

ANUÁRIO

2024



VERTICAIS

2. Substância tóxica resultado da mistura de álcool e água sanitária
3. Característica de quem demonstra discernimento e bom senso
4. Designação do que é informal, clandestino
7. Matéria científica preponderante na indústria de saneantes
9. Estrutura globular que possui propriedades polares e apolares
10. Associação representativa da indústria de produtos de limpeza
11. Processo de reaproveitamento de materiais descartados

HORIZONTAIS

1. Substância tóxica da mistura de vinagre com água sanitária
5. Informação obrigatória nas embalagens de saneantes que identifica o fabricante
6. Sigla da agência reguladora em vigilância sanitária
8. Substância tóxica resultado da mistura de desinfetante e água sanitária
12. O que elimina bactérias
13. Produto destinado à eliminação de pragas como insetos e ratos
14. Ato de limpar, retirar sujidades
15. Sinônimo de produto de limpeza





Sua casa mais sustentável

A Ypê celebra parceria com a Casa dos Ventos, fortalecendo a energia renovável do Brasil com produtos ainda mais sustentáveis para os consumidores, em linha com a nossa missão de contribuir com a construção de um mundo cada vez melhor.





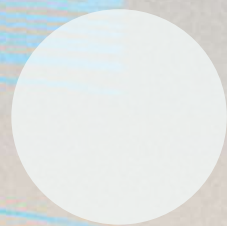
Anuário

ABIPLA

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

2024

19.ª edição | 1.ª impressão





Prefácio



Limpeza sustentável e segura – ações do setor de produtos de limpeza no combate à informalidade e à promoção da sustentabilidade

O compromisso da ABIPLA com o desenvolvimento de um setor de alta performance e menor impacto ambiental



Juliana Durazzo Marra

Presidente da ABIPLA

Nos últimos anos, testemunhamos transformações significativas no cenário sanitário do Brasil e do mundo. Essas mudanças têm levado os consumidores a reavaliarem suas rotinas e abordagens em relação à limpeza doméstica. O hábito de limpeza dos brasileiros continua evoluindo, e a higiene do lar ganha cada vez mais relevância. Simultaneamente, o setor de limpeza e higiene enfrentou pressões decorrentes de novas tecnologias e inovações, aliado à percepção do consumidor de produtos cada vez mais seguros e sustentáveis.

A ABIPLA assume um papel crucial ao liderar e fortalecer o setor de limpeza e higiene durante o processo de descarbonização da economia e utilização de produtos biodegradáveis. Esse compromisso é pautado pela sustentabilidade, visando não apenas o crescimento, mas também a preservação do meio ambiente e o combate à informalidade. É fundamental que profissionais do mercado de limpeza doméstica e autoridades sanitárias estejam alinhados nesse propósito, trabalhando juntos para promover práticas sustentáveis e elevar os padrões de higiene em nosso país.

A indústria química tem se fortalecido constantemente, e nosso setor desempenhou um papel de liderança em fóruns de debate relevantes. Através do Instituto Nacional de Desenvolvimento da Química (IdQ), tornamos ainda mais relevante a atuação do setor através da Frente Parlamentar da Química promovendo pautas aliadas à sustentabilidade do setor como o seminário "A produção de hidrogênio sustentável no Brasil" e debates a respeito de "Gás natural". É fundamental que continuemos a promover práticas seguras e informadas no setor de limpeza, visando à saúde pública, à sustentabilidade e dando visibilidade aos malefícios da informalidade, tanto para o consumidor quanto para as autoridades sanitárias.

A continuidade na promoção do diálogo e da colaboração com a Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa) é de suma importância. Agradeço à Anvisa por seu apoio à inovação no setor. O crescimento acelerado do nosso âmbito exige que os órgãos reguladores estejam ao nosso lado, acompanhando nosso desenvolvimento e disposição para inovar. Essa parceria é essencial para atender às

demandas dos consumidores e criar um ambiente mais seguro e eficaz, como o avanço de novas tecnologias e regulações que permitam o constante desenvolvimento de produtos com insumos derivados de biotecnologia de alta performance que permita um menor impacto ambiental.

Quanto à informalidade do setor de limpeza, um dos grandes desafios que enfrentamos conforme levantamento realizado pela ABIPLA, é a informalidade de produtos de uso doméstico que corresponde a 22% de todo o mercado brasileiro, enquanto os saneantes de uso profissional estão no patamar de 18%. Numericamente, estamos tratando de cerca de R\$ 8 bilhões em consumo de produtos informais, apenas para uso doméstico. Nosso trabalho em trazer luz à problemática é incessante e estratégico para alcançarmos o fortalecimento do setor químico e caminharmos em direção a um crescimento econômico sustentável.

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

Produto de limpeza de verdade é aquele legalmente habilitado perante a Anvisa



Paulo Engler

Diretor Executivo da ABIPLA

O título desse texto parece óbvio, mas precisamos repetir sempre que somente os produtos saneantes em conformidade com as normas da Agência de Vigilância Sanitária (Anvisa) mantêm os critérios de qualidade, eficácia e segurança para uso da população em geral.

A higiene é um pilar fundamental para a saúde pública, contribuindo significativamente para a prevenção de doenças e a promoção do bem-estar. Produtos de limpeza, como desinfetantes, detergentes e sabões, desempenham um papel essencial na manutenção de ambientes limpos e seguros, tanto em espaços públicos quanto privados. A utilização adequada desses produtos ajuda a eliminar microrganismos patogênicos, incluindo bactérias, vírus e fungos, que podem causar infecções e surtos de doenças contagiosas.

O impacto dos produtos de limpeza na saúde pública pode ser observado em diversos contextos. Em hospitais e clínicas, a desinfecção rigorosa de superfícies e equipamentos é crucial para prevenir infecções hospitalares, que são uma das principais causas de complicações pós-operatórias e prolongamento do tempo de internação. Em escolas, a limpeza regular contribui para um ambiente saudável,

reduzindo a propagação de doenças entre crianças, que são mais vulneráveis a infecções. Nas residências, a manutenção da higiene pessoal e do ambiente doméstico é essencial para prevenir doenças como gripes, resfriados e gastroenterites.

Além disso, em tempos de pandemia, como evidenciado durante a covid-19, a importância dos produtos de limpeza tornou-se ainda mais evidente. A desinfecção frequente de mãos, superfícies e objetos passou a ser uma prática diária indispensável para a prevenção da disseminação do vírus. Assim, o acesso a produtos de limpeza de qualidade é vital para a proteção da saúde pública.

A produção e comercialização de produtos de limpeza de maneira informal representam um desafio significativo para a saúde pública e para a economia. Produtos de limpeza fabricados sem controle de qualidade podem ser ineficazes ou até perigosos, apresentando riscos de contaminação ou intoxicação. Além disso, a informalidade prejudica a arrecadação de impostos e a regulamentação do mercado, criando uma concorrência desleal com empresas que operam dentro da legalidade e cumprem com as normas sanitárias.

A formalização dos pequenos produtores de produtos de limpeza também é uma estratégia importante. Isso pode ser alcançado por meio de programas de capacitação e apoio financeiro, que ajudem esses empreendedores a se adequarem às exigências legais e a melhorarem a qualidade de seus produtos. A formalização traz benefícios não apenas para os consumidores, que passam a ter acesso a produtos mais seguros, mas também para os próprios produtores, que podem ampliar seus negócios e acessar novos mercados. **Segundo dados do Sindicato Nacional da Indústria de Produtos de Limpeza (Sipla), estão instaladas no país 8.170 fábricas que mantêm um dos seus CNAEs como de produtos de limpeza ou desinfestantes, porém, apenas 2.704 fábricas estão devidamente inscritas na Anvisa.**

A educação e a conscientização da população sobre a importância da higiene e do uso

correto dos produtos de limpeza são fundamentais para a saúde pública. Campanhas educativas como o Mistura Explosiva, em parceria com o Conselho Federal de Química, informam sobre a necessidade de usar saneantes corretamente, não misturar e desconfiar de influencer que desconhecem a ciência química. Mapeamos vários influenciadores que ensinam a misturar produtos de limpeza caseiros causando intoxicações e disseminando desinformação. Em 2023, nossa campanha digital atingiu 1,3 milhão de pessoas, continuaremos a conscientizar sobre os riscos associados ao uso de produtos de limpeza informais. Muitas vezes, a escolha por produtos mais baratos e sem certificação da Anvisa é motivada pela falta de conhecimento sobre os potenciais perigos. Informar a população sobre os riscos de intoxicação, alergias e ineficácia na desinfecção pode ajudar a reduzir a demanda por produtos informais e incentivar o consumo de produtos regulamentados. Além disso, participamos de feiras como a Semana Nacional de Ciência e Tecnologia para despertar nos jovens a curiosidade da ciência química, pois eles serão os futuros educadores, cientistas e profissionais. Participamos também em audiências públicas no Congresso Nacional chamando a atenção dos agentes públicos no combate à informalidade e a pirataria.

Os produtos de limpeza são indispensáveis para a promoção da saúde pública, prevenindo a disseminação de doenças e garantindo ambientes seguros e higienizados. No entanto, para que seu uso seja realmente eficaz, é crucial que esses produtos sejam de qualidade e regulamentados. O combate à informalidade no setor é essencial para assegurar que todos os produtos disponíveis no mercado sejam seguros e **promovam a limpeza ou a desinfestação**, protegendo tanto a saúde dos consumidores quanto a integridade do mercado.

A saúde pública é a garantia do bem-estar físico, mental e social da população. A conscientização sobre o uso dos produtos de limpeza regulares é a função precípua da ABIPLA.

Vamos em frente!

Su má rio

<u>Diretoria</u>	14
<u>Guia de produtos de limpeza</u>	16
<u>Setor de limpeza em números</u>	20
<u>Cenário Brasil</u>	28
<u>Artigos</u>	34
<u>Desempenho do setor</u>	52
<u>Empresas associadas à ABIPLA</u>	70
<u>ABIPLA em destaque</u>	74
<u>Fichas técnicas</u>	88



Diretoria

PRESIDENTE

Juliana Durazzo Marra

VICE-PRESIDENTES

Renato José Borducchi

Rosana Aparecida Queiroz Hida de Campos

Taluana Liguori Correa

Paulo Aloysio Schmitt

Thaís Fernanda do Carmo

Luis Felipe Di Fiori Soares

VICE-PRESIDENTE TESOUREIRO

Thiago Chiavegatto Iaderozza

VICE-PRESIDENTE SECRETÁRIO

Marcus Fraga Rodrigues

DIRETORA SECRETÁRIA

Viviane Pereira de Souza

DIRETORES(AS)

Adenisio Coelho Junior

Fernanda de Paulo Maeda

Juliana Celestino Abreu

David Pereira Vilela

Frederico Marchiori Xavier de Jesus

Maria Claudia Prado Cavalcante Cardozo

Pedro Nelson Laurito Bonança de Almeida

Maura Regina Schaefer

Andrea Neuza Mendes

Clovis Luis Bianchi Rizzatto

Elizabeth Cristina Vargas

4.000.000 TM

MERCADORIAS VENDIDAS
(4,0 M TM)



VENDAS EM

+150

PAÍSES

+80

AFILIADAS (PRINCIPALMENTE EM
MERCADOS EMERGENTES)

608.000 M²

ARMAZENAGEM

+2.600

PROFISSIONAIS ALTAMENTE
CAPACITADOS

+160

LOCALIDADES

6.800.000 TM

MANUSEADAS (3PL)

+35

PAÍSES COM
INFRAESTRUTURA
PRÓPRIA

ANTUÉRPIA, BÉLGICA

MATRIZ GLOBAL



Oferecemos uma gama abrangente de matérias-primas para produtos de limpeza que vão desde químicos inorgânicos a granel, como **sulfato de sódio**, **carbonato de sódio** e zeólita, a várias outras linhas de produtos como solventes, surfactantes, ácidos, alcalinizantes, espessantes e alvejantes.

Presente no Brasil há 30 anos, a Manuchar distribui matérias-primas para os mercados como agrícola, higiene e limpeza, nutrição humana, nutrição animal, mineração, energia (óleo e gás), papel e celulose, cuidados pessoais, têxtil, tratamento de água, vidraria e construção civil.

Com Escritórios Comerciais nas cidades de Recife, Rio de Janeiro (Matriz), São Paulo, Curitiba e Blumenau, e Centros de Distribuição (56.500m² de espaço de armazenagem) estrategicamente localizados, temos a **experiência e os recursos necessários** para garantir a **entrega e a distribuição com eficiência e qualidade**.

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



Orgão Certificador:
Bureau Veritas



Manuchar

BRASIL

Manuchar Brasil



www.manuchar.com/br

Guia de
produtos de

Limpa
de
de



ABIPLA

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



GUIA DE PRODUTOS DE LIMPEZA

Conceitos, Usos e Funções

2023

GUIA DE PRODUTOS DE LIMPEZA

2023

Como identificar um produto saneante irregular? **clandestinos/ piratas**

São produtos vendidos sem a devida regularização pela ANVISA, ou seja, o fabricante não apresentou para a autoridade competente as informações técnicas sobre a eficácia e a segurança. Muitas vezes são produtos que utilizam ingredientes que não são próprios para o uso ou em quantidades que podem colocar a saúde do consumidor em risco. Estes produtos irregulares são habitualmente vendidos por camelôs, ambulantes, caminhões ou de porta em porta; também podem ser oferecidos em lojas de produtos para limpeza em geral, inclusive a granel.

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

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



A melhor forma de evitarmos a proliferação em risco à saúde da população, é de Você pode denunciar diretamente na ANVISA, ou através do SAC, ou ainda pode registrar a sua reclamação pelo SAC.

Alternativamente, o Conselho Regulatório de Produtos de Limpeza e Saneantes de Uso Doméstico e Profissional, através do SAC, pode tratar de produto clandestino.

A Vigilância Sanitária irá investigar e autuar o estabelecimento ou o ambiente em risco à saúde pública. Sua denúncia será registrada e analisada.

© 2023 - Todos os direitos reservados.

O que devemos verificar no rótulo de um produto saneante?



Lote

Validade do produto

Conteúdo

Composição

Nome do fabricante e/ou importador, distribuidor e CNPJ

Endereço completo

Instrução de armazenamento, se aplicável

Instruções de uso com a frase "Antes de usar, leia as instruções do rótulo" para que o consumidor saiba como utilizá-lo de forma segura

Informações sobre os perigos dos produtos, assim como as primeiras medidas a serem tomadas pelo consumidor em caso de um acidente

Produto notificado na Anvisa ou número do registro no Ministério da Saúde

Número de notificação de regulamentação
30000000000000
Versões
Saneantes com CNPJ
Outros produtos registrados
Dígito verificador

Serviço de Atendimento ao Consumidor (SAC)

Serviço de emergência

Informações sobre um Centro de Toxicologia para alguns tipos de produtos considerados mais perigosos para o uso



BAIXE AQUI

Anhembi

EXE
CUT
ION

**INOVAR SEMPRE E OFERECER
UM MIX COMPLETO DE PRODUTOS.
HÁ MAIS DE 75 ANOS, ESSA É A FÓRMULA
DE SUCESSO DA ANHEMBI.**



Faz tempo que as águas sanitárias **Super Candida** e **Qboa**, da **Anhembi**, são referência de mercado e preferidas dos brasileiros. Mas só é líder quem inova sempre. Por isso temos uma linha completa de produtos, pensada para atender às necessidades do consumidor. Afinal, há mais de **75 anos**, não levamos só proteção e limpeza para milhares de casas. Mas também muita confiança.

anhembi.ind.br

Qboa



[qboaoficial](https://www.facebook.com/qboaoficial)
qboa.com.br

Super
CANDIDA



[super_candida](https://www.facebook.com/super_candida)
supercandida.com.br

Setor de
limpeza em

Nú me ros



Empresas por porte



2.301

Microempresas



306

Pequenas



81

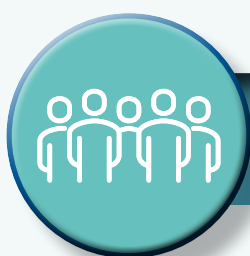
Médias



16

Grandes

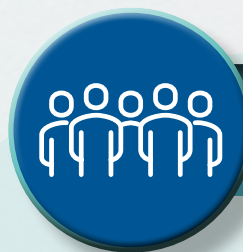
Empregos em 2023



44.421

CNAE 2.061

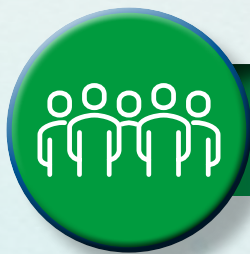
(sabões e detergentes sintéticos)



45.802

CNAE 2.061

(produtos de limpeza e
polimento)



3.186

CNAE 2.052

(produtos de limpeza e
polimento)

Total: 93.409

Importação Exportação



Importação

	2021	2022	2023
Volume (toneladas)	2.717.927	2.698.109	2.146.520
Valor (US\$ - mil)	1.022.396	1.109.940	651.343.648

Principais países

- 1.º Estados Unidos
- Espanha
- Turquia
- China
- Indonésia

5 matérias-primas principais **IMPORTADAS**

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

+ Exportação

	2021	2022	2023
Volume (toneladas)	83.442	61.505	46.355
Valor (US\$ - mil)	101.983	114.440	81.914

Principais países



1.º
Argentina



Paraguai



Bélgica



Venezuela



Chile

5 produtos principais

EXPORTADOS

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

Vendas no varejo (a preços concorrentes) no setor de *home care* em 2023



Mundo

2022: US\$ 173,068

2023: US\$ 186,328



América Latina

2022: US\$ 21,958

2023: US\$ 24,984



Brasil

2022: US\$ 7,049

2023: US\$ 7,550

Fonte: Euromonitor.

Euromonitor Internacional

Entendendo os mercados globais

Somos líderes em inteligência estratégica de mercado para a indústria de higiene e limpeza. Com mais de 50 anos de experiência, as principais empresas do setor contam com nosso trabalho e confiam em nossa pesquisa para seus planejamentos.

Cenário do

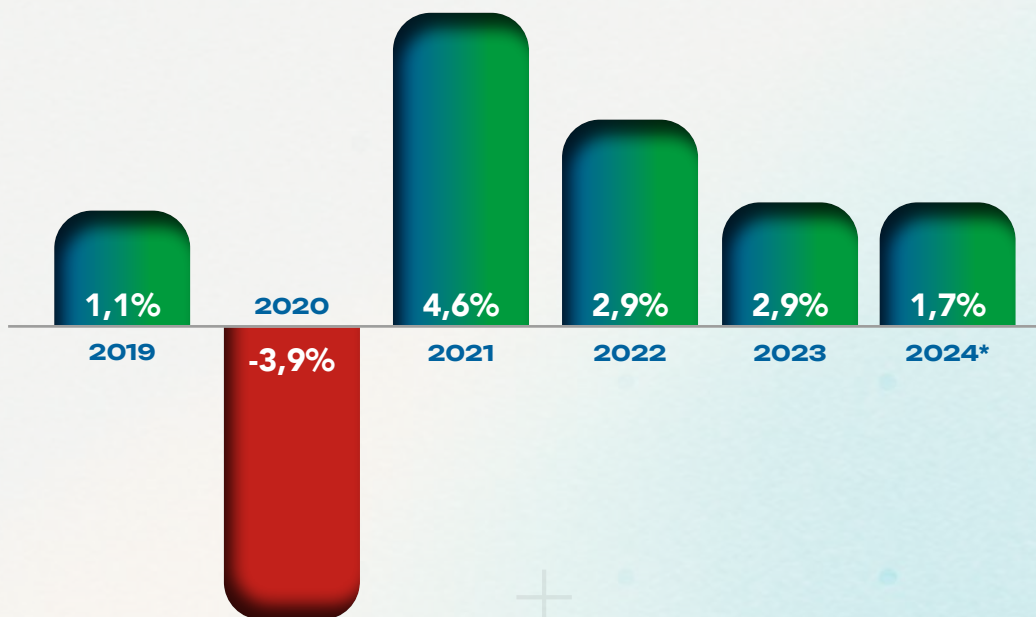
Bra sil





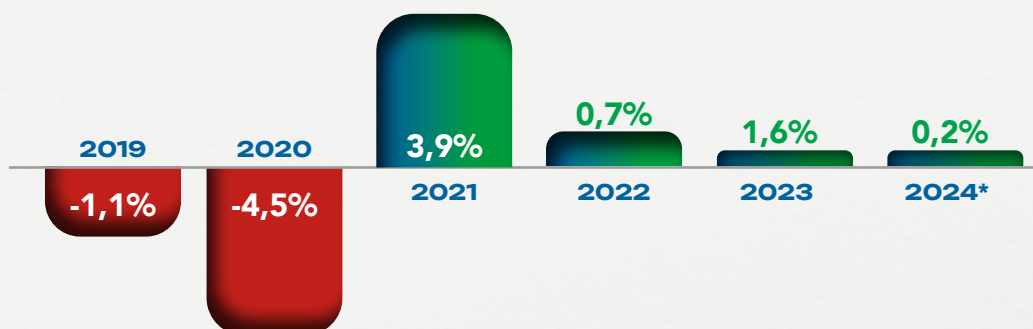
PIB

variação anual



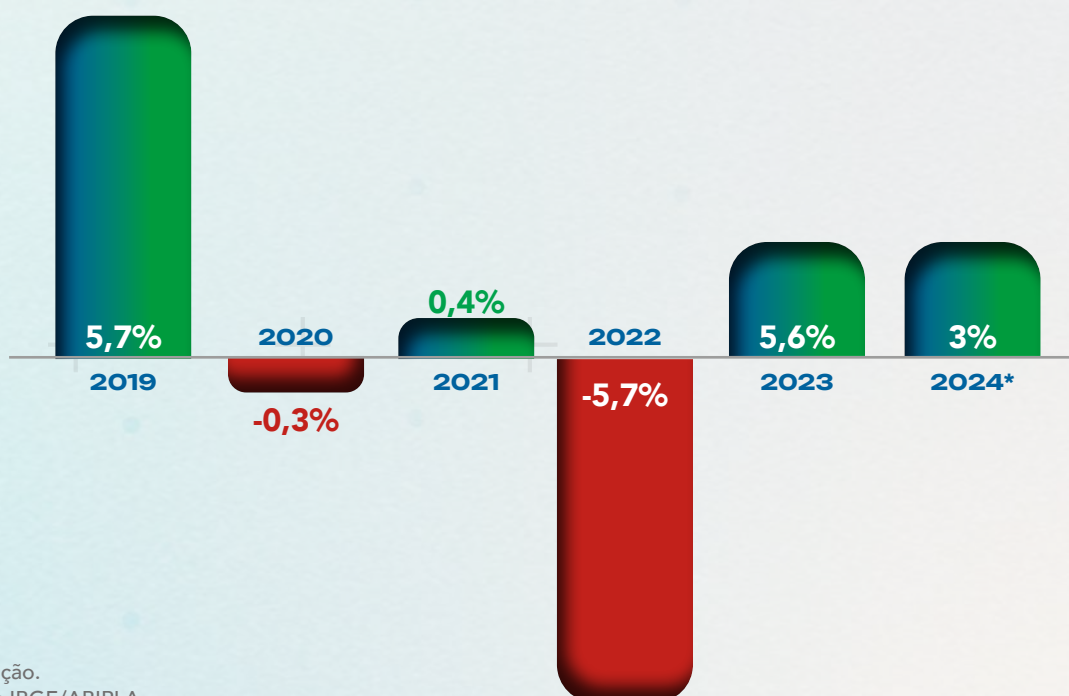
*Projeção.
Fonte: IBGE/CNI.

Produção industrial acumulada no ano



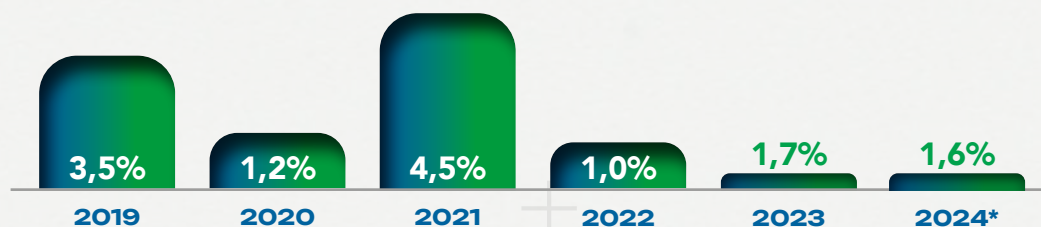
*Projeção.
Fonte: IBGE/CNI.

Desempenho do setor de limpeza



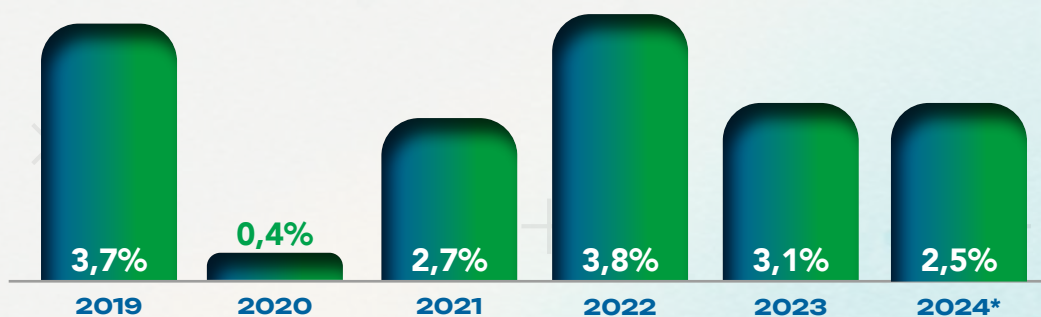
*Projeção.
Fonte: IBGE/ABIPLA.

Desempenho do comércio varejista



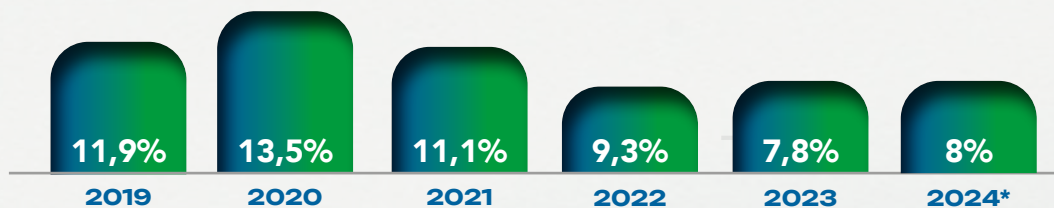
*Projeção.
Fonte: IBGE/CNC.

Hipermercados e supermercados



*Projeção.
Fonte: IBGE/ABRAS.

Taxa de desemprego



*Projeção.
Fonte: IBGE/CNI.

brilux

3 em 1

ELIMINA 99,9%
do vírus da **COVID-19***
e das **BACTÉRIAS****

**A GENTE CUIDA DA
SUA CASA COMO
SE FOSSE NOSSA.
DEVE SER PORQUE
NÃO SAÍMOS DELA.**

Quando se fala em limpeza doméstica, todo mundo já sabe: quem simplifica a sua vida é Brilux. Com uma linha de mais de 100 produtos que higienizam, perfumam, lavam e cuidam de cada cantinho da casa com qualidade e eficiência, Brilux é o braço direito dos consumidores. Uma relação que só cresce e faz a gente se sentir cada vez mais de casa.

★ ★
Bicampeão no
Top of Mind
da Folha de
São Paulo



**SIMPLIFICA
TÁ LIMPO. É BRILUX.**

🌐 FAMILIABILUX 🌐 BRILUX 🌐 DICASPARAOLAR.COM.BR

*Das bactérias testadas. Testes realizados com os produtos Água Sanitária Brilux e Brilux Multi.



Arti gos



Descarbonização e a transição da economia global rumo a um futuro regenerativo



Juliana Celestino Abreu

Gerente de Sustentabilidade Brasil

No contexto global atual, os efeitos das mudanças climáticas têm sido profundamente percebidos no dia a dia das pessoas, seja através de eventos climáticos extremos como ondas de calor ou frio intensos, chuvas fortes, tempestades e secas. Esses fenômenos são reflexos diretos do aumento das emissões de gases de efeito estufa, resultando em impactos alarmantes como o aquecimento global e o derretimento das calotas polares, geleiras e aumento do nível do mar. Diante dessa realidade, torna-se crucial adotar medidas urgentes para mitigar essas mudanças e impulsionar uma transição para uma economia mais sustentável e resiliente.

As Conferências das Partes (COPs), realizadas no âmbito da Convenção Quadro das Nações Unidas sobre Mudança do Clima (UNFCCC, na sigla em inglês), são o principal fórum global para discutir e negociar ações relacionadas às mudanças climáticas entre os países signatários. Representei a Unilever Brasil na COP 28, que aconteceu de 30 de novembro a 13 de dezembro de 2023 em Dubai, Emirados Árabes, um momento histórico em que as nações concordaram em eliminar gradualmente os combustíveis fósseis de suas matrizes energéticas; o anúncio do fundo global para financiamento de conservação de florestas tropicais; o comprometimento em todas as suas dimensões de mitigação, adaptação e meios de implementação, alinhados a 1,5°C e uma declaração inédita sobre sistemas alimentares, com foco em melhorar a segurança alimentar, reduzir a vulnerabilidade diante de eventos extremos e simultaneamente proteger a biodiversidade e a água. Ainda há muito o que ser feito, mas a expectativa é que a COP 30, que acontecerá em Belém do Pará, em 2025, será chave para que os países apresentem a segunda rodada de contribuições nacionalmente determinadas (NDCs), ainda mais ambiciosas.

A resposta da Unilever às alterações climáticas está há muito tempo incorporada na sua forma de fazer negócios. Começamos a relatar nosso impacto ambiental operacional desde os anos 90 e estabelecemos metas de redução de emissões em toda a cadeia de valor em 2010. Em 2015, desempenhamos um papel importante na promoção do Acordo de Paris sobre mudança climática e definimos novas metas baseadas na ciência para nossas operações e cadeia de valor. O nosso Plano de Ação para a Transição Climática (CTAP) lançado em 2021 foi atualizado esse ano, com novas metas de redução de GEE do escopo 3 de curto prazo com ambição elevada, mantendo o foco contínuo em reduções absolutas de emissões em vez de compensação de carbono e alcançar *net zero* em toda a nossa cadeia de valor até 2039.

O maior desafio para alcançar nossas metas de redução de GEE do escopo 3 a curto prazo está nas emissões relacionadas ao nosso negócio de Cuidados para o Lar, em que a grande dificuldade será na redução das emissões provenientes de matérias-primas químicas intensivas em energia até 2030. Isso representa um desafio estratégico significativo não apenas para a Unilever, mas também para outras empresas que dependem de cadeias de suprimentos semelhantes, o qual julgamos interessante mencionar como importante reflexão para o setor.

No Brasil, tenho orgulho em compartilhar que como parte da estratégia de descarbonização das nossas operações, foi construída uma planta de geração de energia através de biomassa, para substituir o uso de gás natural nos processos produtivos da maior planta de detergente em pó da Unilever no mundo, em Indaiatuba/SP. O projeto de biomassa gerou uma economia anual de aproximadamente 10% e a fábrica alcançou uma redução de 37 mil toneladas nas emissões de CO2 por ano, reduzindo as emissões globais da companhia em 5%. Além disso, a fábrica recebeu a certificação de "4.ª Revolução Industrial Avançada" pelo Fórum Econômico Mundial. Essa certificação reconhece o quanto a fábrica lidera a aplicação de tecnologias avançadas para impulsionar a produtividade, a sustentabilidade e a performance nos processos fabris com tecnologias e metodologias da quarta revolução industrial.

A emergência climática é global, e o papel de cada um, de cada empresa é urgente nessa transformação. Precisamos trabalhar colaborativamente na busca por práticas regenerativas e ações concretas para mitigar as mudanças climáticas. A inovação tecnológica e o compromisso individual e coletivo são fundamentais para alcançarmos um futuro mais sustentável para as gerações presentes e futuras.

Sinta a limpeza acontecer.



Use Cif Especialistas com fórmulas poderosas que limpam sem danificar.



Alto Poder de Limpeza



Limpa sem Danificar



Praticidade e Eficiência



Para Toda Sua Casa

A política de inovação da Anvisa e a vocação dos produtos saneantes:

como se relacionam com a Nova Indústria Brasil?



Daniel Meirelles Fernandes Pereira

Diretor da Terceira Diretoria da Anvisa



Rodrigo José Viana Ottoni

Gerente de Cosméticos e Saneantes da Anvisa

Os produtos saneantes exercem papel central para manutenção da saúde pública. Percebe-se seu amplo alcance quando numa breve reflexão é possível listar algumas de suas relevantíssimas funções, como controlar a proliferação de microrganismos nos ambientes domiciliares, escolares e hospitalares, prevenir doenças transmitidas pelos alimentos ou, ainda, atuar no controle de pragas urbanas.

A relevância da função do produto e a grande capacidade de inovação da indústria são características do setor produtivo de saneantes que tornam o desafio regulatório da Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa) superlativo.

A primeira característica – função do produto – reside o papel clássico da agência, a vigilância sanitária propriamente dita. Nesse contexto, a atuação regulatória se debruça na técnica científica para garantir que a população tenha acesso a produtos de qualidade, seguros e eficazes.

Já a segunda característica – capacidade de inovação da indústria – revela a inquietude do setor produtivo, a busca incessante de novos produtos que possam trazer uma melhor experiência ao consumidor. Esse atributo é confirmado pelo expressivo aumento, se comparado com 2022, de 16% na quantidade de pedidos de novas regularizações de produtos saneantes perante a Anvisa no ano de 2023. Tendo em mente a imensa capilaridade de tais produtos onde, seguramente, estão em quase a totalidade dos lares brasileiros, há espaço para inovar em vários aspectos, incluindo a responsabilidade social e a sustentabilidade ambiental. Mantendo a firmeza no que diz respeito à qualidade, segurança e eficácia dos produtos, é neste ambiente de inovação que a Anvisa assume posição ativa e indutora consolidando sua atuação regulatória com foco na “regulação para inovação” em vez de “regulação da inovação”.

Em outubro de 2023, foi publicada a portaria 1.100/2023¹ que institui a

Política de Inovação da Anvisa, que, entre outros objetivos, visa facilitar o desenvolvimento e promover a internalização no Brasil de produtos e serviços inovadores, baseados em novas tecnologias. Como adiantado acima, a firmeza no que diz respeito à qualidade, segurança e eficácia dos produtos permanece, sendo um dos princípios da gestão da inovação o foco no cidadão e no interesse público. O estímulo à inovação deve ser guiado para a superação de problemas da saúde pública, para o enfrentamento de situações emergenciais e para a melhoria da saúde da população brasileira, ou seja, inovar exatamente onde se encontra a vocação dos produtos saneantes.

A Política de Inovação da Anvisa é uma oportunidade estratégica para o setor produtivo de saneantes para aumentarem a participação na política industrial, Nova Indústria Brasil (NIB), lançada em janeiro de 2024 pelo Ministério do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços (MDIC), uma vez que os eixos e diretrizes daquela Política de Inovação se alinham perfeitamente com a NIB.

A Política de Inovação da Anvisa prevê o Eixo de Regulação e Acesso à Saúde, composto, entre outras, pelas seguintes diretrizes: o estímulo à produção, absorção e disseminação de novos conhecimentos e tecnologias para ampliar o acesso à saúde da população; e a atualização das normas para fomentar a pesquisa e inovação de produtos e serviços que favoreçam a prevenção, a promoção, a proteção e a recuperação da saúde da população. Já o Plano de Ação para a Neointustrialização 2024-2026,² publicado junto com a política industrial NIB, estabelece como “Missão 2” um “Complexo Econômico Industrial da Saúde resiliente para reduzir as vulnerabilidades do Sistema Único de Saúde (SUS) a ampliar o acesso à saúde” e como um dos objetivos específicos da Missão “liderar a pesquisa, o desenvolvimento, a inovação e a produção de tecnologias e serviços voltados à prevenção, ao diagnóstico e ao tratamento de doenças endêmicas e negligenciadas no país e na região”.

Não é necessário grande esforço para identificar a vocação dos produtos saneantes para o objetivo específico dessa Missão, basta lembrar do período da pandemia da covid-19, quando a limpeza e desinfecção dos objetos e ambientes eram palavras de ordem e, mais recentemente, da crise de saúde pública relacionada à dengue em que os inseticidas, larvicidas e repelentes de ambiente são estratégicos para eliminar e controlar o mosquito vetor.

Neste ponto, que a vocação se une à oportunidade estruturada pela Política de Inovação da Anvisa cuja importância foi confirmada no próprio Plano de Ação (pág. 47) ao se afirmar que por meio dela “poderá ser apoiado e acelerado o desenvolvimento de produtos inovadores com suporte regulatório aprimorado e intensificado, ao tempo que é avaliado qual suporte adicional ou ferramenta regulatória inovadora podem ser desenvolvidas pela agência, promovendo, assim, um ambiente colaborativo entre a

autoridade regulatória, a indústria e a comunidade científica”.

Mergulhando na Missão 2, e ciente de que a capacidade de inovação de um país é influenciada pelo ambiente regulatório, a Anvisa vem construindo pilares para melhoria do ambiente de negócios visando: proporcionar maior segurança regulatória para que a indústria priorize investimento em inovação e tecnologia; induzir o aumento da competitividade das empresas brasileiras nos mercados regional e global (protagonismo internacional); e fomentar capacitação da força de trabalho para garantir mão de obra qualificada e adaptável às demandas da indústria moderna. E para o sucesso total da Missão, é oportuno encorajar toda indústria de produtos saneantes a inovar e caminhar junto com a agência para fortalecermos, em conjunto, o nosso ecossistema de inovação, pois, também se sabe, que o caminho da inovação não se trilha sozinho.

Referências

1. BRASIL. Portaria n.º 1.100, de 28 de setembro de 2023 – Institui a Política de Inovação da Anvisa. Agência Nacional de Vigilância Sanitária. Brasília: ANVISA, 2023. Disponível em: <<https://www.in.gov.br/en/web/dou/-/portaria-n-1.100-de-28-de-setembro-de-2023-513843152>>. Acesso em: mar. 2024.
2. Brasil. Nova indústria Brasil – forte, transformadora e sustentável: Plano de Ação para a neoindustrialização 2024-2026/Ministério do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços (MDIC). Conselho Nacional de Desenvolvimento Industrial (CNDI). Brasília: MDIC, CNDI, 2024. p. 39-47. Disponível em: <<https://www.gov.br/mdic/pt-br/composicao/se/cndi/plano-de-acao/nova-industria-brasil-plano-de-acao.pdf>>. Acesso em: mar. 2024.

Mais que uma distribuidora de produtos químicos, somos a extensão do seu negócio.

Contamos com 8 centros de distribuição estrategicamente localizados no Brasil, expandimos nossa presença além das fronteiras, alcançando mercados na Argentina e no México e representamos cerca de 400 fornecedores globais, solidificando nossa posição como uma das principais distribuidoras de produtos químicos na América Latina.

Somos uma parceira global de confiança, comprometida em impulsionar o desenvolvimento dos nossos clientes através de serviços e soluções inovadoras.

Conheça nossas soluções e descubra como podemos ajudar com sua próxima criação!

www.anastacio.com
contato@anastacio.com
11 2133-6600



Sustentabilidade:

como as matérias-primas contribuem para este movimento



Aline Belleza

Market Manager, Homecare and Industrial Cleaning, Univar Solutions Brasil

Apesar da ausência de uma legislação clara sobre produtos sustentáveis no Brasil, o setor empresarial está cada vez mais interessado em encontrar soluções ecologicamente corretas e tecnologias que promovam a sustentabilidade.

Os consumidores estão cada vez mais atentos às declarações sustentáveis, como aquelas relacionadas à natureza e à decomposição, entretanto, o preço ainda é um aspecto preocupante para a maioria deles. Em resumo, é preferível que o item seja ecológico, porém sem um custo muito elevado.

Atualmente, a Univar Solutions tem se dedicado à busca de alternativas mais amigáveis ao meio ambiente para o portfólio de Homecare & Industrial Cleaning no Brasil, que garantem

eficiência, benefícios evidentes e que sejam viáveis para nossa realidade.

Dentre as várias opções disponíveis, é possível ressaltar ingredientes de origem vegetal, com baixa emissão de carbono, ingredientes biodegradáveis que facilitem a limpeza de forma mais eficiente, reduzindo o uso de água e recursos, ingredientes que preservem a aparência das roupas por mais tempo, entre outros.

Um aspecto significativo a ser considerado ao discutirmos sobre sustentabilidade é a investigação de outros aspectos como: certos materiais sintéticos podem ser biodegradáveis, mesmo que não sejam de origem vegetal, causando menor impacto ambiental (durante a produção ou utilização) e contribuindo para alguns

processos. Alguns polímeros sintéticos, por exemplo, podem agilizar determinadas etapas de produção, poupando tempo e energia - o que também pode ser considerado um aspecto sustentável, especialmente em termos de economia de energia.

É possível que aconteça a mesma situação ao utilizar um item de origem não vegetal para dissolver a espuma durante o processo de produção ou envase, resultando em uma economia de tempo, energia e materiais.

Com isso dito, a sustentabilidade é um conceito abrangente que pode se manifestar de formas diferentes em cada cenário.

Dessa forma, ao considerar qual direção seguir (optar por insumos de origem

vegetal, biodegradáveis, ou que fornecem vantagens econômicas, eficiência, entre outros), torna-se crucial ponderar sobre a formulação de um ponto de vista mais amplo, selecionando os insumos de maneira estratégica, explorando possíveis sinergias e maximizando toda a performance disponível, já que nem sempre adicionar mais insumos resulta em um produto aprimorado.

Para apoiar esses desafios, a Univar Solutions conta com um laboratório focado em Homecare & Industrial Cleaning, que, junto com nossos parceiros, pode auxiliar nossos clientes a entenderem melhor como a formulação se comporta e o que pode ser feito para melhorar a qualidade do produto.

Para saber mais entre em contato pelo site: info.brasil@univarsolutions.com

Reckitt Industrial



Perfumes intensos com
3x mais fragrância*

*Comparado com Veja Multiuso Original.

reckitt

HOME CARE



A solução completa e econômica para a limpeza e cuidado da sua casa.

Flora Home Care é sinônimo de cuidado e proteção. Com mais de 300 produtos em nosso portfólio, somos movidos por inovação, trazendo o melhor para o seu lar, com soluções práticas e econômicas, assegurando a higiene e o conforto que sua família merece, em qualquer região do Brasil.

flora

Minuano

BRISA



ASSIM



Mistura Explosiva, projeto em parceria entre CFQ e ABIPLA, faz sucesso ao levar informação e lazer em jogo de tabuleiro

Um projeto cuja principal característica é a cooperação. Esse é o Mistura Explosiva, do programa “Limpendo Conceitos, Clareando Ideias”, uma iniciativa do Conselho Federal de Química em parceria com a Associação Brasileira das Indústrias de Produtos de Higiene, Limpeza e Saneantes de uso Doméstico e de uso Profissional (ABIPLA). O objetivo é conscientizar a sociedade sobre os riscos da combinação caseira de produtos de limpeza, sem o devido respaldo de um profissional da química, fruto de notícias falsas e vídeos irresponsáveis que circulam nas telas dos smartphones e computadores.

Um efeito colateral do tráfego incessante de informações, que facilita nossas vidas, é a difusão de conteúdos de procedência duvidosa que se espalham pelas redes – muito desses, prometendo aumento de eficiência ou potencialização do poder de saneantes a partir de misturas que desobedecem a rótulos e o uso indicado para cada produto. A campanha do Mistura Explosiva se propõe a alertar a sociedade para os riscos à saúde e ao bolso embutidos nessa prática. O objetivo, porém, é levar essa mensagem à população de um modo lúdico.

O resultado foi um jogo de tabuleiro, interativo, que possibilitou divulgar os riscos a diferentes públicos, em linguagem sempre acessível. Foram jornalistas e influencers, em um primeiro momento; em seguida, o jogo foi levado para profissionais que atuam com limpeza, fabricantes dos produtos e, por fim, estudantes. Palestras sobre o tema foram organizadas, mobilizando conselheiros federais de química para eliminarem as dúvidas em comunicação direta e direcionada a diferentes audiências.



Para atrair a atenção e permitir que mais pessoas ainda pudessem interagir com o Mistura Explosiva, uma versão do jogo em escala humana foi produzida – um verdadeiro sucesso em feiras e eventos de ciência, especialmente aqueles que atraem os mais jovens. Só na 20.^a Semana da Ciência e Tecnologia, em 2023, mais de 2 mil pessoas se divertiram e aprenderam com o jogo.

Para o presidente do Conselho Federal de Química (CFQ), José de Ribamar Oliveira Filho, o Mistura Explosiva – Limpando Conceitos, Clareando Ideias, constitui uma campanha exemplar daquilo que o sistema CFQ/CRQs procura realizar: a conexão entre diferentes instituições, levando benefícios à sociedade.

“Temos como determinação estar presentes nos grandes debates em que a química é assunto central, e a utilização dos produtos de limpeza ocorre nas casas de todas as famílias. As pessoas estão expostas a riscos ao manipular os saneantes, misturá-los, sem o devido conhecimento. O sistema CFQ/CRQs se faz presente para dialogar

e levar a informação segura, reforçando a ideia de que o profissional da química é fundamental para qualquer manipulação desses produtos que fuja àquilo que está descrito no rótulo, aprovado pelas autoridades de vigilância sanitária”, afirmou Oliveira Filho.

A chefe da Assessoria de Comunicação do CFQ, Jordana Saldanha, destaca que a força do projeto provém do engajamento dos parceiros. Ela avalia que a sintonia com a ABIPLA foi fundamental para o sucesso do Mistura Explosiva.

“Foi uma parceria que se solidificou e rende esses frutos até hoje. A ABIPLA sempre foi sensível e aberta no momento de traçarmos os rumos do Mistura Explosiva. É um exemplo daquilo que entendemos ser o padrão para nossas parcerias: comprometimento com a química e com os valores do sistema CFQ/CRQs, causando impacto positivo na vida das pessoas e valorizando o profissional da química nesse processo”, afirma Jordana.

A era das biossoluções é agora.

A Novonesis, empresa combinada entre a Novozymes e a Chr. Hansen, une tecnologia inovadora ao poder da microbiologia para criar soluções que irão contribuir com os negócios, a sociedade e o planeta.

Por amor às roupas e ao planeta, escolhemos práticas sustentáveis que promovem um futuro mais limpo. Cuidar das nossas peças com produtos que levam biossoluções significa limpeza profunda, cuidado das fibras e manutenção das cores e brancura por muito mais tempo.

É tempo de inovar na limpeza.

Conheça mais sobre nós em
www.novonesis.com.

novonesis

**TOPLAND É HIGIENE, LIMPEZA E
É LIBERDADE, MUITAS SOLUÇÕES NUM SÓ LUGAR!**

**TOP
LAND**



Um lugar de limpeza, sorrisos, alegria,
convívio, crescimento, proteção, bem-estar
e de momentos incríveis.



**ÁLCOOL BACTERICIDA
46º INPM** MESMA EFICÁCIA DO
ÁLCOOL 70º INPM

**MATA
99,90%
DAS BACTÉRIAS**



Um lugar chamado TOPLAND! Você habita, se relaciona,
convive e se encontra em TOPLAND quando você está
comprometido em entregar as melhores soluções de produtos
aos mercados, clientes e consumidores. TOPLAND é a melhor
solução quando se trata de produtos de higiene e limpeza!

Somos uma empresa brasileira e fazemos
parte de um grupo empresarial com mais
de 58 anos de atividade com grande foco
em produtos de alta qualidade. TOPLAND
é TOP CASA, TOP ÁLCOOL, TOP VEGAN,
TOP BLOQ e VIP CARE. TOPLAND é álcool,
multiuso, difusores de aromas, home spray
aromatizador, removedores, acendedores,
panos umedecidos, limpa vidros, lava
louças, limpa gorduras e muito mais.



**Um mundo
limpo de viver!**



www.topland.ind.br
f o topland.official

Fragrâncias transformam a limpeza doméstica em experiência sensorial



Danielle Barbizan

Gerente de Fragrâncias LATAM da Reckitt Hygiene Industrial

Por muitos anos, as fragrâncias foram consideradas simples adornos nas fórmulas dos produtos domissanitários, destinados à higienização, desinfecção ou desinfestação domiciliar. No entanto, esse mercado vem evoluindo. Um importante divisor de águas é o posicionamento mais sensorial adotado pela categoria, que nos últimos anos se apresenta como produtos para o “Cuidado com a Casa”.

Com essa nova abordagem, a fragrância passou a desempenhar um papel fundamental na diferenciação da experiência de uso dos produtos. Mais que adicionar um “cheirinho” a eles, é necessário desenvolver soluções técnicas capazes de reforçar os benefícios dos produtos

e tornar a jornada de limpeza do consumidor mais prazerosa.

De acordo com o site quimica.com.br, o aumento da renda da população brasileira desde 2022 tem impactado a produção de domissanitários. Os consumidores estão se tornando mais sofisticados e buscam produtos que ofereçam outros benefícios além das funções básicas de limpeza e desinfecção. A praticidade é um fator importante, e categorias como limpadores multiuso e perfumadores de ambientes têm se destacado. Além disso, a demanda por produtos inovadores e diferenciados está crescendo, especialmente entre as classes B e C. O mercado brasileiro de limpeza está passando por

transformações, com lançamentos de produtos concentrados e versões líquidas,¹ refletindo uma maior diversificação em formatos e multibenefícios, em que as fragrâncias desempenham papel crucial.

Quando observamos setores mais sofisticados, como os de perfumaria fina, encontramos o Brasil como um dos maiores mercados do mundo. Em 2023, segundo dados preliminares da consultoria Euromonitor International, o movimento foi de R\$ 33,8 bilhões nas fragrâncias de massa, com crescimento de 8,6% em relação a 2022. O segmento premium, marcado pela exclusividade dos produtos, cresceu 13,7%, chegando a R\$ 4,1 bilhões.²

Em resumo, tanto o mercado global de fragrâncias finas quanto o setor de produtos de limpeza no Brasil estão se adaptando às mudanças nas preferências dos consumidores e às tendências globais, buscando oferecer produtos de alta qualidade e inovadores para atender às necessidades de um público cada vez mais exigente e com repertório mais sofisticado.

Este novo papel assumido pelas fragrâncias na categoria de produtos de limpeza certamente abre portas para muitas oportunidades de novos *claims*, mas também traz desafios. As

fórmulas de produtos domissanitários são quimicamente reativas e, na maioria das vezes, possuem um odor forte que precisa ser neutralizado antes que a fragrância possa se expressar olfativamente.

Portanto, os desafios técnicos em buscar tecnologias de fragrâncias que possam ser utilizadas em fórmulas oxidativas merecem ser celebrados, como de produtos clorados, ou tecnologias de neutralização de mau odor que tragam praticidade no uso de limpadores perfumados, e até mesmo o uso de ingredientes de perfumaria fina para compor a expressão olfativa de um produto multiuso.

Essas estratégias estão possibilitando uma maior variedade de expressões olfativas, e experiências sensoriais em novos portfólios, contribuindo cada vez mais para a consolidação do crescimento do mercado brasileiro de Cuidado com a Casa. Dados recentes do Euromonitor e ABIPILA destacam um robusto crescimento de 12% no mercado de produtos de limpeza no Brasil em 2022, colocando o país como o quarto maior mercado global nesse segmento³ no 3T23. E a sua indústria, já está utilizando as tecnologias de fragrâncias como protagonistas em seus produtos?

Referências

1. Domissanitários: O que esperar de 2023. Disponível em: <quimica.com.br>. Acesso em: abr. 2024.
2. Mais caro e ousado, perfume de nicho abre espaço no mercado brasileiro | Empresas | Valor Econômico. Disponível em: <globo.com>. Acesso em: abr. 2024.
3. Setor de produtos de limpeza cresceu 5,2% no 3T23 - Know More. Create More. Disponível em: <householdinnovation.com.br>. Acesso em: abr. 2024.

A sustentabilidade como vetor de mudança - os desafios das finanças na era das mudanças do clima



Nabil Moura Kadri

Superintendente de Meio Ambiente do BNDES – 20 anos de experiência em desenho e implementação de políticas públicas socioambientais e finanças climáticas; Mestre em Administração pela Fundação Getulio Vargas, Membro do comitê ESG da Febraban e do Observatório de Meio Ambiente e Mudanças climáticas do Poder Judiciário

O ano de 2023 já foi o ano com maior média de temperatura em relação aos dados pré-industriais, nunca estivemos tão próximos de atingir a primeira marca apontada pela ciência como um limite perigoso de ser ultrapassado, o 1,5 grau de aumento médio da temperatura do planeta. E os dados de 2024 não apresentam mudanças nesse cenário. As implicações dessa mudança já são perceptíveis em diversas partes do mundo, secas prolongadas, grandes inundações, temperaturas elevadas ou baixas demais. No Brasil esse cenário não é diferente, secas históricas na Amazônia, enchentes sem precedentes no Sudeste e alto impacto na produção agrícola com alta volatilidade das condições climáticas.

Diante desse cenário que não é mais questionado, é urgente o alinhamento das estratégias de investimento, financiamento e inovação para viabilizar soluções que acelerem o processo de redução drástica das emissões de gases de efeito estufa, processos de captura de carbono em larga escala e ações emergenciais de adaptação e resiliência nas cidades e no campo. O setor empresarial é um dos setores mais dinâmicos quando se fala em adaptação, atentos aos movimentos de mercado e nas mudanças conjunturais e estruturais, as empresas estão acostumadas a se adaptar, caso contrário, perdem espaço de mercado e definham. A adaptação é uma constante no mundo dos negócios, mas ao se falar de mudanças

do clima e sustentabilidade, é preciso ir além dos negócios, e perceber o entorno, o local e atuar para que as mudanças estruturais de infraestrutura aconteçam.

O Brasil conta com um sistema financeiro robusto, muito estruturado, diversificado e sólido. Anos de regulação do Banco Central construíram o arcabouço para que isso fosse possível. Não é diferente no caso das políticas de sustentabilidade e clima. O Brasil se diferencia no cenário global nesse sentido. O Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES) faz parte dessa história. Antes mesmo da realização da Rio92, marco global da agenda de sustentabilidade, o BNDES criou a primeira unidade de meio ambiente no sistema financeiro nacional. São mais de três décadas de acúmulo na agenda socioambiental, que possibilitaram a existência de uma contribuição para o desenvolvimento de inovações financeiras que são exemplo adotado por outras instituições e países.

São três grandes frentes de trabalho consolidadas ao longo dos anos:¹ institucional,² inovações financeiras³ e mobilização de recursos. As três seguem caminhos paralelos, mas com grandes pontos de interação, na prática coexistem e se retroalimentam. Do ponto de vista institucional, a já dita criação da unidade de meio ambiente, mudou o cenário dessa temática nas instituições financeiras no país, o pioneirismo em criar uma política transversal de responsabilidade socioambiental, mesmo antes da regulação do Bacen, o início da adoção da análise de risco socioambiental de projetos com a agora famosa classificação ABC, são alguns dos exemplos de contribuições da instituição para o avanço sistêmico da agenda.

Mas como toda instituição financeira tem como grande objetivo oferecer soluções financeiras adequadas às necessidades de recursos, o BNDES, com o olhar para o desenvolvimento nacional, sempre buscou inovar nesses mecanismos, um olho nos desafios e mudanças do futuro, mas com soluções no presente que apontem para essa agenda de futuro. Foi assim, ao longo dos anos que surgiram os mecanismos de captações com pagamentos por resultados, como o Fundo Amazônia, que abre espaços de captação conforme o Brasil é capaz de reduzir o desmatamento na Amazônia Brasileira, a criação do Fundo Nacional de Mudanças do Clima, o Fundo Clima, e, mais recentemente ações envolvendo linhas de financiamento atreladas a resultados socioambientais dos tomadores de recursos, as ações de finanças híbridas (*blended finance*).

No campo das captações destaca-se o inédito lançamento dos *greenbonds* (primeira emissão de uma instituição financeira no Brasil) e a emissão das letras financeiras verdes no mercado nacional.

Esse histórico de contribuições permitiu a uma instituição nacional brasileira (BNDES) ser reconhecido pela Bloomberg como o maior financiador de energias renováveis do mundo. De acordo com estimativas baseadas nas metodologias de MDL, o BNDES, desde 2015 (ano do Acordo de Paris) financiou projetos que juntos foram capazes de evitar 113 milhões de toneladas de CO₂ na atmosfera, esse valor é equivalente a 21 anos sem a frota de carros de toda região metropolitana de São Paulo. Contribuição concreta para um mundo mais sustentável, mais adaptado e resiliente às mudanças do clima.



Desempenho

do setor

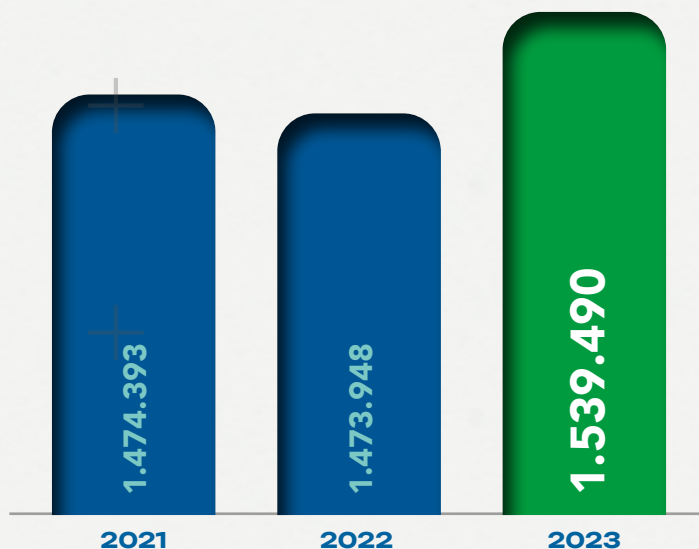
2023



Detergentes para lavar roupa

(em pó e líquido)

Volume, em toneladas

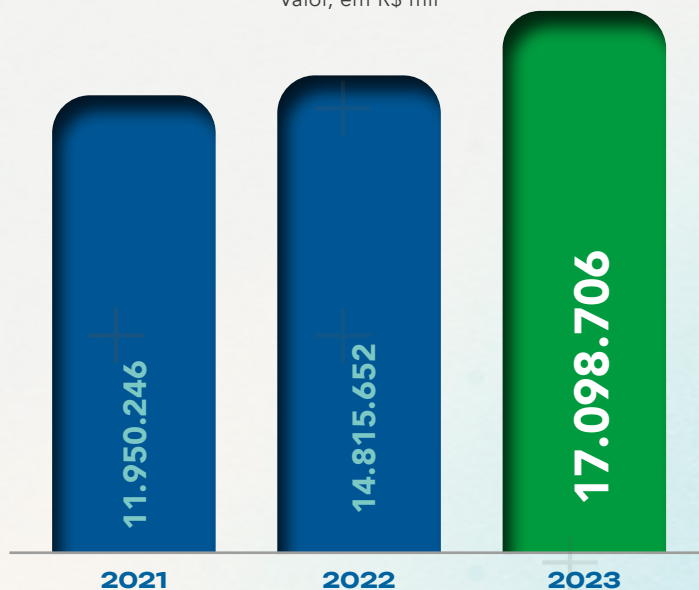


Fonte: NielsenIQ | Retail Index Evolution | Total Brasil - INA+C&C.

Detergentes para lavar roupa

(em pó e líquido)

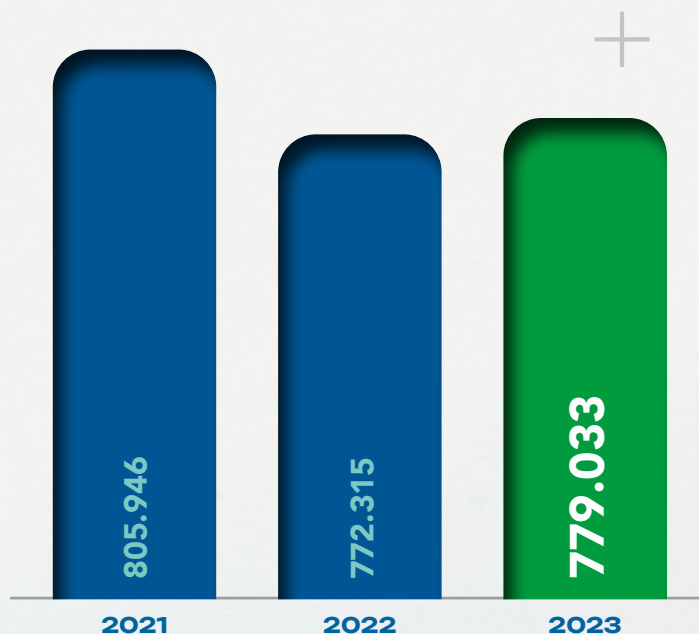
Valor, em R\$ mil



Fonte: NielsenIQ | Retail Index Evolution | Total Brasil - INA+C&C.

Amaciantes

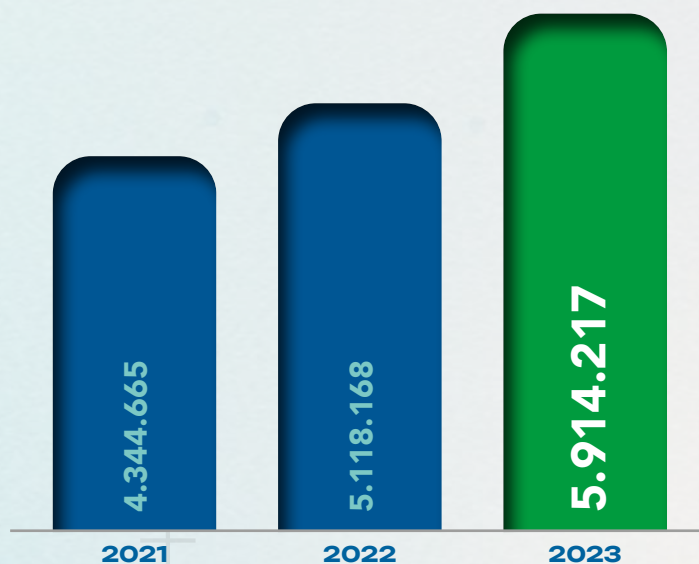
Volume, em mil litros



Fonte: NielsenIQ | Retail Index Evolution | Total Brasil - INA+C&C.

Amaciantes

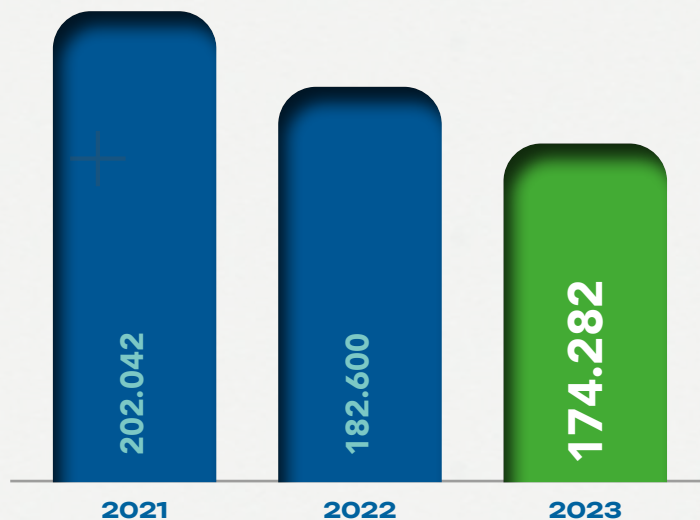
Valor, em R\$ mil



Fonte: NielsenIQ | Retail Index Evolution | Total Brasil - INA+C&C.

Sabão em barra

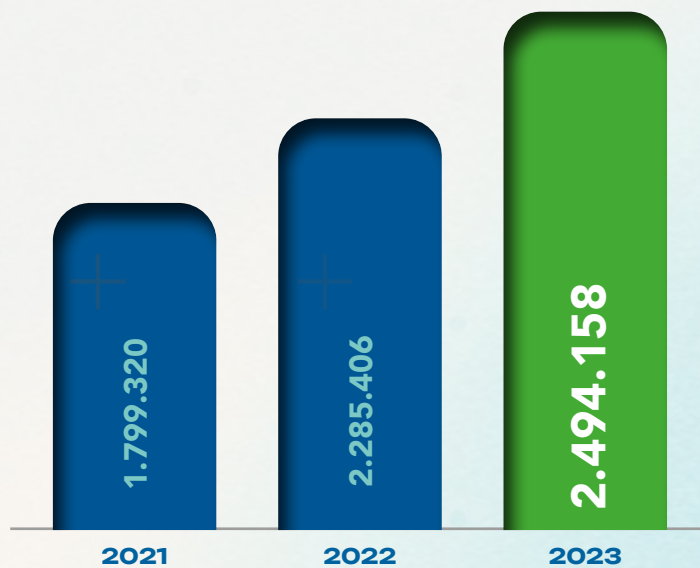
Volume, em toneladas



Fonte: NielsenIQ | Retail Index Evolution | Total Brasil - INA+C&C.

Sabão em barra

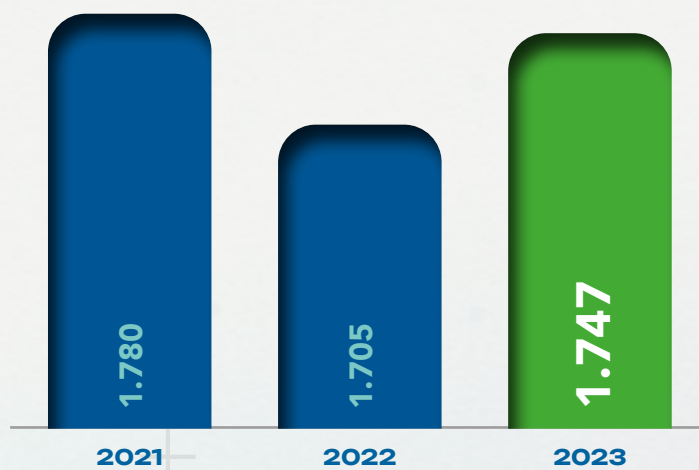
Valor, em R\$ mil



Fonte: NielsenIQ | Retail Index Evolution | Total Brasil - INA+C&C.

Produto para máquina de lavar louça

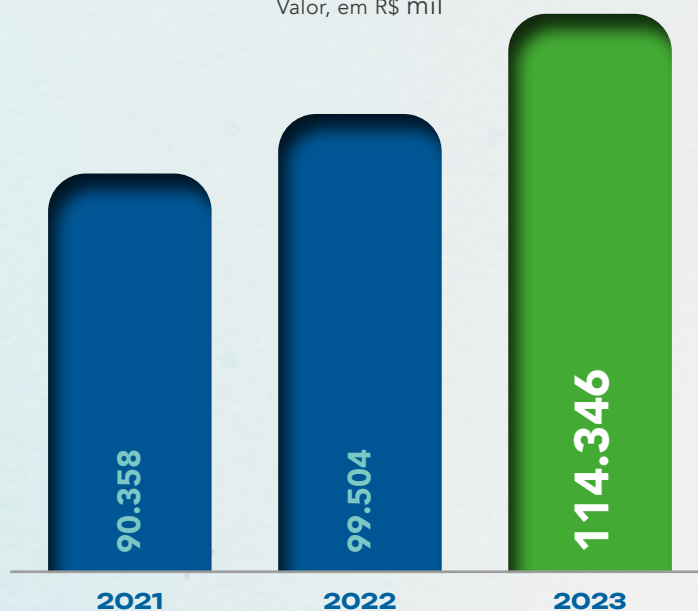
Volume, em mil litros



Fonte: NielsenIQ | Scantrack | T. Brasil - AS.

Produto para máquina de lavar louça

Valor, em R\$ mil

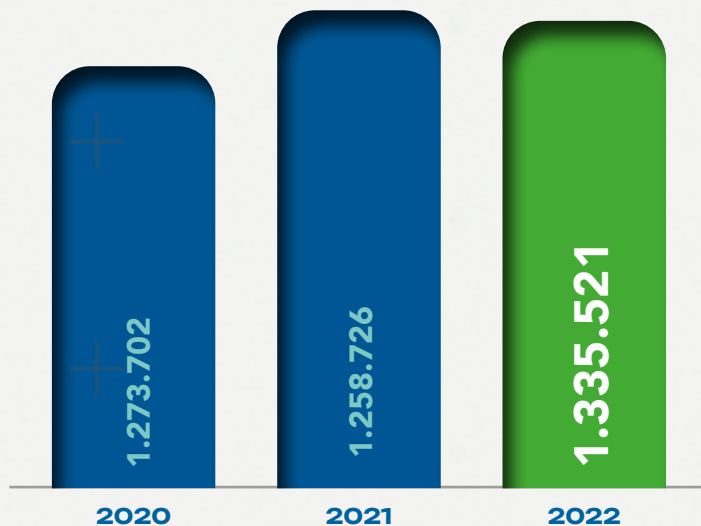


Fonte: NielsenIQ | Scantrack | T. Brasil - AS.

Água sanitária e alvejantes

com ou sem cloro

Volume, em mil litros

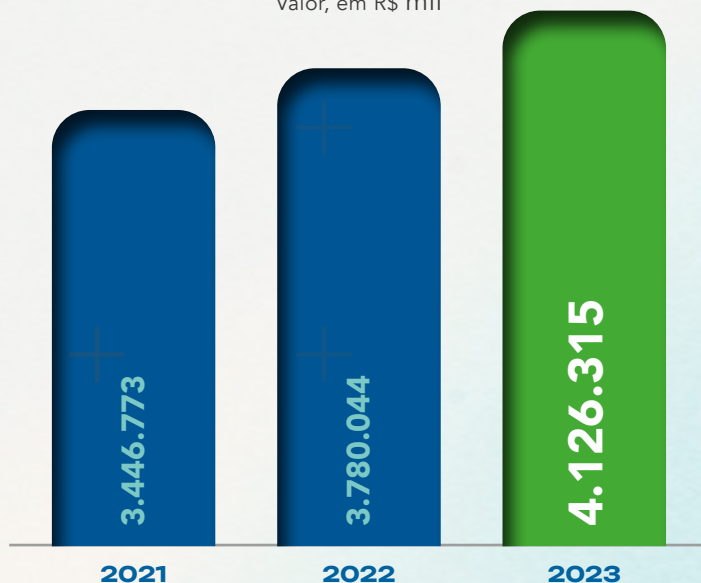


Fonte: NielsenIQ | Retail Index Evolution | Total Brasil - INA+C&C.

Água sanitária e alvejantes

(com ou sem cloro)

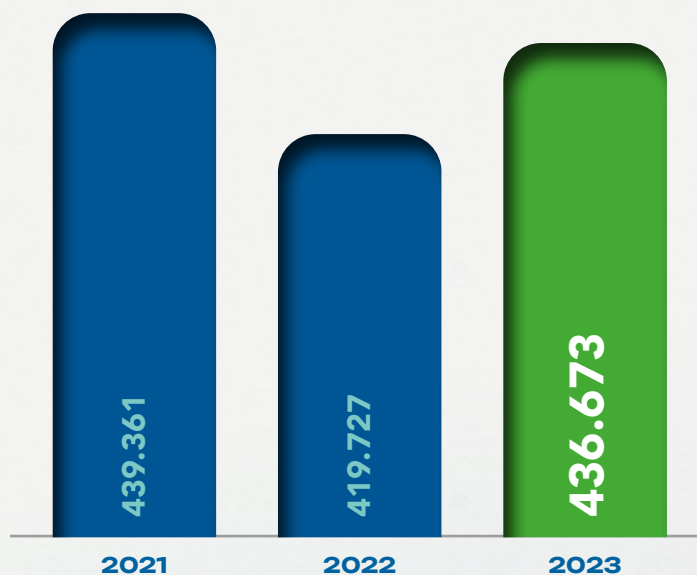
Valor, em R\$ mil



Fonte: NielsenIQ | Retail Index Evolution | Total Brasil - INA+C&C.

Desinfetantes

Volume, em mil litros



Fonte: NielsenIQ | Retail Index Evolution | Total Brasil - INA+C&C.

Desinfetantes

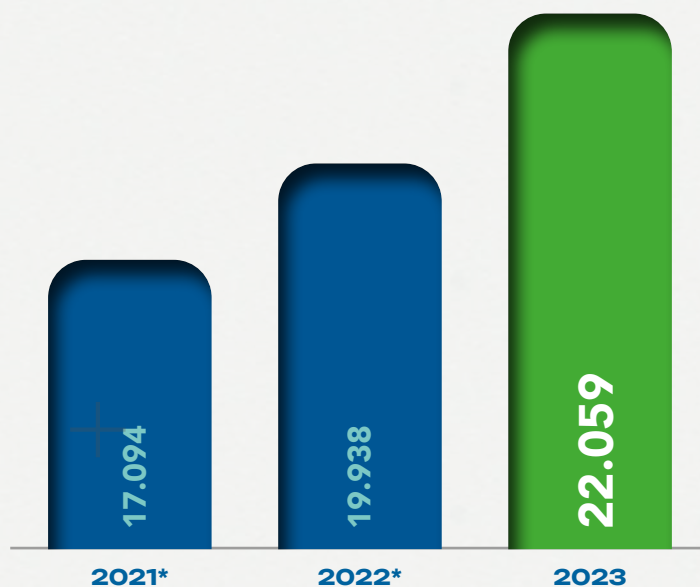
Valor, em R\$ mil



Fonte: NielsenIQ | Retail Index Evolution | Total Brasil - INA+C&C.

Limpadores para banheiro

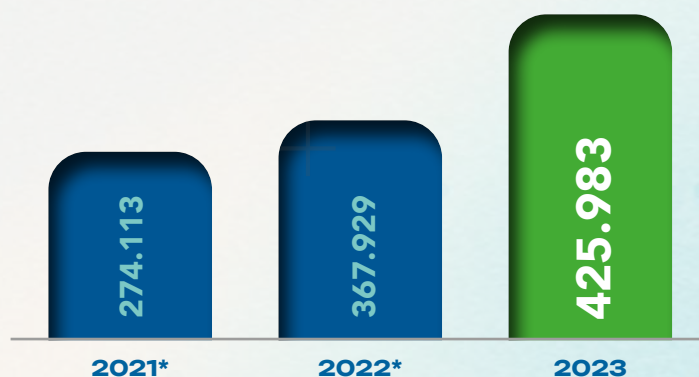
Volume, em mil litros



*Dados de fevereiro 2021 a dezembro 2021.
Fonte: NielsenIQ | Retail Index Evolution | Total Brasil - INA+C&C.

Limpadores para banheiro

Valor, em R\$ mil

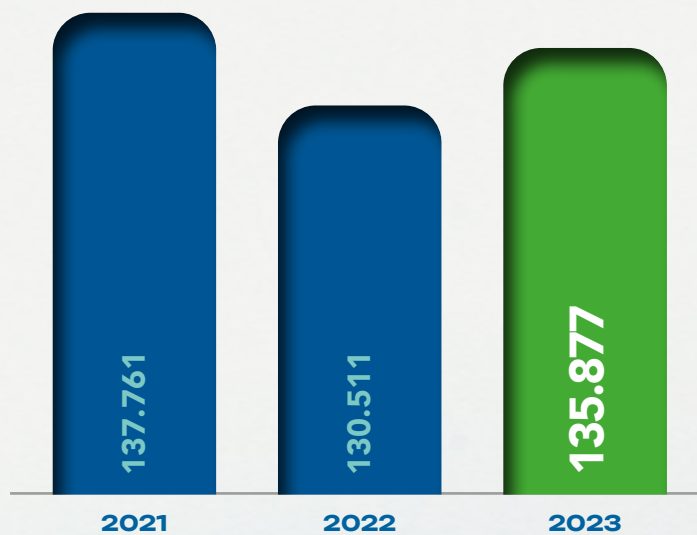


*Dados de fevereiro 2021 a dezembro 2021.
Fonte: NielsenIQ | Retail Index Evolution | Total Brasil - INA+C&C.

Multiusos

(concentrados de limpeza)

Volume, em mil litros

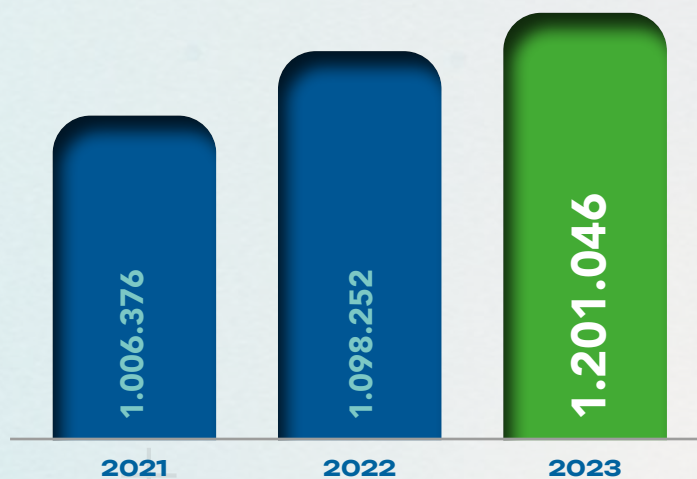


Fonte: NielsenIQ | Retail Index Evolution | Total Brasil - INA+C&C.

Multiusos

(concentrados de limpeza)

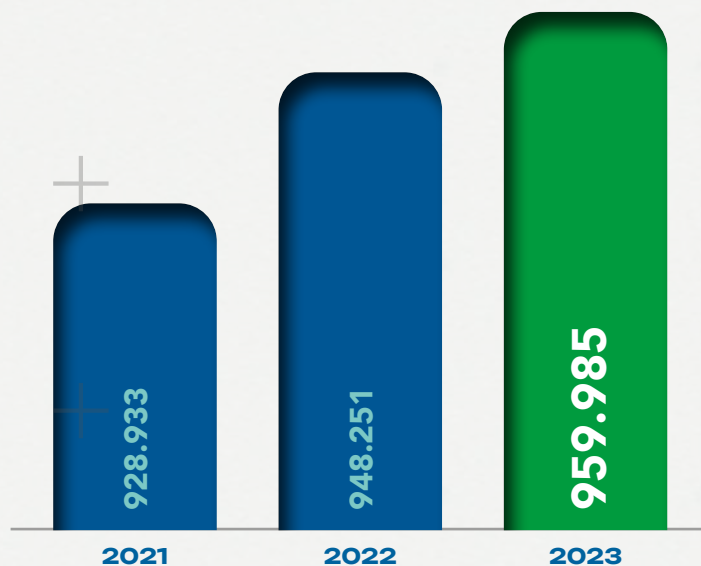
Valor, em R\$ mil



Fonte: NielsenIQ | Retail Index Evolution | Total Brasil - INA+C&C.

Esponjas sintéticas

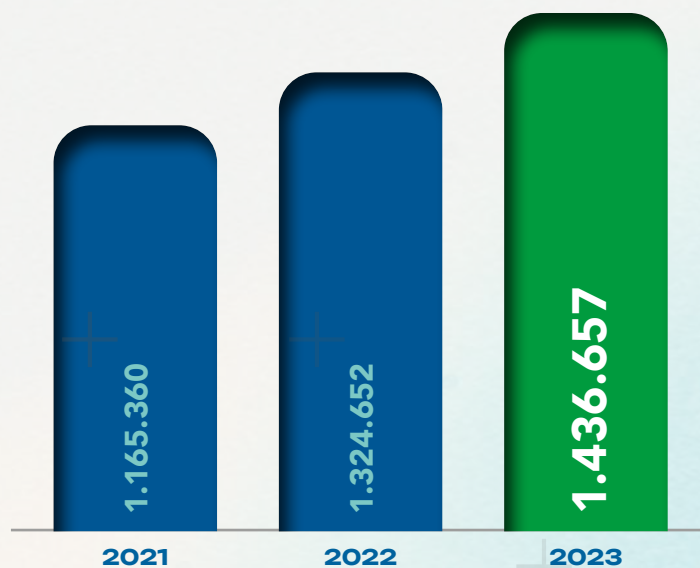
Volume, em milhares de unidades



Fonte: NielsenIQ | Retail Index Evolution | Total Brasil - INA+C&C.

Esponjas sintéticas

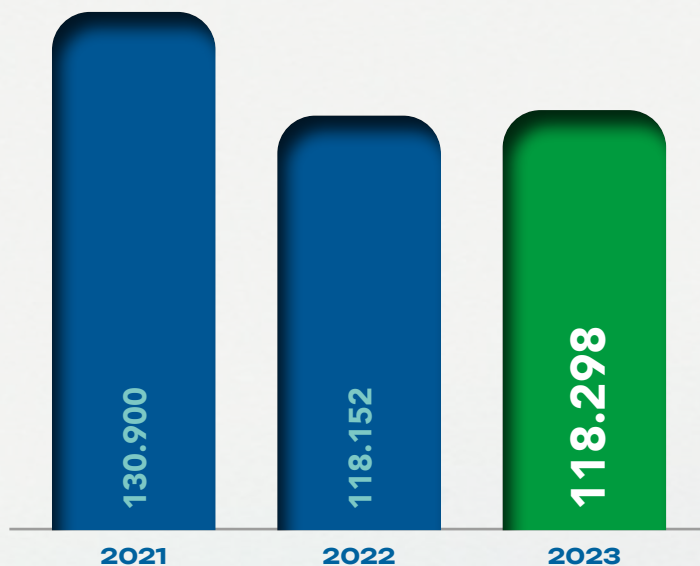
Valor, em R\$ mil



Fonte: NielsenIQ | Retail Index Evolution | Total Brasil - INA+C&C.

Inseticidas aerossol

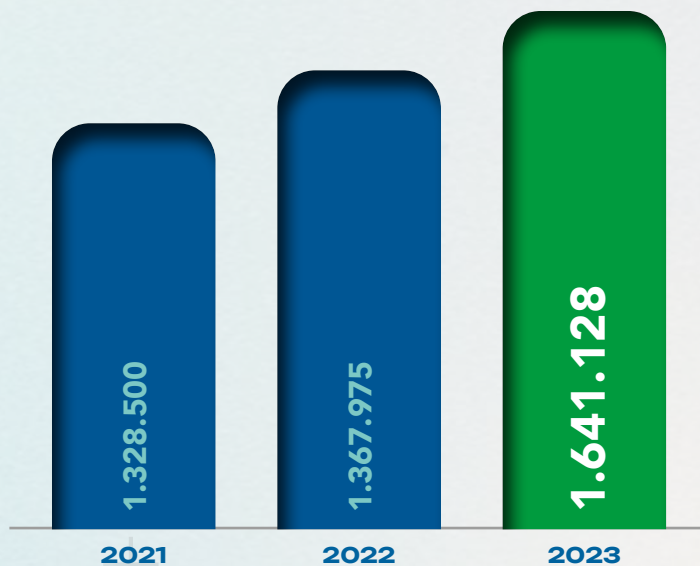
Volume, em milhares de unidades



Fonte: NielsenIQ | Retail Index Evolution | Total Brasil - INA+C&C.

Inseticidas aerossol

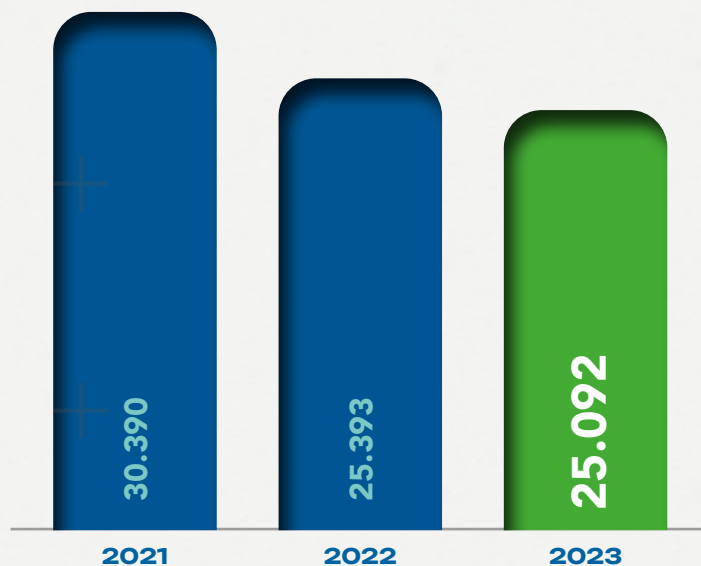
Valor, em R\$ mil



Fonte: NielsenIQ | Retail Index Evolution | Total Brasil - INA+C&C.

Inseticidas elétricos

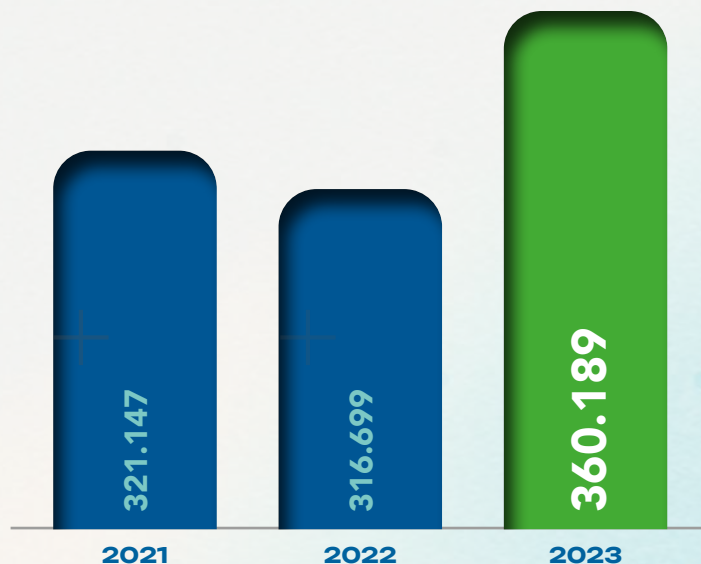
Volume, em milhares de unidades



Fonte: NielsenIQ | Retail Index Evolution | Total Brasil - INA+C&C.

Inseticidas elétricos

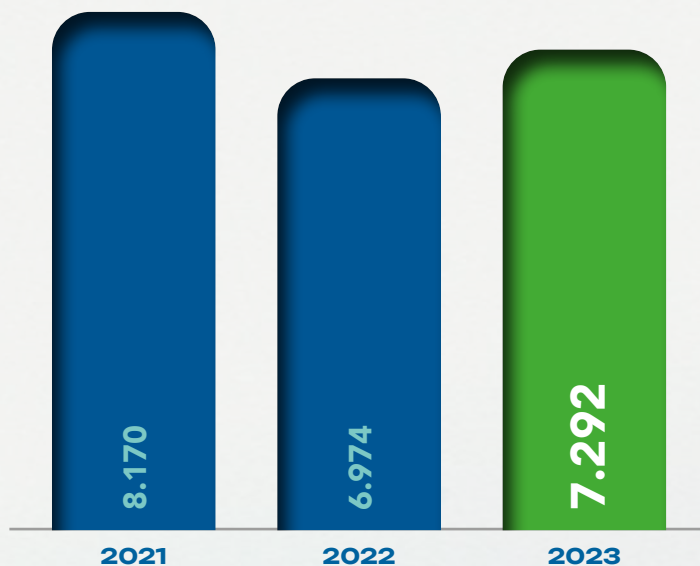
Valor, em R\$ mil



Fonte: NielsenIQ | Retail Index Evolution | Total Brasil - INA+C&C.

Inseticidas armadilhas

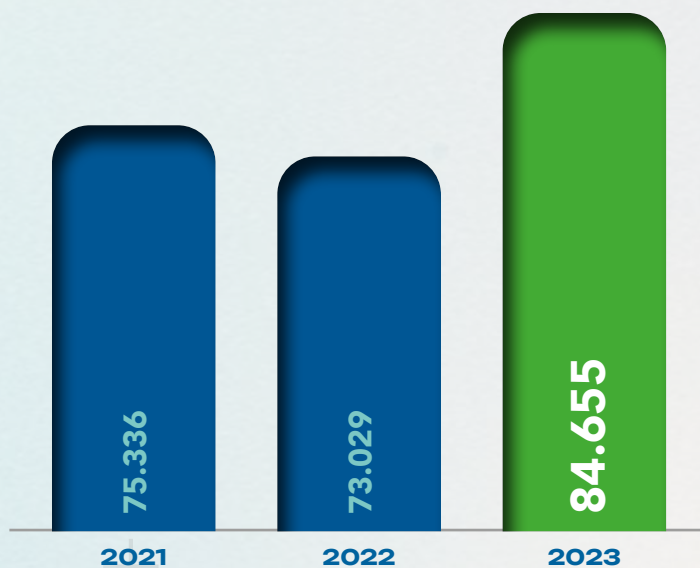
Volume, em milhares de unidades



Fonte: NielsenIQ | Retail Index Evolution | Total Brasil - INA+C&C.

Inseticidas armadilhas

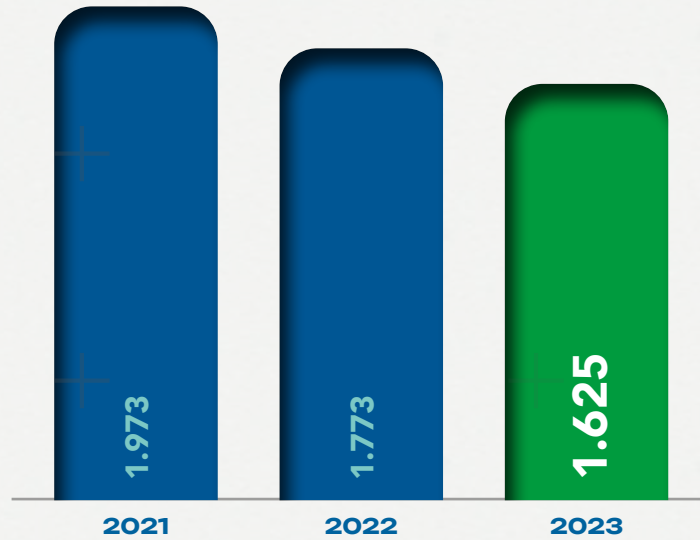
Valor, em R\$ mil



Fonte: NielsenIQ | Retail Index Evolution | Total Brasil - INA+C&C.

Inseticidas líquidos

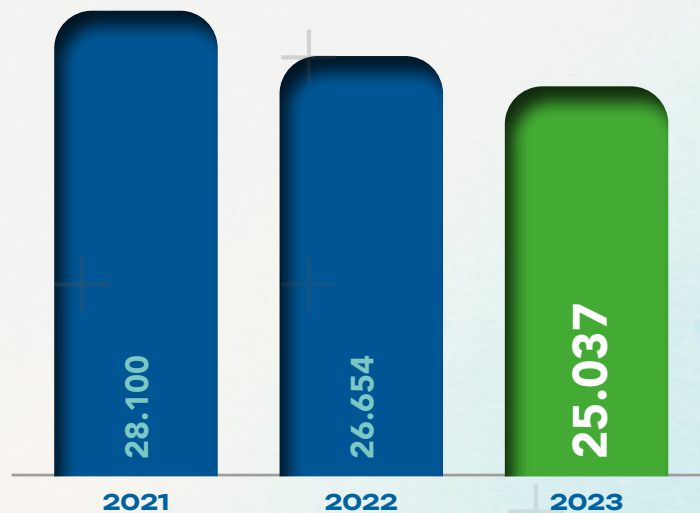
Volume, em milhares de unidades



Fonte: NielsenIQ | Retail Index Evolution | Total Brasil - INA+C&C.

Inseticidas líquidos

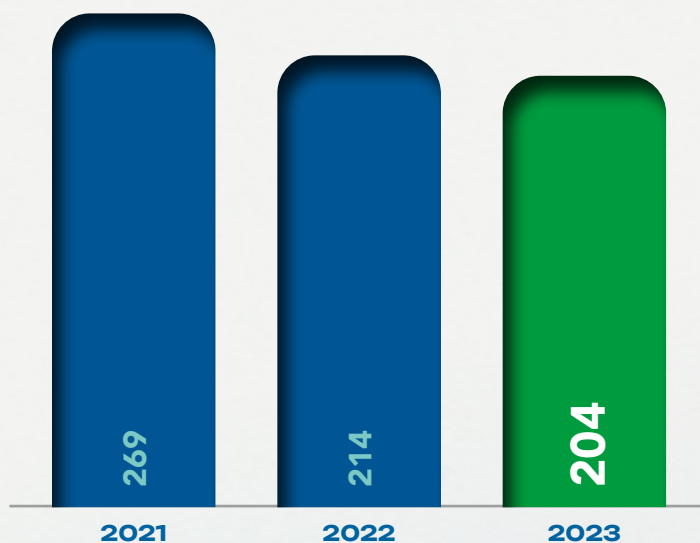
Valor, em R\$ mil



Fonte: NielsenIQ | Retail Index Evolution | Total Brasil - INA+C&C.

Inseticidas gás fumegante

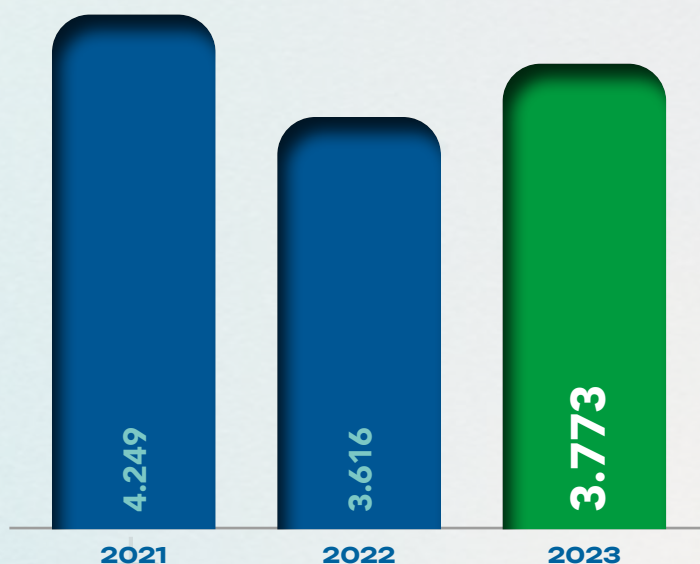
Volume, em milhares de unidades



Fonte: NielsenIQ | Retail Index Evolution | Total Brasil - INA+C&C.

Inseticidas gás fumegante

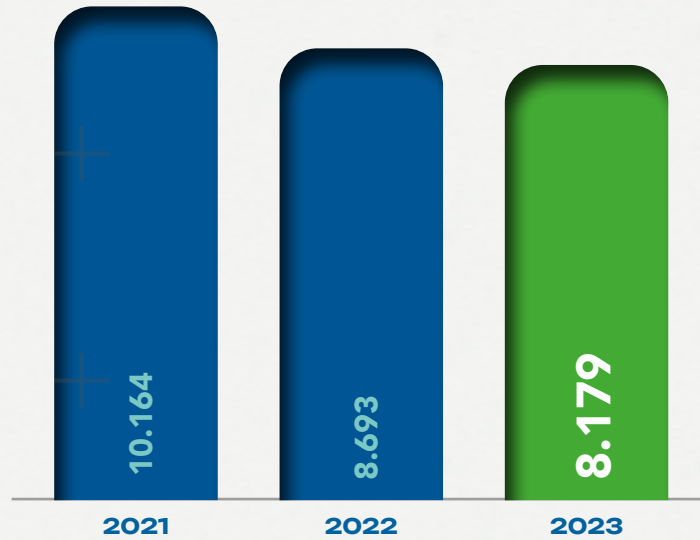
Valor, em R\$ mil



Fonte: NielsenIQ | Retail Index Evolution | Total Brasil - INA+C&C.

Inseticida espiral

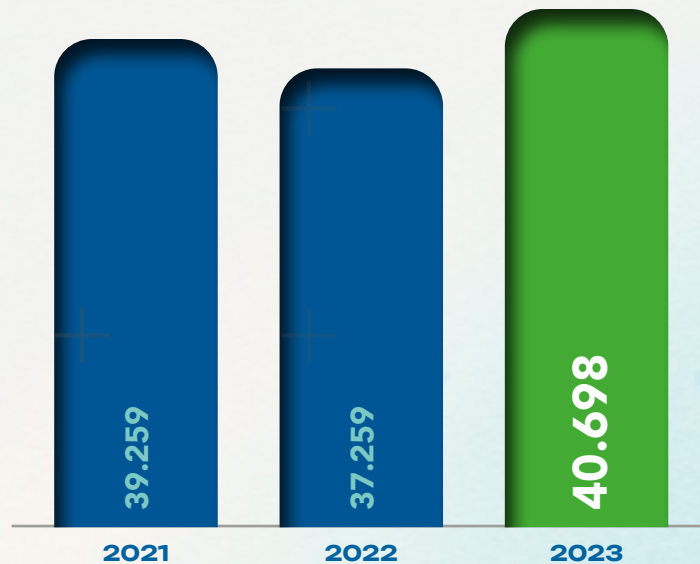
Volume, em milhares de unidades



Fonte: NielsenIQ | Retail Index Evolution | Total Brasil - INA+C&C.

Inseticida espiral

Valor, em R\$ mil



Fonte: NielsenIQ | Retail Index Evolution | Total Brasil - INA+C&C.

NIQ

PME's brasileiras tiveram uma taxa de crescimento 46% maior, em valor, que a média dos fabricantes em 2023

Entre estas, aquelas que compraram e utilizaram dados NIQ, o crescimento foi

110%

superior à média no mesmo período!



Conheça mais sobre como a inteligência de mercado pode ajudá-lo a crescer, entre em contato conosco hoje mesmo para agendar uma demonstração!



Empresas

associadas à
ABIPLA



SEGMENTO DOMÉSTICO

bens de consumo

3M

brilux

CP
COLGATE-PALMOLIVE

Desde 1956
JIMO
QUALIDADE COMPROVADA

MAYOR QUÍMICA
PRODUTOS QUÍMICOS E DE LIMPEZA

scJohnson
Uma empresa de família
trabalhando por um mundo melhor

TOP LAND

anhembi

Candura

flora

Kalykim

RAZZO

T
Total Química
Onde tem química, tem vida.

Unilever

BOM BRIL

Casa km.
Da nossa casa
para sua casa.

Girando sol
PRODUTOS DE LIMPEZA

GUIMARÃES
Produtos de Limpeza

reckitt

Ype

INSTITUCIONAL

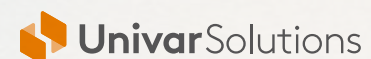
profissionais



INSUMOS E MATÉRIAS-PRIMAS



SERVIÇOS ESPECIALIZADOS



The background of the image is a photograph of an industrial facility, likely a refinery or chemical plant, featuring large storage tanks, complex piping, and yellow safety railings. A large, semi-transparent circular graphic with a double-line border (inner green, outer blue) is centered over the image. The text 'ABIPLA' is prominently displayed within this circle. The overall color palette is dominated by blues, greens, and greys, with decorative elements like plus signs and circles scattered across the page.

ABIPLA

em destaque



Posse diretoria ABRAS 31/01/2023

Anselmo Takaki e Juliana Marra representaram a ABIPLA.



Juliana Marra com Vice-Presidente Geraldo Alckmin.



Juliana Marra, Presidente do IdQ, no lançamento da FPQUIMICA (19/04/2023).



Paulo Engler compõe mesa de lançamento da Frente Parlamentar da Química na Assembleia Legislativa de SP.



Paulo Engler no evento do American Cleaning Institute, Orlando, Estados Unidos.



Paulo Engler, Diretor Executivo da ABIPLA e Juliana Marra, Presidente da ABIPLA prestigiaram o programa do governo federal sobre o setor reciclagem.



Juliana Marra e Paulo Engler no lançamento da Agenda Legislativa 2023 da CNI.

Equipe da ABIPLA
e do Conselho
Federal de Química
na Campanha
Mistura Explosiva
junto ao Sindicato
de Empregadas
Domésticas do RJ
(03/04/2023).



Dep. Afonso Motta, Presidente da FPQUIMICA (19/04/2024).

Juliana Marra, Presidente da ABIPLA e Paulo Engler, Dir. Exec. da ABIPLA no relançamento da Frente Parlamentar da Química (19/04/2023).



Equipe ABIPLA com a equipe da ALIADA (Assoc. Latino Americana de Produtos de Limpeza) e integrantes do Comitê do CPLA 2023.



Lançamento do Anuário ABIPLA 2023. Da esq. Para direita: Claudio Czarnobai (NIQ), Juliana Marra (ABIPLA), Paula Ferolla (Euromonitor) e Paulo Engler (ABIPLA).



Brindes do evento da ABIPLA (27/06/2023).

Evento IRELGOV 2023. Juliana Marra (Unilever), Paulo Engler (ABIPLA), Roberta Kuruzu (Ypê) e Patrícia Cassotti (Reckitt) discorreram sobre os desafios do setor de saneantes.





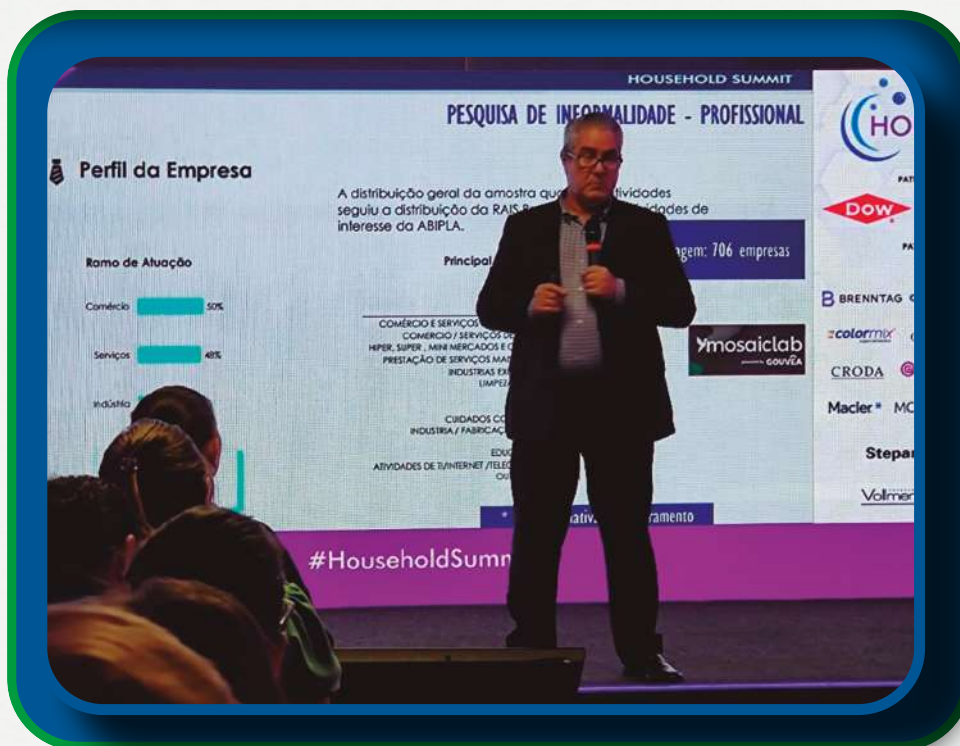
Frederico Marchiori (Oxitemo/Indorama) e Paulo Engler na Fábrica da Indorama (14/08/2023)



Parlamentares da FPQUIMICA, autoridades estaduais e municipais e do Instituto Nacional do Desenvolvimento da Química (IdQ) (14/08/2023).



O projeto Mistura Explosiva, em parceria com o Conselho Federal de Química, ficou em 2.º colocado no Prêmio Marco Maciel promovido pela Assoc. Brasileira de Relações Institucionais e Governamentais. Trata-se de uma Campanha Contra a Mistura Caseira de Saneantes e Contra o uso de Produtos de Limpeza Informais (30/08/2023).



Paulo Engler
 (ABIPLA) discursa
 no Household
 Innovation Summit.



Anselmo Takaki (ABIPLA), Rui Gomes (Investe São Paulo) e Paulo Engler
 no lançamento do programa paulista Facilita SP.

20.ª Semana Nacional de Ciência e Tecnologia - 14/10 a 20/10 de 2023



Participação da ABIPLA junto com Conselho Federal de Química. Estande atendeu 1.200 pessoas com o projeto Mistura Explosiva. Agradecimento aos associados da ABIPLA pelo apoio.





Juliana Marra e Paulo Engler na divulgação do Projeto Mistura Explosiva em Brasília.



Paulo Engler e Lizandra Moraes da ABIPLA promoveram reunião com a Anvisa e integrantes do Comitê Regulatório da Anvisa visando ampliar diálogos e melhorias normativas.

The cover features a large, circular frame with a white background. Inside the frame, a hand is shown holding a white pen, positioned as if about to write. The background of the entire cover is a light blue and green gradient, decorated with a grid of small white plus signs and several larger, semi-transparent circles in shades of blue and green. The title 'Fichas' is prominently displayed in the center of the frame, with 'técnicas' written below it in a smaller font.

Fichas

técnicas





histórico

Na Flora, trabalhamos para produzir as melhores soluções em cuidados: **para a sua casa, para a sua higiene, para a sua família e para você.**

A Flora é feita por brasileiros que conseguem entender a complexidade e a pluralidade do nosso país, porque nascemos aqui, e nossas marcas estão espalhadas por todo o território.

Nosso jeito contemporâneo de ser e a nossa forma criativa de pensar fazem com que busquemos o desenvolvimento das melhores soluções em **home care**. Todo dia nos esforçamos para levar o que há de melhor para as gôndolas de todo o Brasil.

Além disso, nos guiamos pelo objetivo de nos tornarmos os embaixadores do cuidado no Brasil, ajudando as pessoas a se cuidarem melhor por onde passamos.

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

Flora – Cuidar é tudo.

missão

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

produtos e serviços

Indústria nacional de bens de consumo (produtos para cuidados pessoais, casa e roupa).

Sérgio Caldas

Presidente

R. Lemos Monteiro, 120
Butantã, São Paulo - SP
(11) 3623-1000
www.flora.com.br

Facebook: floracosmeticoselimpeza
Instagram: @floracosmeticoselimpeza
LinkedIn: Flora Cosméticos e Limpeza



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 2.200 empregos diretos e mais de 500 profissionais de vendas, conta com cinco plantas industriais situadas em Pernambuco, Pará, Bahia, Ceará, Itajubá e Piracicaba, 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.



Hisbello de Andrade Lima

Diretor Superintendente das Indústrias
Reunidas Raymundo da Fonte

Rodovia PE 15 - km 14 - Torres Galvão
Paulista - PE
PE
CEP 53.417-690
(81) 3437-8200
www.raymundodafonte.com.br



Isaac Hemsi

CEO

Priscilla Saraiva

Gerente Comercial, Marketing e Trade
Marketing

Itupeva - SP

www.topland.ind.br

histórico

TOPLAND é uma empresa brasileira, consciente e sustentável. Faz parte de um grupo empresarial de mais de 58 anos de atividade industrial.

Acreditamos que a limpeza vai além de apenas remover a sujeira e os germes. Ela desempenha um papel vital em criar ambientes saudáveis e seguros, em que as pessoas possam florescer e se sentir protegidas. Nossa missão é oferecer produtos que vão além das expectativas, elevando o bem-estar e trazendo conforto emocional para todos os lares e espaços comerciais.

Com toda essa experiência executiva, somada ao nosso time selecionado de colaboradores, o que nos diferencia no mercado é a nossa visão voltada ao futuro a longo prazo. Nós acreditamos no poder transformador da limpeza, não apenas no aspecto físico, mas também no emocional. Sabemos que um ambiente limpo pode gerar uma sensação de tranquilidade, paz e felicidade.

Nossos produtos são cuidadosamente desenvolvidos, combinando a mais alta qualidade com ingredientes sustentáveis. Acreditamos firmemente em preservar o meio ambiente para as gerações futuras, e isso se reflete em nossas práticas de produção, posicionamento de produtos, certificações e embalagens.

Além disso, temos o compromisso de superar as expectativas de nossos clientes. Queremos ser mais do que uma empresa de produtos de limpeza; queremos ser um MUNDO LIMPO DE VIVER, sendo fonte de inspiração e apoio para todas as pessoas que valorizam um ambiente limpo e saudável.

Somos TOPLAND e estamos animados em fazer parte da sua jornada de higiene e limpeza. Junte-se a nós e descubra como podemos transformar a limpeza em uma experiência emocionalmente positiva, fornecendo produtos que cuidam de você, de sua família e de seus espaços com amor, dedicação e com um toque especial.

missão

Nossa missão é oferecer produtos excepcionais, resultado de rigorosos processos de controle. Buscamos estabelecer relacionamentos duradouros, proporcionando uma experiência única aos clientes e parceiros. Comprometidos com a sustentabilidade, promovemos práticas empresariais éticas e responsáveis.

produtos e serviços

Produtos de limpeza, higiene e bem-estar: álcool, multiuso, removedor para limpeza, lava louças, desengordurante, limpa vidros, difusor de aromas, home spray, bloqueador de odor e removedor de esmaltes.



histórico

Somos a Ypê, uma empresa 100% brasileira, com mais de 70 anos de história, presente em mais de 95% dos lares brasileiros, de acordo com pesquisa da Kantar 2022. Nascemos com a missão de contribuir para a saúde, o bem-estar e a qualidade de vida das pessoas, com produtos de alto desempenho, práticos, sustentáveis e acessíveis.

Contamos com mais de 7 mil colaboradores e um portfólio com mais de 450 produtos, distribuídos em 23 categorias. Somos líderes no segmento de higiene e limpeza, com as marcas Ypê, Atol, Assolan, Tixan, Perfex, Flor de Ypê e Action Ypê, comercializadas no Brasil e em mais de 10 países.

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

Especialização em limpeza, higiene, saúde e bem-estar.



**Waldir Beira
Junior**

Presidente Executivo



Renato Borducchi

Diretor Comercial e Marketing

renato.borducchi@anhembi.ind.br

Matriz São Paulo:
Rua André Rovai, 481
Centro – Osasco/SP

06233-150

Filial Bahia:
Rodovia BR 116 Norte, km 08 - Galpão 06
Novo Horizonte - Feira de Santana/BA
44036-331

(11) 2167-3200
www.anhembi.ind.br

histórico

A história da Anhembi começou na década de 40, quando as águas sanitárias Qboa® e Super Candida® eram produzidas por duas empresas distintas. Nos anos 50, com a fusão dessas empresas, nasceu a indústria Anhembi, que consolidou as marcas Qboa® e Super Candida®, em suas posições de destaque no mercado nacional.

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

Hoje com mais de 76 anos, a Anhembi segue levando qualidade, praticidade e inovação para os consumidores. Transformando o conceito de limpeza em milhares de lares brasileiros.

missão

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

produtos e serviços

Água Sanitária

Alvejante com cloro perfumado

Alvejante com cloro e detergente

Amaciantes

Tira manchas para roupas brancas

Tira manchas para roupas coloridas

Cloro gel

Limpador sanitário

Tira limo

Limpeza pesada

Multiusos especialistas

Multiusos tradicionais



histórico

A Unilever, uma das maiores fornecedoras do mundo de produtos de Beleza e Bem-Estar, Cuidado Pessoal, Cuidados com a Casa, Nutrição e Sorvetes, está presente em mais de 190 países, seus produtos são usados por 3,4 bilhões de pessoas todos os dias. Contamos com 127 mil colaboradores e vendas que alcançaram € 59,6 bilhões em 2023.

A nossa visão é ser líder global em negócios sustentáveis e demonstrar como um modelo de negócio guiado por propósitos e pronto para o futuro consegue resultados melhores. Somos uma empresa tradicionalmente progressista e responsável.

Mais da metade de nossos negócios está em mercados emergentes e em desenvolvimento. As mais de 400 marcas da Unilever, dentre as quais estão Dove, Knorr, OMO, Rexona, Hellmann's, Kibon, Lux, Magnum e Axe, são encontradas no mundo todo.

Para atingirmos nosso propósito de tornar a sustentabilidade parte do dia a dia das pessoas, precisamos ser mais que apenas uma empresa sustentável, precisamos estar verdadeiramente preparados para o futuro: digitalizados e mais rápidos e flexíveis para anteciparmos as muitas mudanças significativas que estão moldando nossa indústria.

Conduzimos o propósito por meio de nossas marcas, que crescem adotando ações significativas para a sociedade. Usamos nossa escala para o bem, estabelecendo parcerias para criar movimentos que tragam transformações positivas.

Expandimos nosso negócio com a evolução do nosso portfólio, aproveitando nossa visão e inovação para antecipar tendências e agir de acordo com elas. Continuamos expandindo nossa presença em mercados de alto crescimento, certificando-nos de que oferecemos os melhores produtos, quando e onde as pessoas necessitem e desejem.

Trabalhamos para ajudar a redefinir o futuro do trabalho, criando uma organização diversa e inclusiva, digitalmente qualificada, flexível e conectada, que atraia os melhores talentos e inspira a paixão e o comprometimento de nossos colaboradores e de milhões de pessoas que trabalham em nossa cadeia de valor.

Conduzimos tudo isso utilizando o potencial da tecnologia, usando análises avançadas para aprofundar o relacionamento com compradores e clientes, acelerando nosso progresso em sustentabilidade e estimulando nossa inovação, criatividade e agilidade. Acreditamos que é assim que aumentaremos ainda mais a nossa performance, e construiremos um negócio liderado por propósito e preparado para o futuro.



Andres Gonzalez

Presidente Unilever Brasil

Líder do Negócio de Beleza e Bem-Estar

Poliana Sousa

Líder do Negócio de Cuidados Pessoais

Marcelo Costa

Líder do Negócio de Cuidados com a Casa

Rodrigo Visentini

Líder do Negócio de Nutrição

João Francisco Ribeiro

Líder de Supply Chain

Luciana Paganato

Líder de Recursos Humanos

Ricardo Zuccolo

Líder de Vendas

Rodrigo Sanroman

Líder de Finanças

Suelma Rosa

Líder de Reputação e Assuntos Corporativos

Manuela Dode

Líder Jurídico



GERENTE GERAL

Marielza Ribeiro

DIRETORA EXECUTIVA

Manuela Borges

ADMINISTRATIVO/FINANCEIRO

Kelly Miranda

Marcos Sabbag

GERENTE EXECUTIVA

Cassia Candini

GERENTE DE PRODUÇÃO EDITORIAL

Mariana Nicolai

COORDENADOR DE PRODUÇÃO

Felipe Yuri

DIREÇÃO DE ARTE

Victor Mancilha

REVISÃO

Giulia Carvalho

BANCO DE IMAGENS

Shutterstock

© 2024 Planmark Agência de Comunicação Científica

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 Agência de Comunicação Científica, sejam quais forem os meios empregados: eletrônicos, mecânicos, fotográficos, gravação ou quaisquer outros ficando os infratores sujeitos às penas da lei. OS 14308-jun24.

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

**QUALIDADE E PRATICIDADE
HÁ MAIS DE 76 ANOS.**

**ASSIM A ANHEMBI SEGUE
TRANSFORMANDO O CONCEITO
DE LIMPEZA EM MILHARES
DE LARES BRASILEIROS.**



Quando o assunto é eficiência e qualidade, os produtos **Super Candida** e **Oboa** são referências de mercado. Mas a Anhembi inovou mais uma vez, trazendo uma nova linha de amaciantes.

E já temos certeza que essa nova linha de amaciantes **Sense Qboa** fará a diferença em nosso portfólio de produtos, conquistando consumidores de todo o país e contribuindo para uma história de mais de 7 décadas de confiança e cuidado.



Sense
Oboa

Gabarito

1. GÁS CLORO
2. CLOROFÓRMIO
3. PRUDÊNCIA
4. PIRATA
5. RÓTULO
6. ANVISA
7. QUÍMICA
8. CLORAMINA
9. MICELA
10. ABIPLA
11. RECICLAGEM
12. BACTERICIDA
13. DESINFESTANTE
14. HIGIENIZAR
15. SANEANTE

