nossa economia só deverá começar a aparecer a partir do terceiro trimestre do ano, quando informações sobre desemprego e os reais impactos da pandemia nas empresas, em especial nas pequenas e médias, começarem a aparecer. Em crises, sempre existe uma lacuna entre o início do processo e o seu reflexo na economia real. É um tempo necessário para o empresário entender os fatos e tomar suas decisões.

Os efeitos totais da pandemia, portanto, ainda não são totalmente claros e as incertezas sobre o ritmo de retomada da economia são grandes. Sem uma vacina que resolva a questão, fica muito difícil imaginar como as famílias irão se comportar no pós-pandemia. Muitas são as especulações sobre o assunto, algumas tendências parecem prováveis, como o aumento das compras *on-line*, aumento do teletrabalho e mudança de comportamento em hábitos de limpeza, mas, ainda, sem nenhuma comprovação, inclusive porque o tempo dos acontecimentos ainda é pequeno.

No meio desses impactos, e com a elevação do desemprego e consequente redução na renda da população, é esperada uma contração significativa na demanda. Mas essa queda não ocorrerá de forma linear, em termos setoriais. Alguns sentirão mais que outros.

Quando observamos o desempenho da indústria, segundo dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), no acumulado de 2020, até o mês de abril, essas diferenças ficam claras (como é possível ver no gráfico 1). Enquanto a indústria automobilística apresentou uma queda de 32% no período, a indústria de alimentos cresceu 2,5% e os setores de limpeza, cosméticos, produtos de perfumaria e higiene evoluíram 1,4%. Esse comportamento deve continuar enquanto perdurar a pandemia.

O consumo de produtos básicos, como alimentos e aqueles associados à defesa contra o vírus, a exemplo de equipamentos de proteção individual (EPIs), como máscaras e luvas; álcool em gel e álcool 70%, além de produtos de limpeza, de maneira geral, e alguns de maneira mais intensa – água sanitária, inseticidas e desinfetantes –, continuarão tendo desempenho positivo nesse período, mesmo com o país em recessão. Os demais setores irão apresentar recuperação gradativa, com o tempo. Na nossa avaliação, abril deve ter sido o pior momento da parada súbita nas atividades, de forma geral.

Nesse cenário, e com desempenho positivo, as empresas do setor de higiene e limpeza estarão mais preparadas para atravessar esse período difícil da nossa economia, devendo apresentar menor índice de "mortalidade" do que a média nacional, mesmo que algumas companhias menores possam sentir, de forma importante, os impactos da crise.

Gráfico 1. Produção industrial. Crescimento acumulado no ano, até abril/2020

Fonte: IBGE. Elaboração MB Associados

A MB Associados

A MB Associados, fundada em 1978, é uma empresa de consultoria que presta serviços na área de análise macroeconômica. A empresa desenvolve cenários prospectivos no campo da economia e da política de modo a auxiliar seus clientes no desenvolvimento de seus negócios.

Um grande diferencial da MB Associados ao longo de sua história é o acompanhamento sistemático de setores relevantes da economia, agregando valor à análise efetuada para empresas, gestores de renda variável e operadores de crédito do mercado financeiro.

A consultoria se realiza através de reuniões, conferências, envio de análises e projeções de indicadores e discussão direta com os clientes sob as mais variadas formas de comunicação (e-mail, telefone e *conference calls*).

A MB também participa de atividades de planejamento estratégico, elaboração de pareceres, projetos e consultoria empresarial.

CONTATO

Rua Henrique Monteiro, 90 Térreo / 12º andar | Pinheiros 05423-020 | São Paulo | SP | Brasil Fone: (11) 3372-1085

contato@mbassociados.com.br

NOSSAS PÁGINAS

www.mbassociados.com.br

facebook.com/mbassociados

pt.linkedin.com/company/mb-associados

ENTREVISTA

entrevista

Hábitos de higiene ganharam destaque durante a pandemia e devem se fortalecer entre os brasileiros

O ano de 2020 está sendo marcado por mudanças na vida de todas as pessoas. As incertezas diante do futuro econômico são muitas, mas também é forte a crença de que antes é preciso cuidar da saúde. Para o **Secretário Municipal de Saúde de São Paulo, Edson Aparecido dos Santos**, a recuperação econômica certamente virá em breve. Na entrevista a seguir, ele fala sobre os impactos da doença e quais lições todos nós tiraremos desse acontecimento. Para ele, uma das mais importantes é o fortalecimento do sistema público de saúde, que tem se mostrado forte e gerado resultados concretos à população.

Como o senhor avalia os impactos da pandemia do novo coronavírus no Brasil?

Edson Aparecido dos Santos: A pandemia afetou diretamente a vida de todos os brasileiros. Falando como gestor de saúde da décima maior cidade do mundo, posso ver o dia a dia de muitos se modificando. Em março, o vírus ainda era um desconhecido no Brasil e o mundo estava começando a entender os seus impactos e a maneira de "lutar" contra ele. Hoje, cinco meses depois, os paulistanos estão mudados.

Não posso fechar os olhos para o impacto econômico que a pandemia gerou para a cidade, mas ainda é o momento para se preocupar com a cura dos nossos pacientes; a recuperação econômica certamente virá em breve.

Falando especificamente de São Paulo, e do que a doença gerou para a saúde pública do município, o Sistema Único de Saúde (SUS) se mostrou forte e trouxe resultados concretos, como seis novos hospitais em distintas regiões da cidade: Vila Brasilândia, Bela Vista, Parelheiros, Guarapiranga, Capela do Socorro e Cruz Vermelha, que se juntaram a outros 19 que já faziam parte da rede hospitalar. Além disso, em breve, mais 180 leitos serão disponibilizados à população, com a abertura de dois novos hospitais: Brigadeiro (120 leitos) e Sorocabana (60 leitos), na Lapa.

O Hospital Municipal Dr. Moysés Deutsch (M'Boi Mirim), localizado no extremo sul da capital, recebeu mais 100 leitos, que permanecerão após o fim da pandemia para atendimento dos moradores da região.

Tudo o que a pandemia fez avançar na estrutura e na qualidade dos serviços será mantido no Sistema SUS da cidade de São Paulo, que foi determinante para o enfrentamento da pandemia. É importante ressaltar que a rede municipal contratou mais de 9 mil profissionais de saúde para o enfrentamento da doença.

Além disso, parte do investimento feito no Hospital de Campanha do Pacaembu voltou para a cidade, pois a Organização Social do Einstein, que gerenciou a unidade, fez uma doação de inúmeros equipamentos que foram utilizados no HMCamp. Essa doação representa R$ 7 milhões de volta para uso da própria população por meio dos serviços.

Para além dos impactos negativos de uma doença desconhecida, o que podemos tirar de lição disto?

Edson Aparecido: A principal lição é a real força e coragem dos servidores e profissionais em geral da saúde de São Paulo. Nunca duvidei que tivesse sob a minha gestão profissionais que realmente amam o que fazem e que abdicam muito dos seus momentos em família e com amigos para estarem nas Unidades de Saúde, cuidando, com conhecimento técnico e humano, da população. Mas durante o combate à covid-19, isso ficou claro para todos. Tive a certeza do atendimento humanizado prestado

por cada técnico(a) que acolheu e acolhe os nossos usuários nos mais de mil equipamentos na cidade de São Paulo.

A saúde municipal criou fluxos de contrarreferência nos estabelecimentos de urgência para monitorar os casos leves, visando controlar hospitalizações evitáveis. Esse foi um avanço para proteger as pessoas previamente contra os agravos da doença.

Também não posso esquecer da população da cidade, que em sua grande maioria respeitou a quarentena e seguiu as recomendações das autoridades sanitárias, permanecendo em casa e permitindo que pudéssemos ser um dos primeiros municípios a avançar no Plano São Paulo, que é baseado em dados científicos e, principalmente, resultantes de um planejamento eficaz.

Em 2020, pudemos presenciar o impacto de uma pandemia no mundo, e isso ocorreu de várias formas. E um dos desafios, como gestor da saúde da capital, foi preparar a sociedade para o enfrentamento de um inimigo que se mostra muito poderoso.

A pandemia deu luz a desigualdades sociais de dimensões globais e desorganizou a economia. Contudo, primeiro é preciso que a gente preserve as vidas para, depois, recuperar a economia. Essa é uma luta coletiva, entre o poder público e a sociedade, contribuindo, em especial, para aquelas pessoas que mais precisam retomar suas atividades, criando alternativas de trabalho e renda.

Vale ressaltar que o conhecimento acumulado contribuirá para tomadas de decisões rápidas, caso surjam outras doenças infecciosas no futuro. A estrutura montada poderá acompanhar os curados para analisar eventuais sequelas da covid-19.

Como o senhor avalia o Marco Legal do Saneamento Básico?

Edson Aparecido: A aprovação do Marco Legal do Saneamento Básico foi de grande importância para o país. É fundamental que possamos oferecer à população acesso aos serviços de tratamento de água e esgoto. É, inclusive, uma questão de cidadania. Para ampliar os resultados das nossas ações de saúde é primordial que os munícipes tenham acesso a esses serviços.

Qual sua perspectiva em relação à participação da iniciativa privada na retomada pós-pandemia?

Edson Aparecido: Juntamente com o poder público, a iniciativa privada tem um papel relevante na retomada das atividades. É importante que todos os segmentos econômicos cumpram devidamente, e também fiscalizem, os protocolos firmados com a Prefeitura de São Paulo para o retorno de suas atividades. Confio que estes setores tenham compromisso para que, juntos, consigamos manter o controle dessa pandemia na cidade de São Paulo.

Mesmo que se viabilize a vacina contra a covid-19, quais hábitos de higiene o senhor acredita que deverão permanecer?

Edson Aparecido: Ter bons hábitos de higiene pessoal sempre foi recomendável. E uma das mais importantes formas de enfrentamento da covid-19 é a correta higiene das mãos. Nós, que atuamos na área da saúde, já tínhamos isso como regra mesmo antes da pandemia.

Agora, acredito que as pessoas tenham se sensibilizado com o que estamos passando e adotem, imediatamente, essas práticas no cotidiano. Já no mundo corporativo, a lição a ser tirada é semelhante: deve ocorrer um reforço na higienização e manutenção dos ambientes, evitando-se, assim, riscos à saúde dos colaboradores.

LIMPEZA COMEÇA COM CONHECIMENTO

intoCleaning

Acesse agora: Todas as informações sobre nossos produtos, solicitação de amostras e uma ferramenta interativa de seleção de produtos agrupadas em um novo portal cloud-based, chamado *intoCleaning*.

intocleaning.evonik.com

Evonik Cleaning Solutions

EVONIK
Leading Beyond Chemistry

DESEMPENHO DO SETOR

Desempenho do setor

Análise ABIPLA

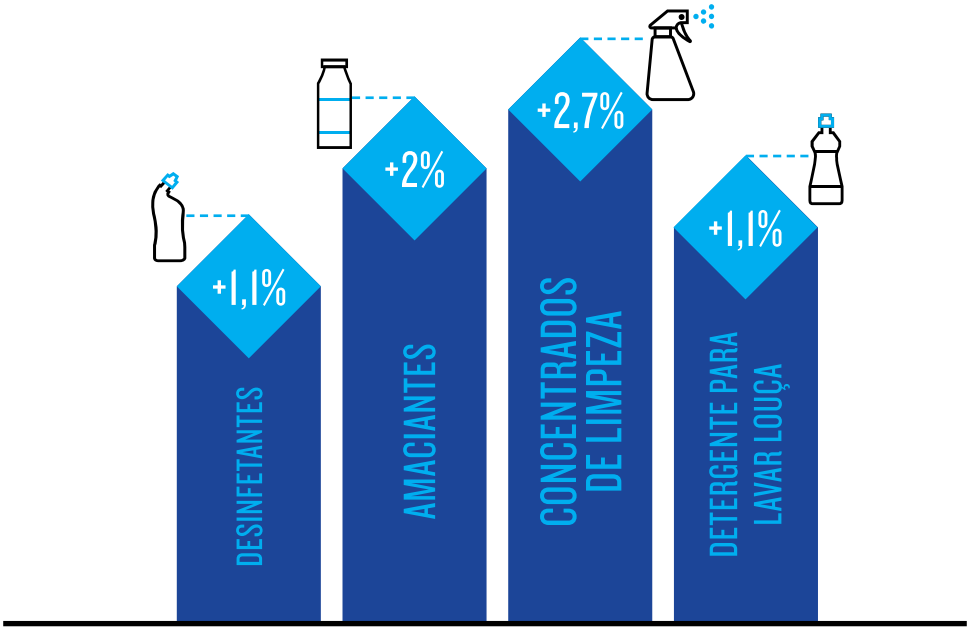
Em 2019, segundo dados da Nielsen, o setor que a ABIPLA representa manteve-se em uma tendência de crescimento deslocada do Produto Interno Bruto (PIB), movimento este que temos observado desde 2017. Exemplo disso foi a superação de nossa projeção de 3,11% para 2019 - o setor registrou um crescimento de 5,7% (IBGE, 2019). Outros índices mantiveram-se positivos, como quantidade de empresas, majoração substantiva de empregos e uma melhora na performance de vendas no varejo.

Descartaram-se os produtos para higienização básica como desinfetantes e concentrados de limpeza, ambos com crescimento acima da inflação. Houve também inovações, com o lançamento de produtos multipropósitos com novas formulações e novas embalagens, que refletiram a preocupação com o design e a reciclabilidade.

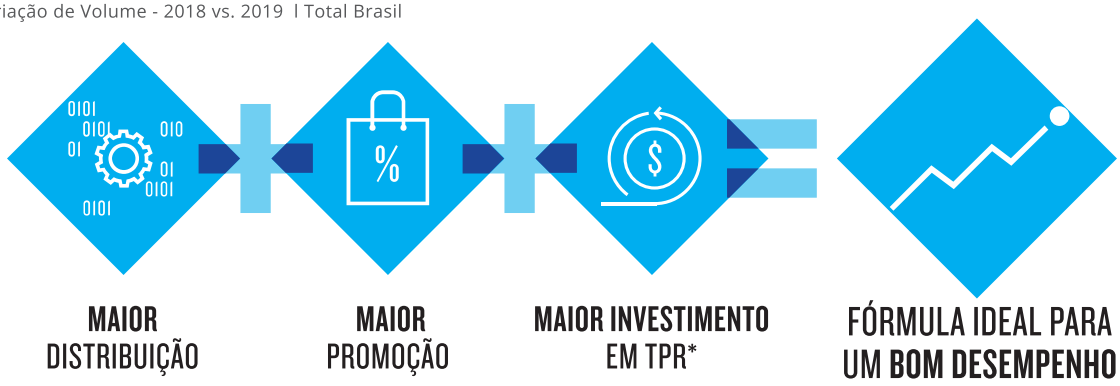
Verificamos também que o mercado brasileiro foi atuante nos lançamentos globais de produtos de limpeza, pois o potencial de crescimento é alto e o Brasil é considerado o *player* mais importante da América Latina.

QUAIS FORAM OS DESTAQUES DO SEGMENTO DE LIMPEZA CASEIRA EM 2019?

RANKING TOP 4 CATEGORIA



Fonte: Variação de Volume - 2018 vs. 2019 l Total Brasil



Há 50 anos no Brasil, a Nielsen traz o entendimento completo das tendências e hábitos de consumo sob uma perspectiva única.

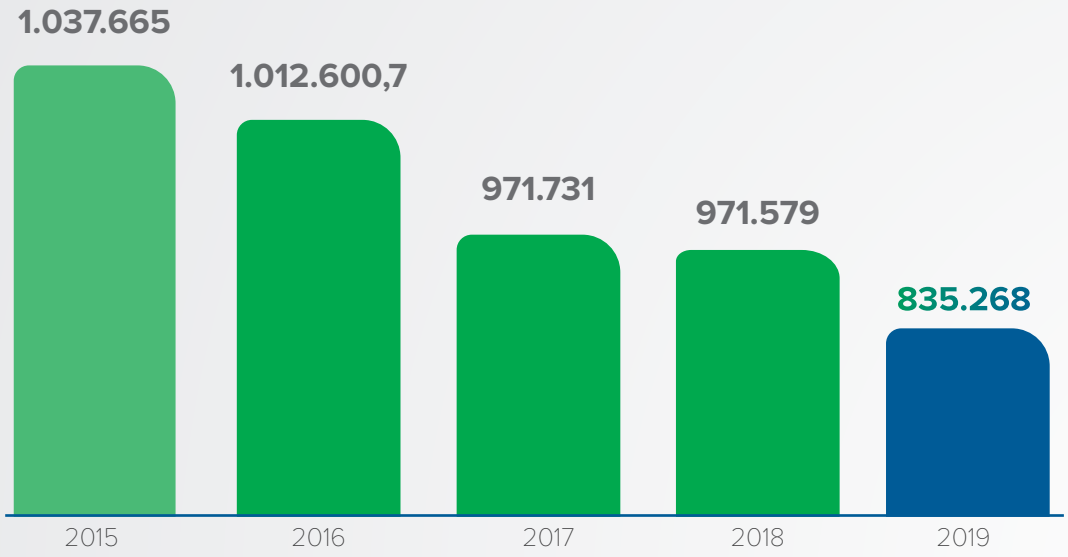
Para mais informações: brasil@nielsen.com

/NielsenBrazil /Nielsen /nielsenbrasil nielsen.com/br/pt https://spoti.fi/2Tddn2

Copyright © 2020 The Nielsen Company (US), LLC. All Rights Reserved.

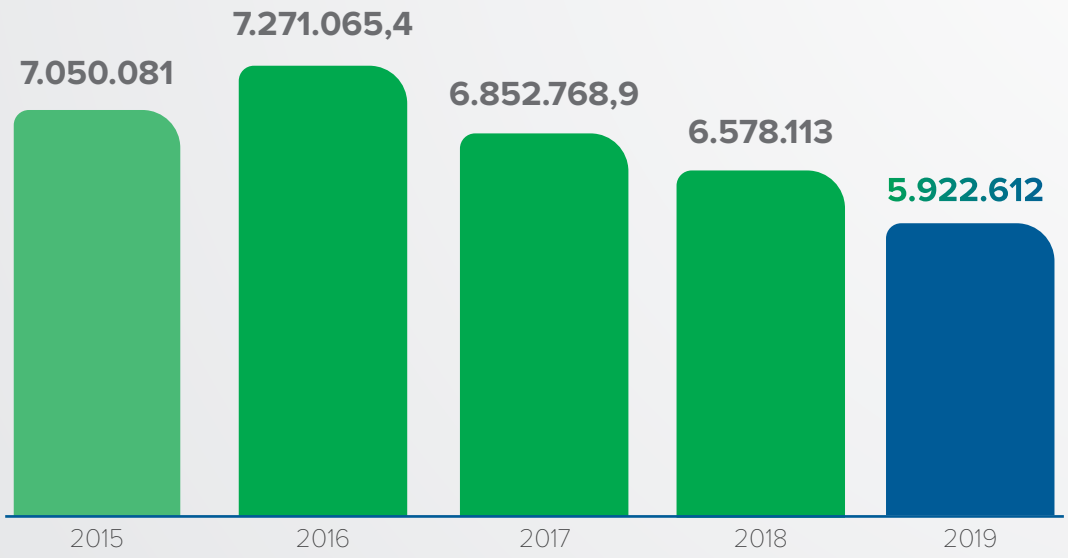
*TPR: Redução Temporário de Preço

Detergentes para lavar roupa
(em pó e líquido)
Volume, em toneladas



Fonte: Nielsen.

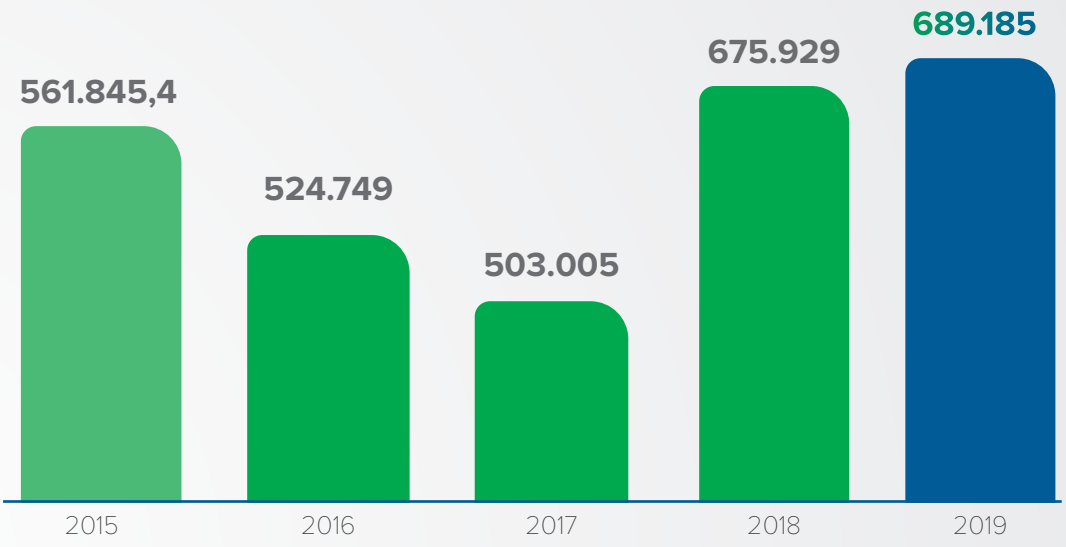
Detergentes para lavar roupa
(em pó e líquido)
Valor, em R$ mil



Fonte: Nielsen.

Amaciantes

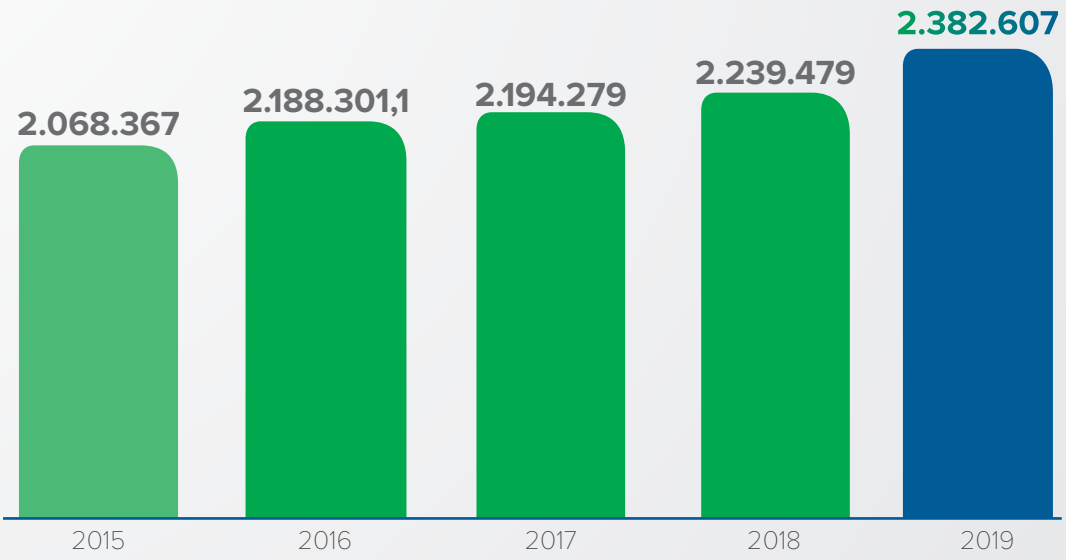
Volume, em mil litros



Fonte: Nielsen.

Amaciantes

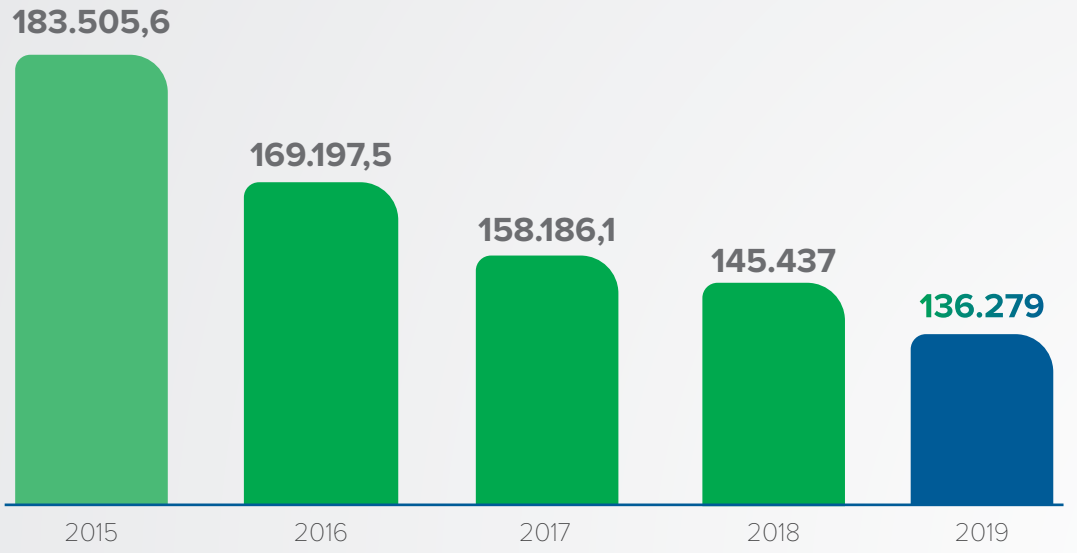
Valor, em R$ mil



Fonte: Nielsen.

Sabão em barra

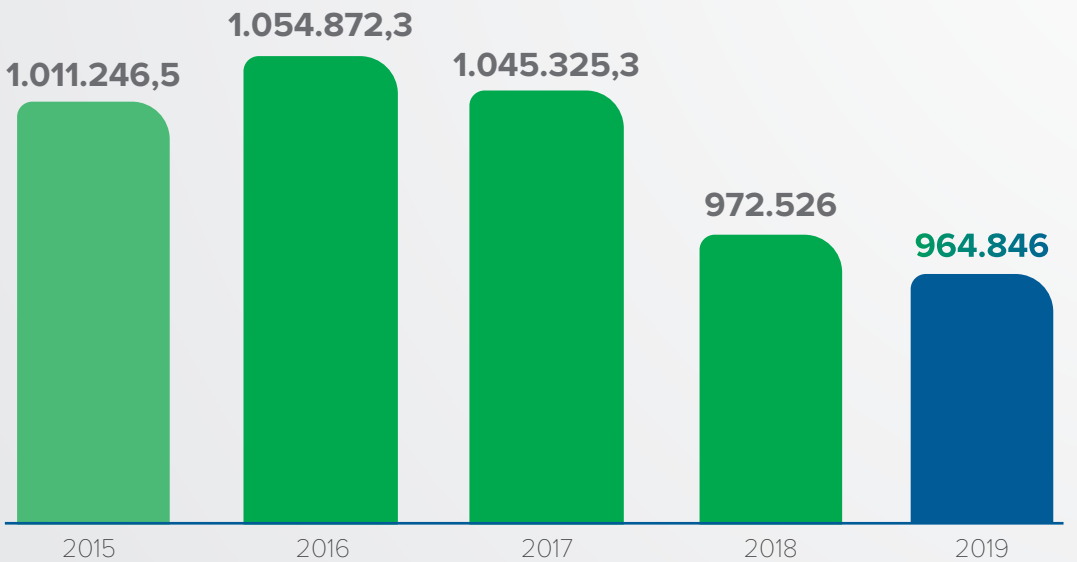
Volume, em toneladas



Fonte: Nielsen.

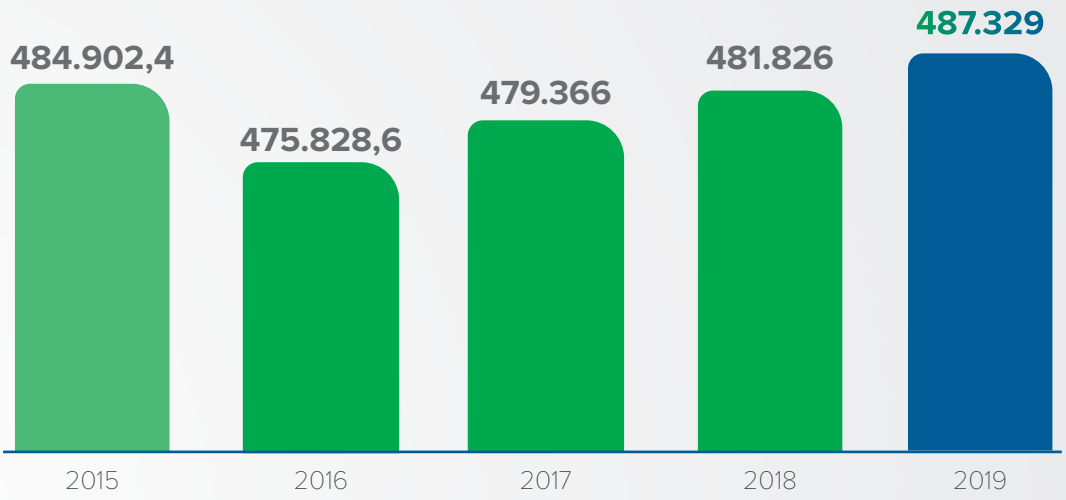
Sabão em barra

Valor, em R$ mil



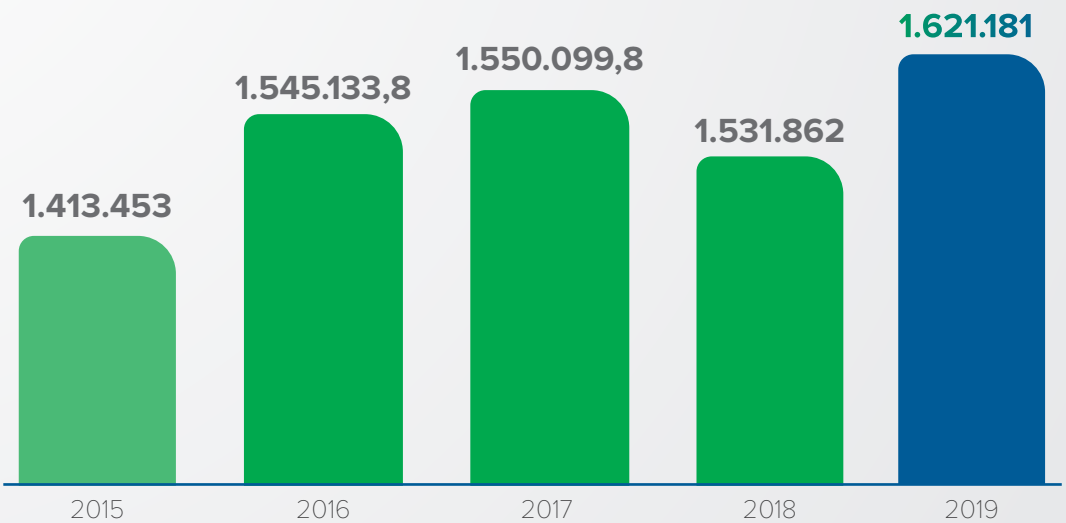
Fonte: Nielsen.

Detergente para lavar louça
(líquido)
Volume, em litros



Fonte: Nielsen.

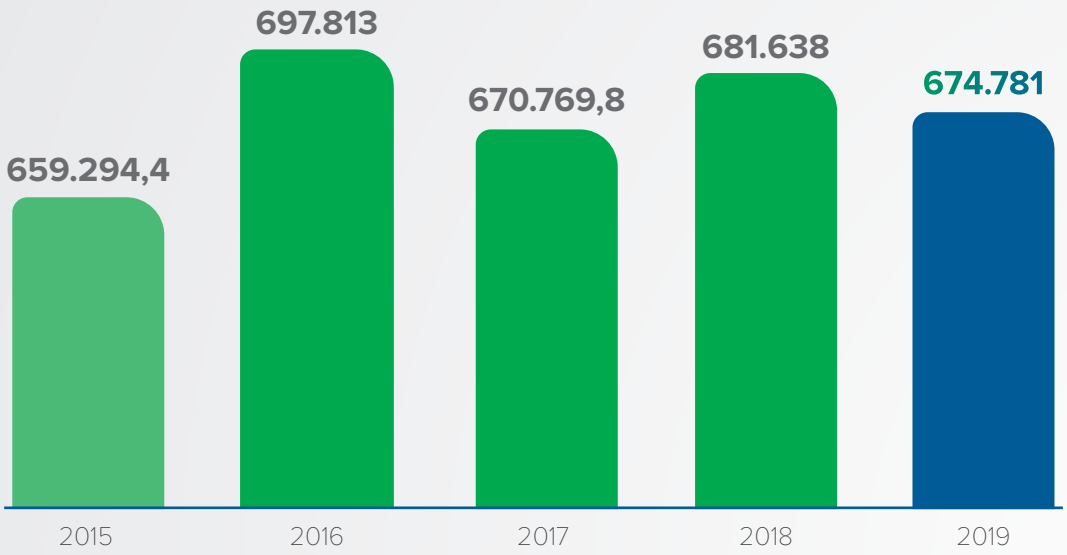
Detergente para lavar louça
(líquido)
Valor, em R$ mil



Fonte: Nielsen.

Água sanitária e alvejantes
(com ou sem cloro)*

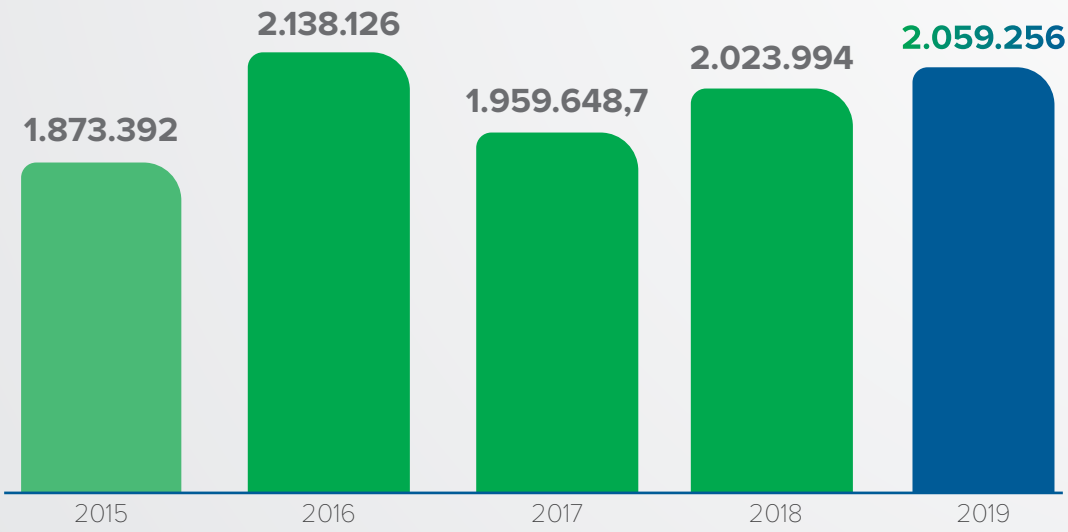
Volume, em mil litros



Fonte: Nielsen.

Água sanitária e alvejantes
(com ou sem cloro)*

Valor, em R$ mil

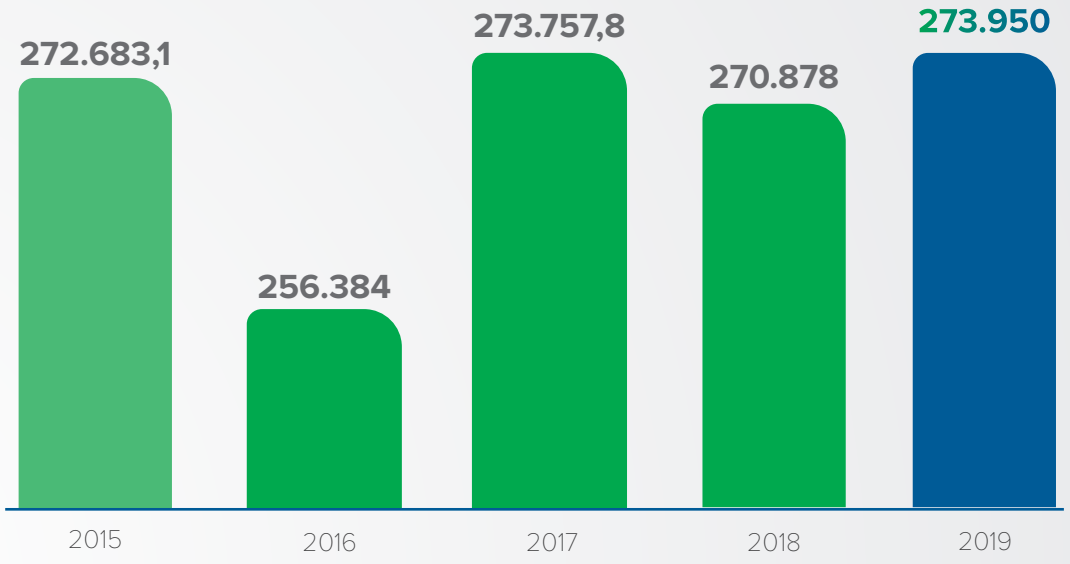


* Categorias com dados mensalizados a partir de 2016.

Fonte: Nielsen.

Desinfetantes*

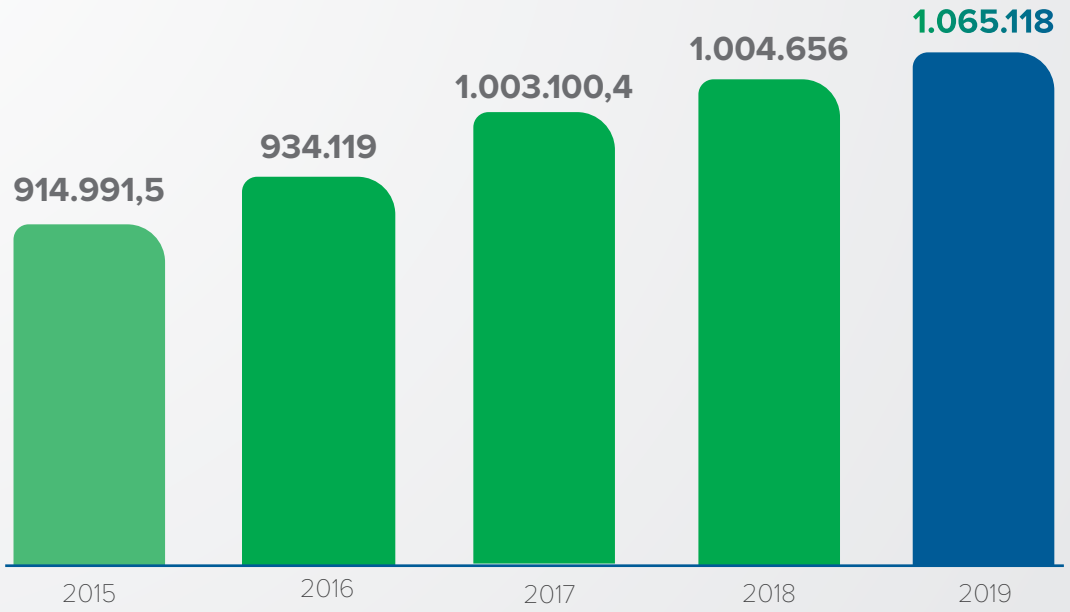
Volume, em mil litros



Fonte: Nielsen.

Desinfetantes*

Valor, em R$ mil

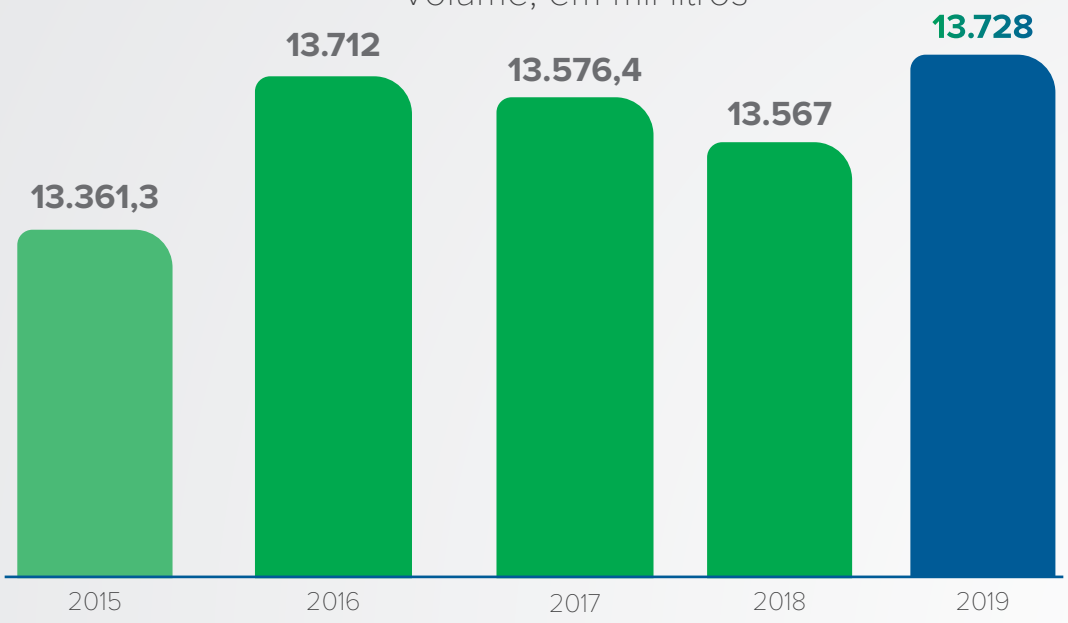


* Categorias com dados mensalizados a partir de 2016.

Fonte: Nielsen.

Limpadores para banheiro*

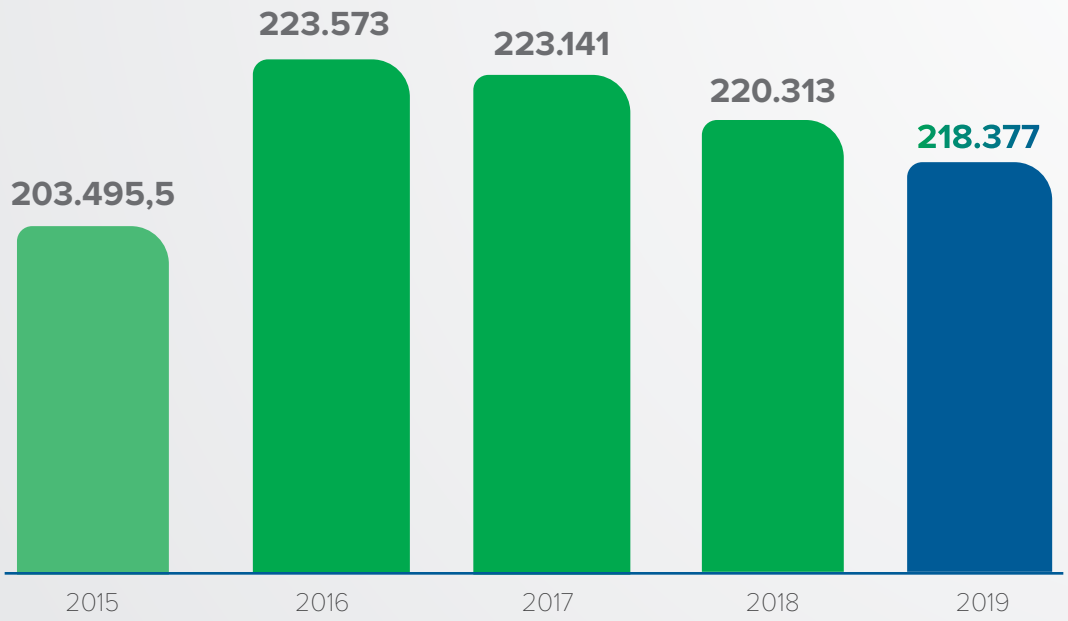
Volume, em mil litros



Fonte: Nielsen.

Limpadores para banheiro*

Valor, em R$ mil



* Categorias com dados mensalizados a partir de 2016.

Fonte: Nielsen.

Multiusos

(concentrados de limpeza)*

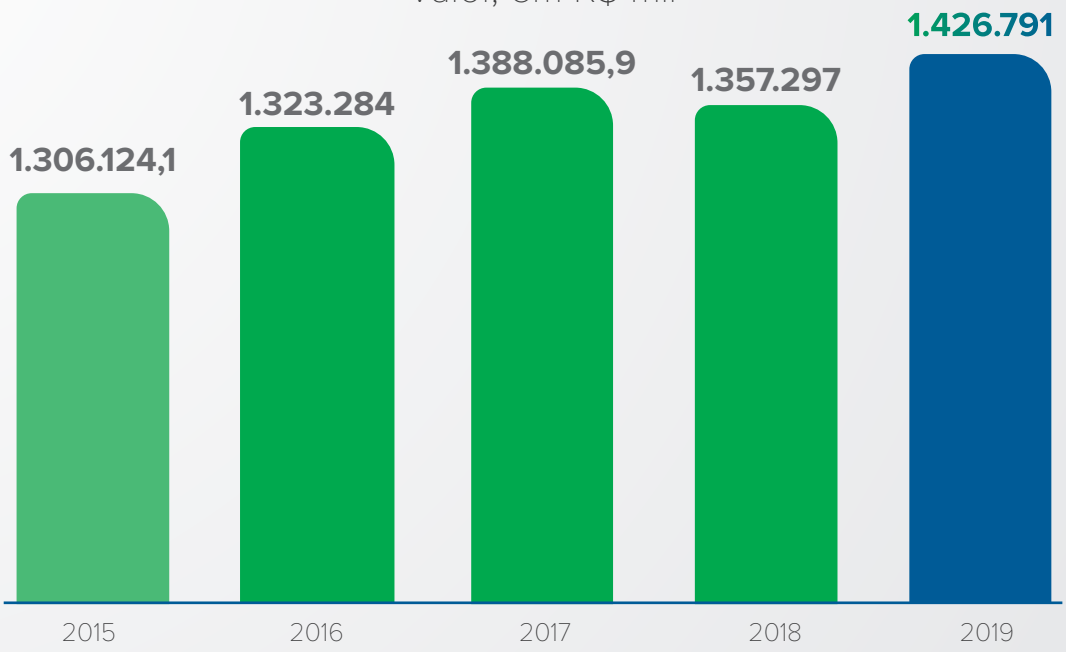
Volume, em mil litros

Fonte: Nielsen.

Multiusos

(concentrados de limpeza)*

Valor, em R$ mil

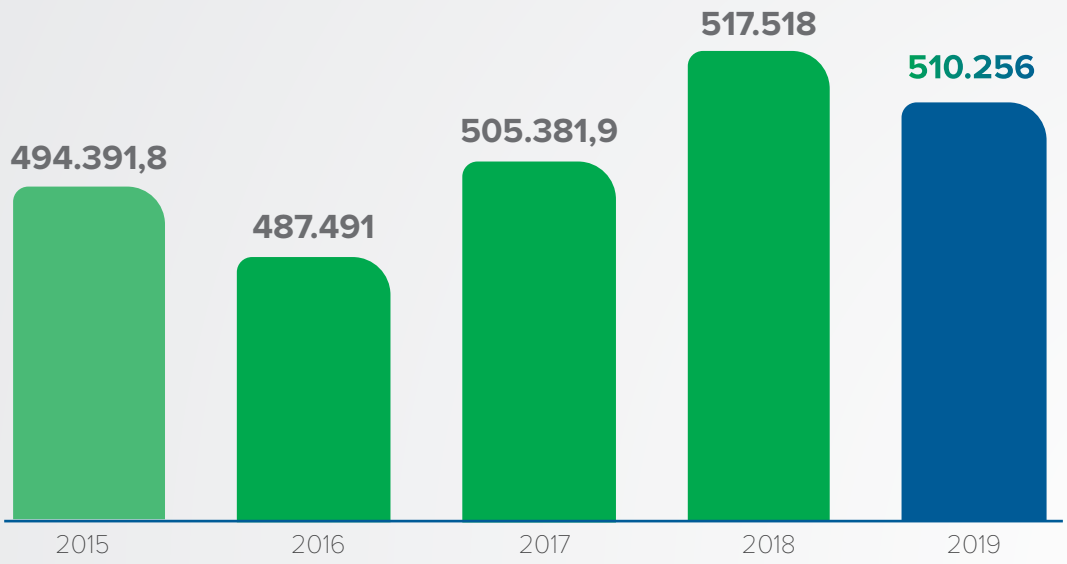


* Categorias com dados mensalizados a partir de 2016.

Fonte: Nielsen.

Esponjas sintéticas

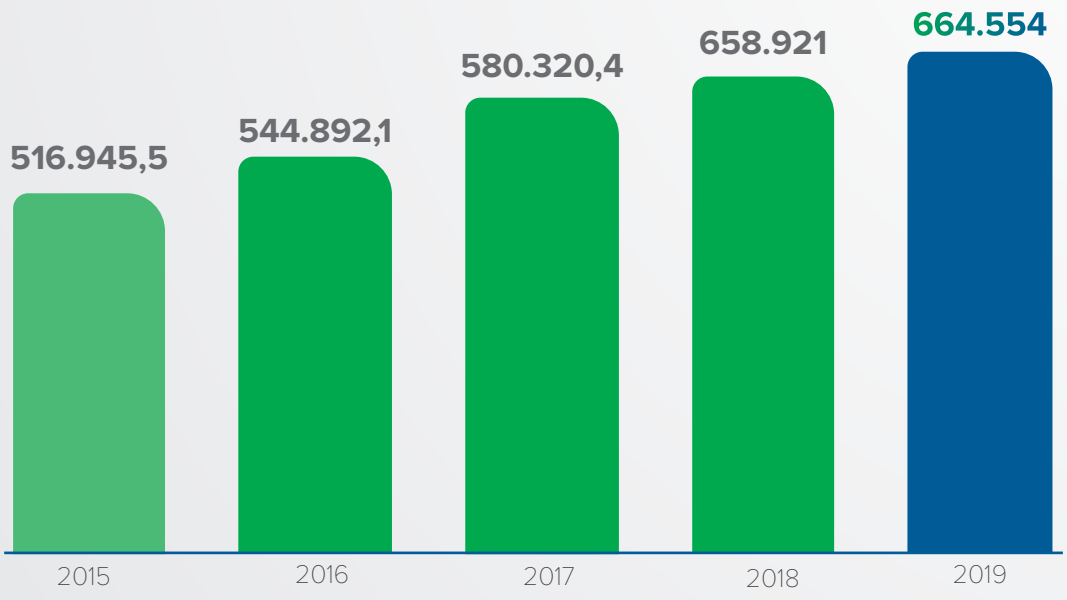
Volume, em milhares de unidades



Fonte: Nielsen.

Esponjas sintéticas

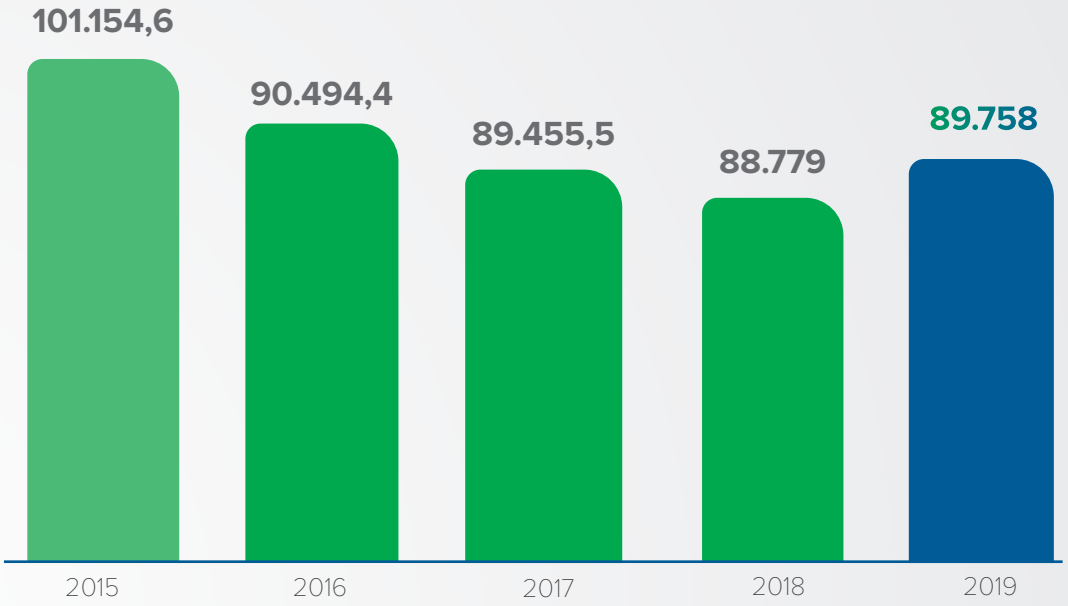
Valor, em R$ mil



Fonte: Nielsen.

Inseticidas aerossóis

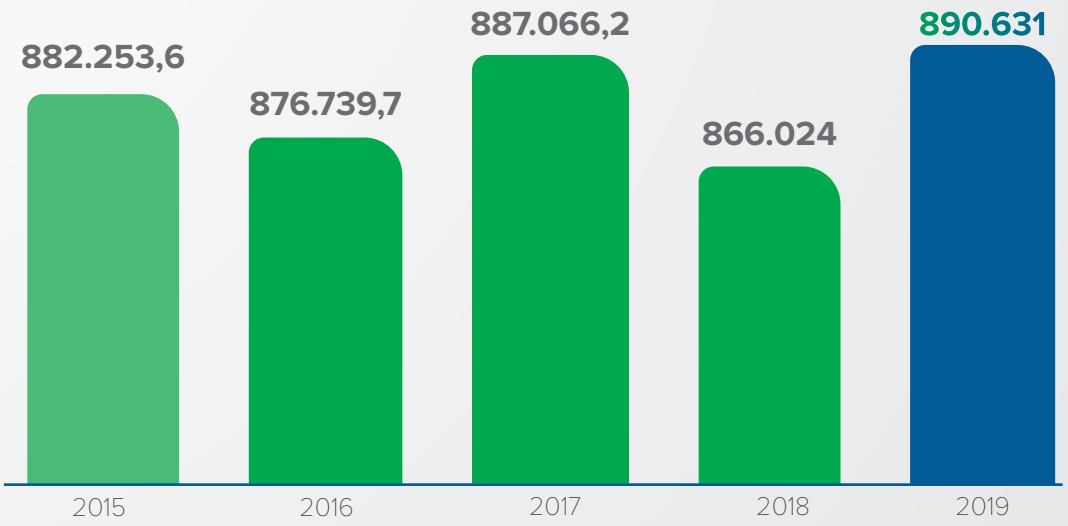
Volume, em milhares de unidades



Fonte: Nielsen.

Inseticidas aerossóis

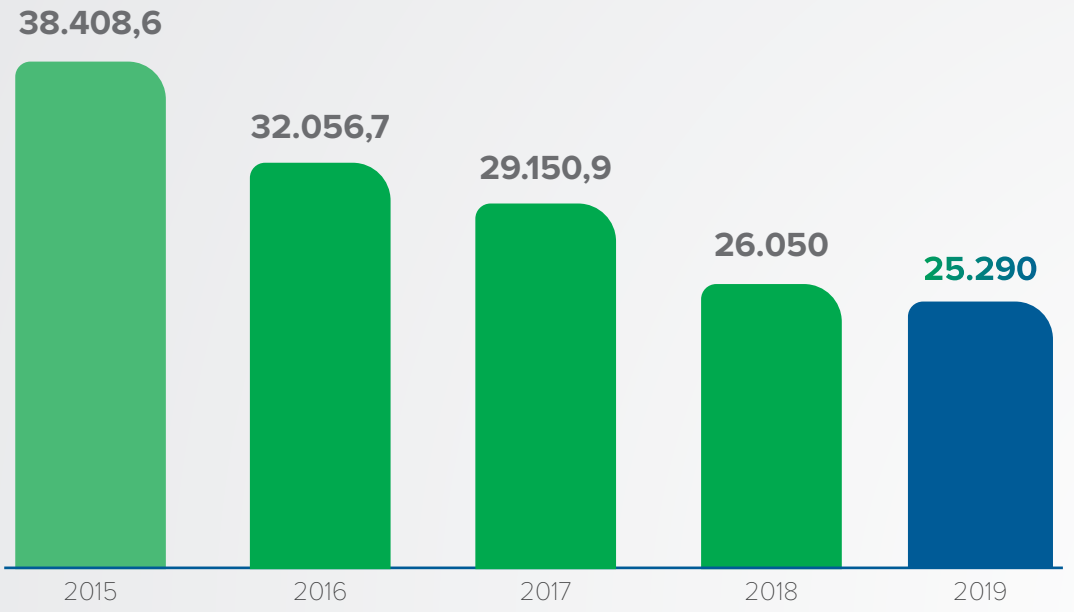
Valor, em R$ mil



Fonte: Nielsen.

Inseticidas elétricos

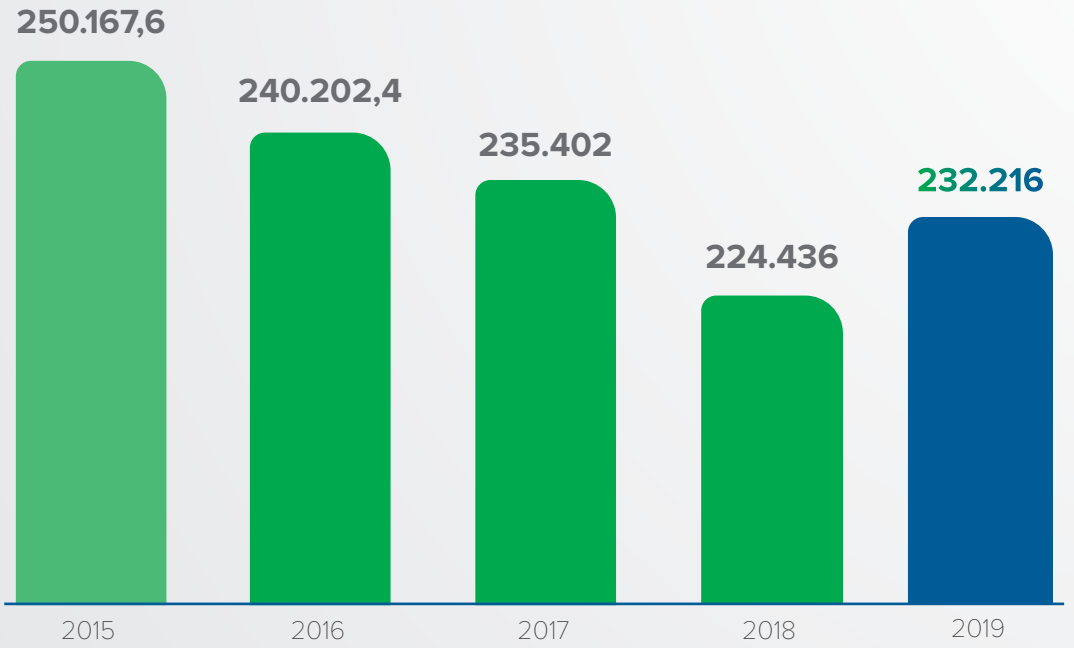
Volume, em milhares de unidades



Fonte: Nielsen.

Inseticidas elétricos

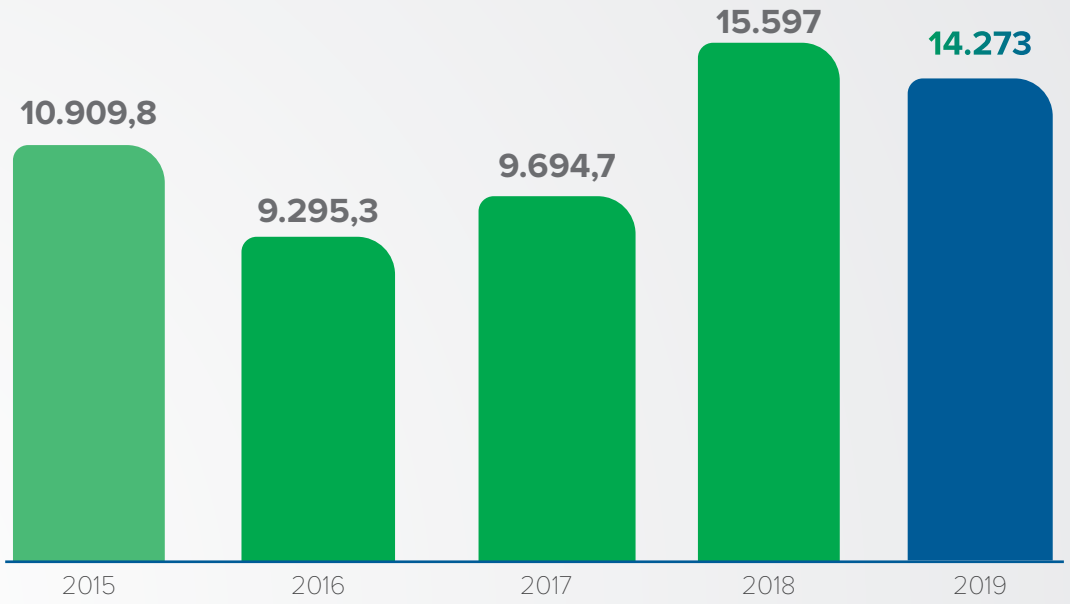
Valor, em R$ mil



Fonte: Nielsen.

Inseticidas armadilhas

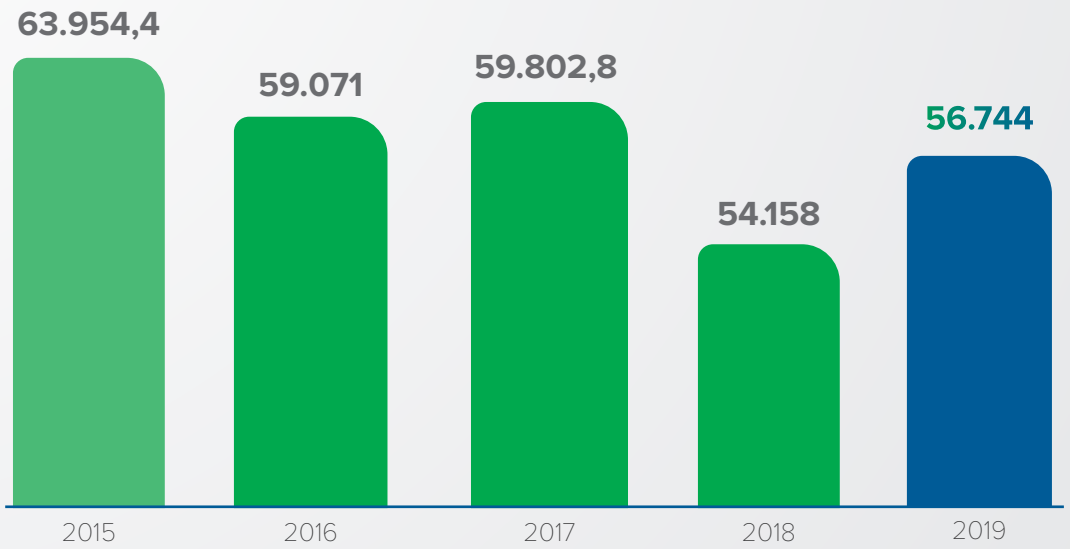
Volume, em milhares de unidades



Fonte: Nielsen.

Inseticidas armadilhas

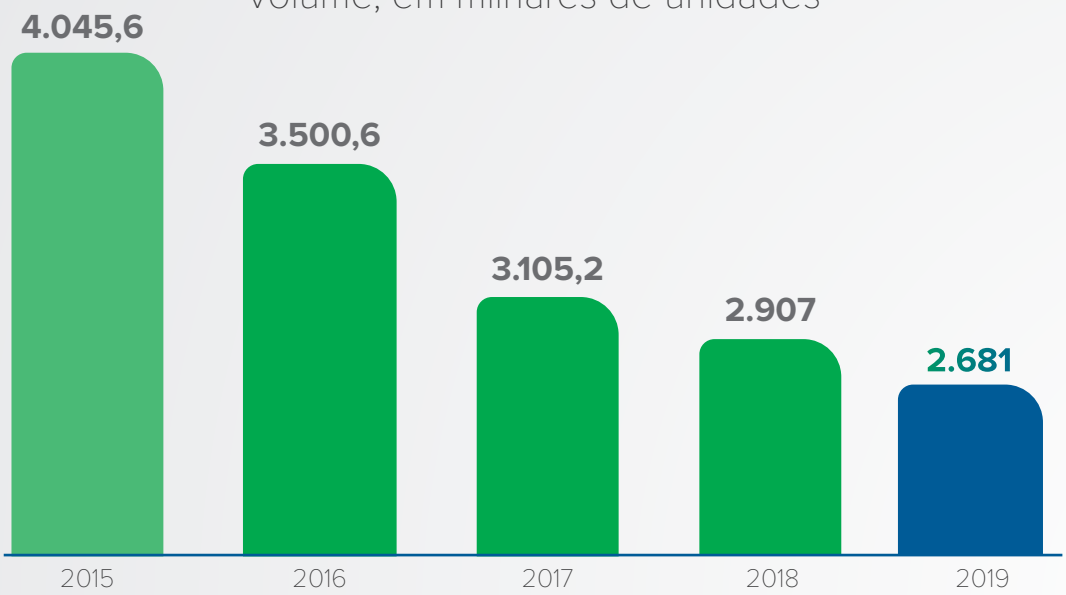
Valor, em R$ mil



Fonte: Nielsen.

Inseticidas líquidos

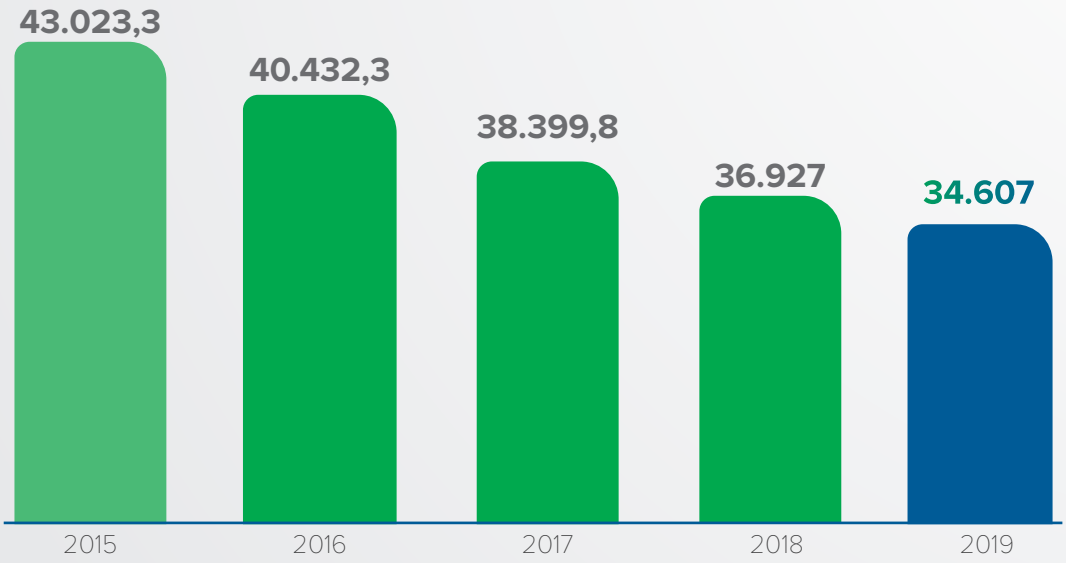
Volume, em milhares de unidades



Fonte: Nielsen.

Inseticidas líquidos

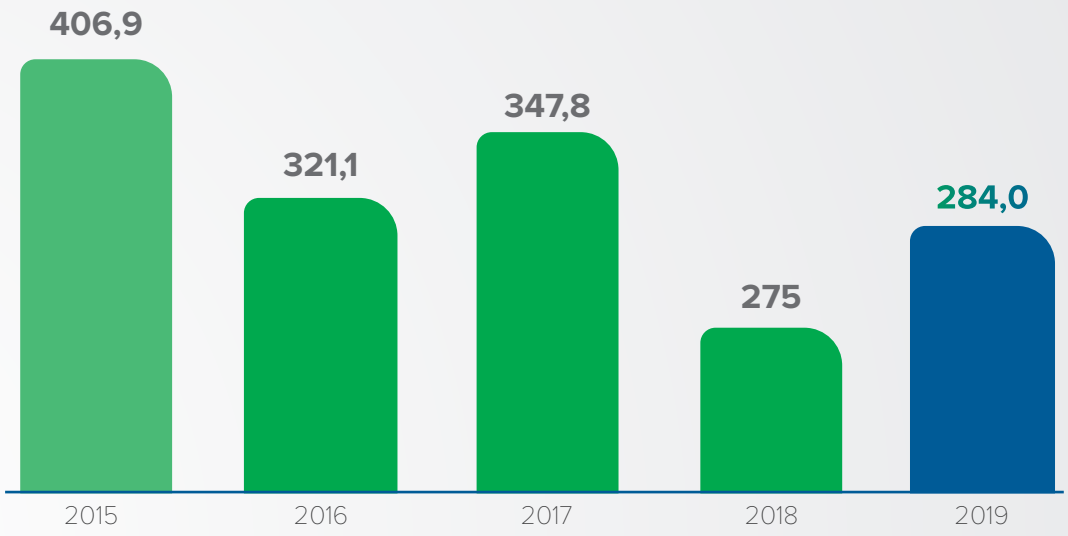
Valor, em R$ mil



Fonte: Nielsen.

Inseticidas gás fumegante

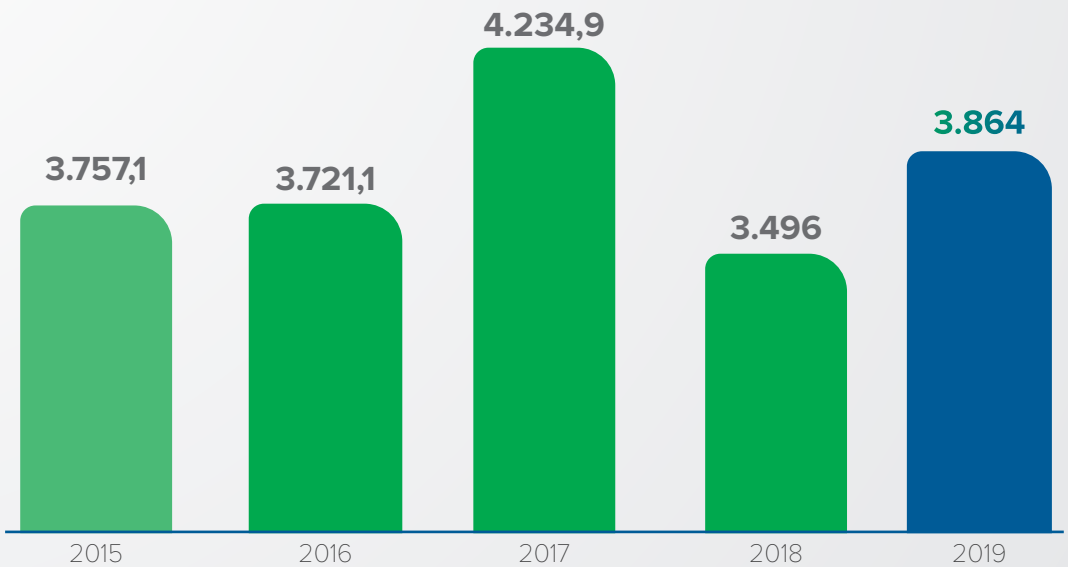
Volume, em milhares de unidades



Fonte: Nielsen.

Inseticidas gás fumegante

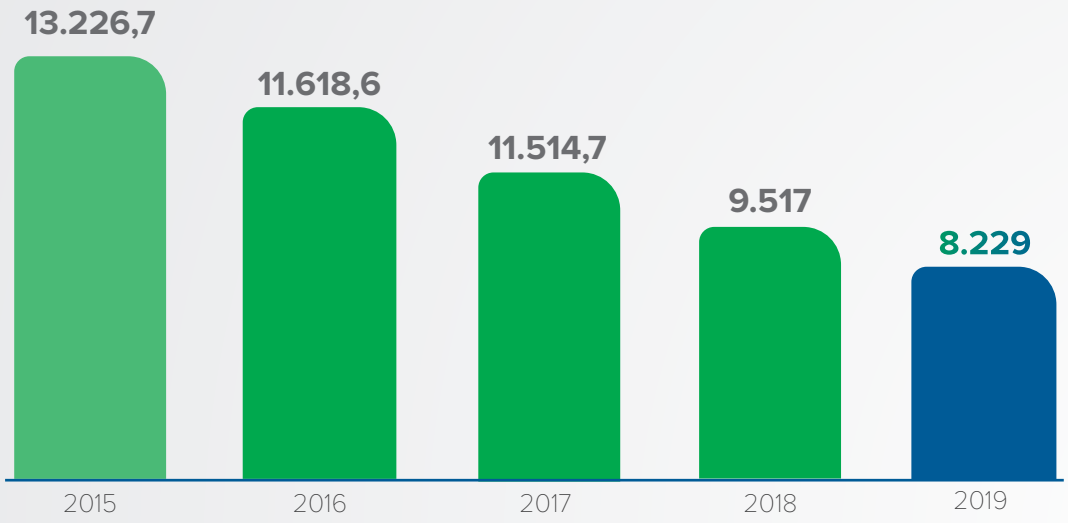
Valor, em R$ mil



Fonte: Nielsen.

Inseticidas espiral

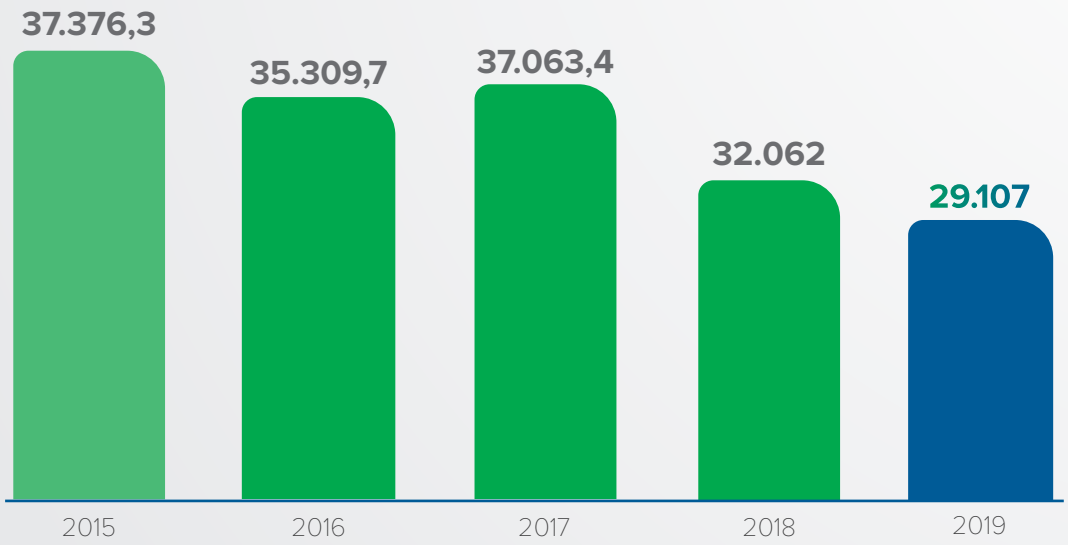
Volume, em milhares de unidades



Fonte: Nielsen.

Inseticidas espiral

Valor, em R$ mil



Fonte: Nielsen.

ecorenova

Produtos de Limpeza inovadores, eficientes e sustentáveis

A Eco Renova ajuda a tornar o ***mundo mais verde,*** *através de soluções inteligentes em produtos de limpeza, saneantes e sanitizantes. Utilizando tecnologia verde,* ***alta biodegradabilidade, com ausência total de insalubridade, à base de água e matérias primas renováveis.***

Novos Produtos:

ACQUA SOLAR, ACQUA NAVAL E HPC CLEANER

Telefone: *+55 11 4705-1423 /* ***WhatsApp:*** *+55 11 98425-0047*
ecorenova@ecorenova.com.br / www.ecorenova.com.br

EMPRESAS ASSOCIADAS À ABIPLA

Empresas associadas à ABIPLA

Companhias nacionais e multinacionais
de diferentes tamanhos

SEGMENTO DOMÉSTICO
bens de consumo

3M
Anhembi
Bom Bril
brilux
Candura
Casakm
Da nossa casa para sua casa
COLGATE-PALMOLIVE
DUPONT
Flora
Girando Sol
PRODUTOS DE LIMPEZA
GTEX BRASIL
HIDROALL
Ingleza
Desde 1956 JIMO
QUALIDADE COMPROVADA
Kalykim
KING
MANUFATURA PRODUTOS KING
MAYOR QUÍMICA
PRODUTOS QUÍMICOS E DE LIMPEZA
RAZZO
rb
RB Industrial
SCJohnson
Uma empresa de família trabalhando por um mundo melhor
Start
Total Química
Onde tem química, tem vida.
TUPI
Unilever
VAREK
Ypê

INSTITUCIONAL

profissionais

Diversey

ECOLAB

ecorenova
Limpeza Limpa

Insert
Química Industrial
Soluções em Higiene e Limpeza

Larkin

MercoTech
Qualidade e Tecnologia

QUIMILAUS
Indústria Química

Sigura

Renko

INSUMOS E MATÉRIAS-PRIMAS

BASF
The Chemical Company

EVONIK
POWER TO CREATE

Lonza

novozymes
Rethink Tomorrow

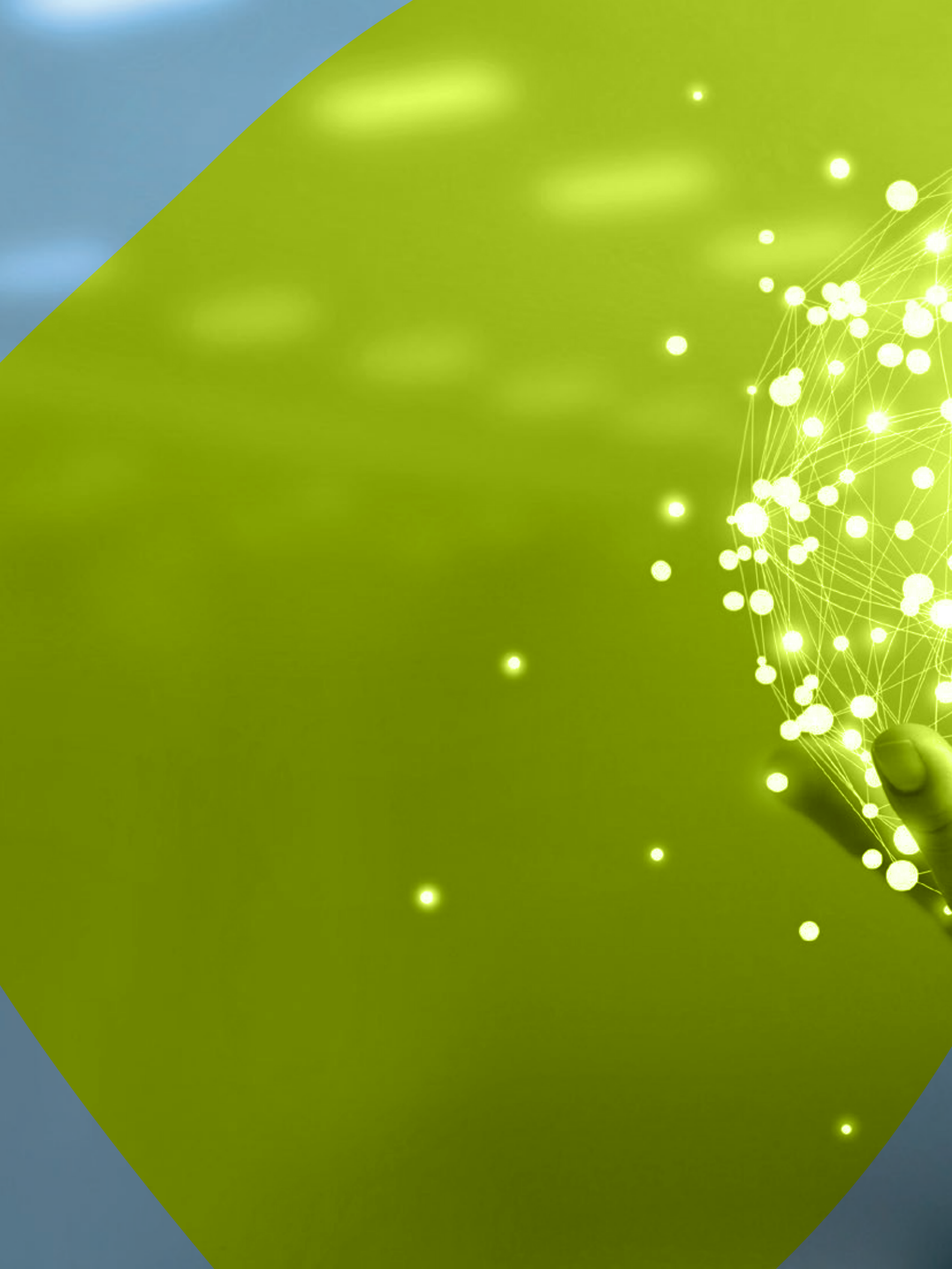
OXITENO
Evolution by chemistry

SERVIÇOS ESPECIALIZADOS

Manuchar

MERIEUX
NutriSciences

UnivarSolutions



FICHAS TÉCNICAS

ANHEMBI

Anhembi

SAMUEL NORONHA
Diretor Executivo

RENATO BORDUCCHI
Diretor de Operações

HISTÓRICO

Detentora das marcas Qboa e Super Candida, a Anhembi está presente em mais de 30% dos lares brasileiros e é líder de mercado nas categorias de água sanitária há mais de sete décadas.

A linha de produtos da Anhembi é reconhecida por sua tradição, confiança e qualidade, além de oferecer proteção e saúde para o lar e para toda família.

A Anhembi valoriza o relacionamento junto aos seus consumidores, clientes, fornecedores, parceiros de negócio e colaboradores, pois sabemos que a união desses esforços é essencial para atender às necessidades do mercado e dos nossos consumidores, através de produtos com benefícios relevantes para ajudar no dia a dia das famílias brasileiras.

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, Multi-uso, Wipes, Amaciante e Tira manchas

Duas plantas fabris:
em Osasco (SP) e em Simões Filho (BA)

(11) 2167-3200
0800-557030

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

COLGATE

HISTÓRICO

A Colgate-Palmolive, fundada em 1806 por William Colgate, chegou ao Brasil em 1927. No início de suas operações, no Rio de Janeiro, as atividades da companhia voltaram-se para o conhecimento do mercado, hábitos de higiene da população e estudos de fórmulas de produtos que melhor atendessem às necessidades do consumidor, respeitando o clima e as condições locais. Essa preocupação continua fortemente presente nos dias atuais. Nesses mais de 90 anos no país, a companhia tem investido constantemente em pesquisas e inovação, buscando proporcionar a todas as pessoas um futuro com motivos para sorrir.

A empresa promove a saúde oferecendo uma linha completa de produtos consagrados em Higiene Oral (Colgate, Sorriso, Tandy, Elmex e Prevent), Higiene Pessoal (Palmolive, Protex e Darling), Limpeza do Lar (Pinho Sol, Ajax e Ola) e Nutrição Animal (Hill's). Em todas as categorias em que atua, a Colgate-Palmolive é referência de qualidade e possui marcas fortes e líderes de mercado, altamente presentes nos lares dos brasileiros. A companhia também atua em projetos educacionais — como o programa "Sorriso Saudável, Futuro Brilhante", que já beneficiou mais de 73 milhões de crianças no Brasil, disseminando hábitos saudáveis de higiene bucal.

Para a fabricação de seus produtos, a Colgate-Palmolive conta com duas unidades industriais, localizadas no bairro do Jaguaré (SP) e na Rodovia Anchieta (SP), e também com dois centros de distribuição, localizados na Rodovia Imigrantes (SP) e na Paraíba. Durante sua trajetória, a empresa sempre primou pelo respeito aos seus colaboradores, consumidores e entidades parceiras, contando atualmente com mais de 3,3 mil funcionários no Brasil.

MISSÃO

Construindo um futuro com motivos para sorrir.

A Colgate-Palmolive é uma empresa inovadora e responsável, que está em constante crescimento e que projeta um futuro mais saudável para as pessoas, seus animais de estimação e nosso planeta.

PRODUTOS E SERVIÇOS

Linha completa de produtos em Higiene Oral, Higiene Pessoal, Limpeza do Lar e Nutrição Animal.

COLGATE-PALMOLIVE

LUCIANA ABE
Diretoria de Mídia e Comunicação

www.colgatepalmolive.com.br

ECO-RENOVA

ecorenova
Limpeza Limpa

HISTÓRICO

Há dez anos no mercado, 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.

A tecnologia nos produtos da Eco Renova gera a limpeza total e a redução de etapas do processo de limpeza e 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.

EVONIK

HISTÓRICO

A Evonik é uma das líderes mundiais em especialidades químicas. A empresa atua em mais de 100 países em todo o mundo, gerou vendas de 13,1 bilhões de euros e um lucro operacional (EBITDA ajustado) de 2,15 bilhões de euros em 2019. A Evonik vai muito além da química para criar soluções inovadoras, rentáveis e sustentáveis para os clientes. Mais de 32.000 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 alcoxilados, eteraminas, produtos biodegradáveis e especialidades à base de silicones organomodificados.

EVONIK
POWER TO CREATE

ELIAS LACERDA
Diretor Presidente para a Região América Central e do Sul

Localização São Paulo (matriz)
Telefone (11) 3146-4100

https://household-care.evonik.com

FLORA

SÉRGIO CALDAS
Presidente

HISTÓRICO

No início de fevereiro de 1980, José Batista Sobrinho fundou a empresa Flora, batizada carinhosamente com o nome de sua esposa, D. Flora Batista. Criada como uma divisão de Higiene e Limpeza do grupo J&F Investimentos (www.jfinvest.com.br), suas primeiras marcas foram Minuano e Albany. Em 2007, a Flora S.A. tornou-se uma empresa independente dentro da holding J&F. Quatro anos depois, em 2011, expandiu seu portfólio, adquirindo as marcas de cosméticos OX, Francis, Hydratta, Neutrox, Kolene, Karina, Phytoderm e Protege. Na área de cuidados com a casa, adquiriu as marcas Assim, MatInset, No Inset, Boa Noite, Fluss, Brisa e Lavarte. Atualmente, a Flora é detentora de um portfólio com 12 marcas e cerca de 300 produtos. Com o objetivo de se tornar uma das melhores e mais eficientes empresas brasileiras no setor em que atua, conta com 1.500 colaboradores.

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

Produtos para cuidados pessoais e com a casa.

Marginal Direita do Tietê, 500 Vila Jaguara – São Paulo – SP
(11) 3623-1000

http://flora.com.br

HISTÓRICO

A Gtex Brasil é uma empresa especializada em trazer praticidade e qualidade de vida para a família brasileira, oferecendo ampla gama de produtos de limpeza para a casa. São mais de 40 anos de experiência e tradição no mercado, somados ao uso das melhores matérias-primas, com desenvolvimento constante de tecnologias para manter os produtos sempre atualizados.

MISSÃO

Servir aos clientes e consumidores finais, oferecendo produtos e serviços de alta qualidade, gerando valor de forma crescente para os acionistas, funcionários e sociedade em geral. Inovar sempre, produzindo de forma sustentável e gerando novas oportunidades de trabalho.

PRODUTOS E SERVIÇOS

Acreditamos que o valor dos produtos que oferecemos está na certeza de que, hoje, as pessoas e famílias brasileiras necessitam das melhores soluções de limpeza e bem-estar a um preço acessível. São 10 marcas que levamos ao mercado com muito orgulho, pois sabemos que estamos alinhados às expectativas de valor dos consumidores, desde a necessidade da limpeza pesada até o tratamento suave e eficiente exigido pelas roupas mais delicadas.

3500 - 9500

www.gtexbrasil

LONZA

Lonza

MAURA SCHAEFER
CPI South America

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 portfolio 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.
Lonzabac™ 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.

Soluções formuladas desinfetantes

Fornecemos aos clientes soluções formuladas, baseadas na propriedade tecnológica da Lonza.
O modelo de Soluções Formuladas oferece ao cliente a oportunidade de otimizar recursos.
Oferece um caminho mais rápido para o mercado.
Soluções em wipes desinfetantes para mercado Profissional e Home Care.

MISSÃO

Keeping our world healthy.

PRODUTOS E SERVIÇOS

Diversidade em formulações; Formulações prontas para registro; Expertise Microbiológico/Analítico; Suporte Regulatório.

Av. Brasília, 1.500
Salto/SP - 13327-901 - Brasil

Telefone +55 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 m^2 de espaço de armazenagem entre Recife-PE, Itaboraí-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.

Manuchar

RENATA AGUALUZA
CEO Brasil

PEDRO NELSON
VP de Operações

MARIO MENDONÇA
Diretor Comercial

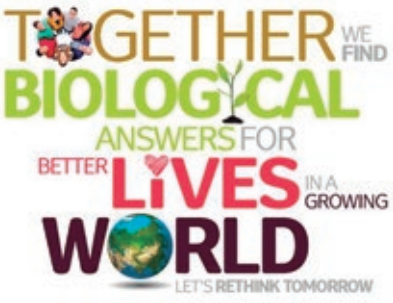
ANA PINHO
Diretora de Gente e Gestão

Rio de Janeiro – RJ

21 2106-1400

www.manuchar.com.br

NOVOZYMES



novozymes
Rethink Tomorrow

GILBERTO DE SEIXAS MAIA NETO
Regional President - LATAM

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.

RAYMUNDO

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.

MISSÃO

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

PRODUTOS E SERVIÇOS

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

HEALTH · HYGIENE · HOME

RB Industrial | Grupo RB

JOÃO PAULO MENANO
Presidente da RB Hygiene Industrial Brasil

HISTÓRICO

A RB Hygiene Industrial Brasil é parte do Grupo RB, uma multinacional de bens de consumo para higiene, saúde e nutrição com sede em Slough, na Inglaterra, e mais de 200 anos de história.

Globalmente produzimos e comercializamos marcas icônicas como Vanish, Bom Ar e Finish. Todos os dias, mais de 20 milhões de produtos do Grupo RB são comprados por consumidores em todo o mundo.

A paixão da companhia por colocar seus consumidores e as pessoas em primeiro lugar, buscar por novas oportunidades, atingir a excelência em tudo o que fazemos e criar cases de sucesso com todos os nossos parceiros, enquanto fazemos o que é certo, impulsiona o trabalho de mais de 40.000 colaboradores, diversos e talentosos, em todo o mundo.

MISSÃO

A RB Hygiene Industrial Brasil é guiada pelo propósito do Grupo RB, de proteger, curar e nutrir na busca incansável por um mundo mais limpo e saudável. Lutamos para fazer com que o acesso à higiene, ao bem-estar e à nutrição de qualidade seja um direito e não um privilégio.

PRODUTOS E SERVIÇOS

A RB Hygiene Industrial Brasil se orgulha por fabricar produtos de marcas conhecidas e confiáveis, que são encontradas em lares por todo o país, como Veja, SBP, Vanish, Harpic e Bom Ar.

Rodovia Raposo Tavares, 8015, KM 18 - São Paulo, SP
Rodovia Dom Gabriel Paulino Bueno Couto, 1606 - Itupeva, SP

https://www.rb.com/br/

UNILEVER

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 155 mil funcionários e alcançou os € 52 bilhões em vendas no ano de 2019. Mais da metade de seus negócios está em mercados emergentes e em desenvolvimento. As mais de 400 marcas da Unilever, como Dove, Knorr, OMO, Rexona, Hellmann's, Kibon, Lux, Magnum e Axe são encontradas nos lares do mundo todo. No Brasil, a Unilever está há 91 anos.

O Plano de Vida Sustentável da Unilever (USLP) fundamenta a estratégia da companhia com base nos seguintes compromissos:

Ajudar mais de um bilhão de pessoas a melhorar a saúde e bem-estar até 2020;
Reduzir pela metade o impacto ambiental de nossos produtos até 2030;
Melhorar as condições de vida e de trabalho de milhões de pessoas até 2020.

O USLP cria valor ao estimular o crescimento e a confiança, eliminando custos e reduzindo riscos. As marcas sustentáveis da companhia têm crescido 69% mais rápido do que o restante do negócio e responderam por 75% do crescimento da Unilever em 2018.

Desde 2010, por meio do Plano de Sustentabilidade, a companhia trabalha para gerar crescimento, enquanto: (1) ajuda mais de um bilhão de pessoas a melhorar a saúde e o bem-estar, (2) reduz pela metade o impacto ambiental de seus produtos e (3) melhora as condições de vida e de trabalho de milhões de pessoas. Temos conquistado progressos significativos e continuamos a expandir nossa ambição - recentemente nos comprometemos a ter 100% das nossas embalagens recicláveis, reutilizáveis ou compostáveis até 2025. Embora ainda haja muito a ser feito, temos orgulho de termos sido reconhecidos, em 2018, como líder do setor pelo Índice de Sustentabilidade Dow Jones. Fomos ainda a empresa mais bem avaliada na pesquisa Global Corporate Sustainability Leaders da GlobeScan / SustainAbility pelo oitavo ano consecutivo.

Para mais informações sobre a Unilever e suas marcas, acesse:
www.unilever.com.br

Para mais informações sobre nosso plano de sustentabilidade, visite:
www.unilever.com.br/sustainable-living/

Unilever

GERARDO ROZANSKI
Presidente

EDUARDO CAMPANELLA
Cuidados do Lar

FEDERICO PRICOLO
Higiene Pessoal

JULIO CAMPOS
Vendas

LUCIANA PAGANATO
Recursos Humanos

LUCIANO WISZNIEWSKI
Finanças

THAIS HAGGE
Alimentos

VANESSA VILAR
Jurídico

RENATO MIATELLO
Supply Chain

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 6.000 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.

planmark

Gerente Geral
Marielza Ribeiro

Diretor de produção
Carlos Alberto Martins

Administrativo
Kelly Secco

Diretora Executiva:
Manuela Borges

Gerente de novos negócios
Cassia Candini

Financeiro
Tânia Amaral

Produção gráfica
Dario Monteiro
Rodrigo Melges
Lethicia Laiza

Gerente editorial
Luana Franco

Analista editorial
Felipe Yuri

Direção de arte
Victor Melo

Diagramação
Gabrielle Rocha
Rogério Loconte

Revisão
Aileen Monteiro
Antonio Palma Filho
Talytha Duarte

Banco de imagens
ShutterStock

© 2020 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 9639 - set20.

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

Oferecemos uma gama abrangente de **matérias-primas para produtos de limpeza** que vão desde inorgânicos a granel, como sulfato de sódio, carbonato de sódio e zeólita, a vários produtos químicos especiais. Para a indústria de detergentes fornecemos surfactantes, óleos químicos, sais inorgânicos e especialidades.

A Manuchar Brasil é hoje uma das empresas **mais bem conceituadas** para **logística e distribuição de produtos químicos, fertilizantes, produtos minerais e siderúrgicos**.

Com seis Escritórios Comerciais nas cidades de Recife (2), Rio de Janeiro (Matriz), São Paulo, Curitiba e Blumenau, e seis Bases Operacionais (54.500m^2 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!

EMPRESA ISO 9001:2015 CERTIFICADA

Orgão Certificador:
Bureau Veritas

Great Place To Work. Melhores Empresas Para Trabalhar Brasil Manuchar 2020

Manuchar

Your partner in emerging markets

Acesse as nossas redes sociais!

Manuchar Brasil

www.manuchar.com.br

ABIPLA

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