

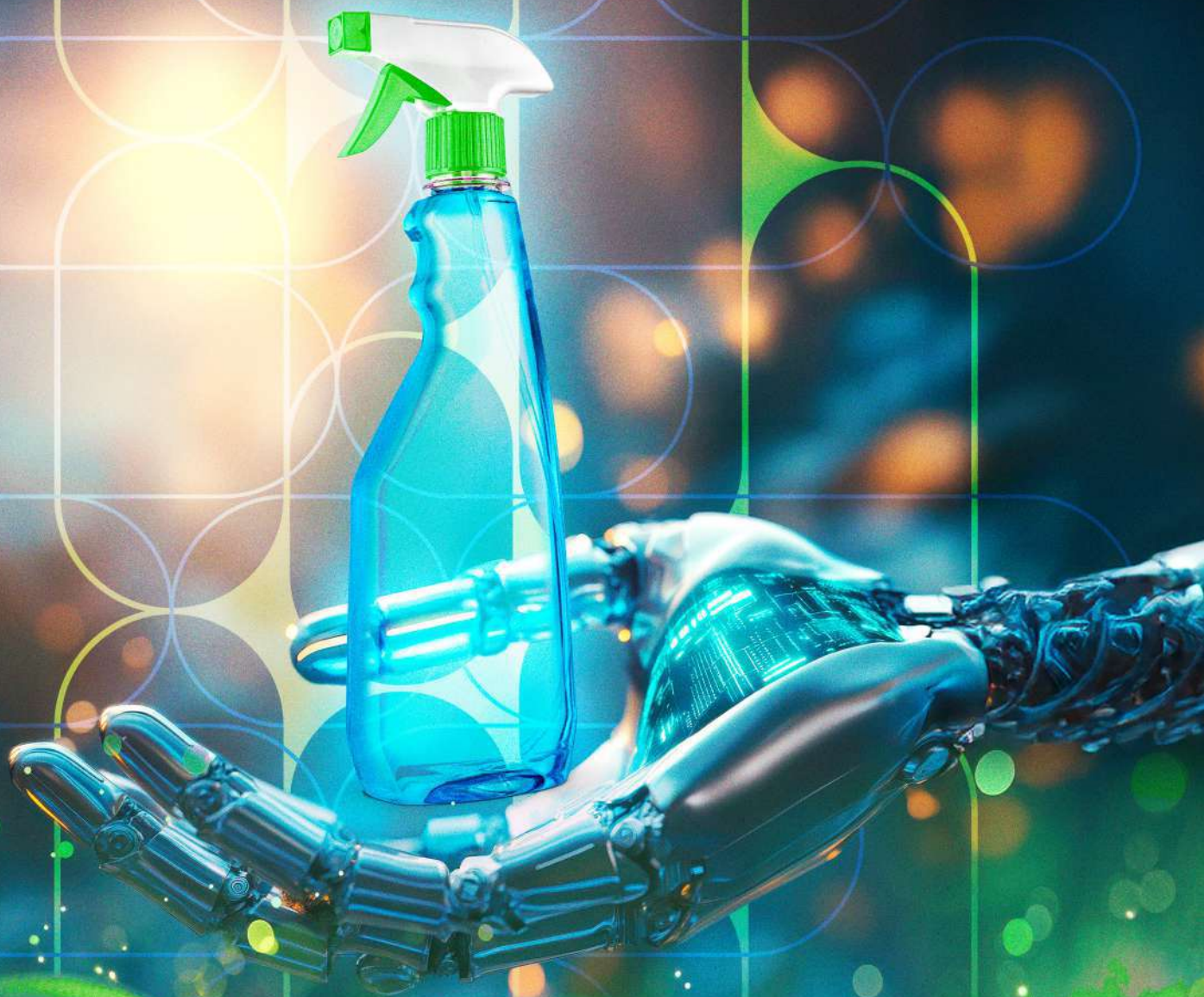
ANUÁRIO

ABIPLA

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

20.ª edição | 1.ª impressão

2025





Ypê. Inovação e sustentabilidade que transformam.

Na Ypê, há 75 anos, tecnologia e sustentabilidade andam juntas para transformar o futuro do nosso setor. Da matéria-prima à reciclagem, inovamos com responsabilidade para cuidar das pessoas e do planeta.



www.ype.ind.br



Ypê



OficialYpê



OficialYpê



OficialYpê

ANUÁRIO

ABIPLA

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

20.^a edição | 1.^a impressão

2025

The background is a complex digital composition. It features a dark blue base with a grid of lighter blue circles. Overlaid on this are vibrant green, wavy, ethereal lines that resemble smoke or energy flows. Small, glowing green and yellow particles are scattered throughout the scene, adding a sense of motion and depth.

PREFÁCIO





JULIANA ARANTES DURAZZO MARRA

Presidente da ABIPLA

CRESCIMENTO SUSTENTÁVEL E TECNOLÓGICO – AÇÕES DO SETOR DE PRODUTOS DE LIMPEZA NO DESENVOLVIMENTO BIOTECNOLÓGICO

O compromisso da ABIPLA com a saúde pública e o desenvolvimento biotecnológico

Nos últimos anos, o setor de saneantes tem se destacado como um pilar essencial para a saúde pública e o bem-estar ambiental. A crescente conscientização sobre a importância da higiene e da limpeza, impulsionada por desafios globais como a pandemia de covid-19, tem colocado os produtos saneantes em uma posição de destaque. A indústria de saneantes não apenas contribui para a prevenção de doenças, mas também promove um ambiente mais seguro e saudável para todos.

Um exemplo claro da relevância do setor é sua atuação no combate à dengue. A dengue, uma doença transmitida pelo mosquito *Aedes aegypti*, tem sido uma preocupação constante no Brasil. O setor de saneantes desempenha um papel crucial na eliminação de criadouros do mosquito, por meio de produtos que garantem a limpeza e a desinfecção de áreas propensas à proliferação do vetor. A utilização de saneantes

eficazes é uma das estratégias fundamentais para reduzir a incidência da doença e proteger a população.

Além disso, a aliança entre o setor de saneantes e o desenvolvimento tecnológico e biotecnológico tem sido um fator determinante para a inovação e a eficiência dos produtos. A colaboração com empresas de biotecnologia e institutos de pesquisa tem permitido avanços significativos na formulação de saneantes mais eficazes e ambientalmente responsáveis. Essas parcerias estratégicas não apenas impulsionam a inovação, mas também garantem que o setor esteja sempre à frente na busca por soluções que atendam às necessidades emergentes da sociedade.

A informalidade do setor é um dos grandes desafios que enfrentamos, conforme levantamento realizado pela ABIPLA. A informalidade de produtos de uso doméstico, que correspondem 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 caminhar em direção a um crescimento econômico sustentável.

Este anuário celebra as conquistas do setor de saneantes e destaca sua importância crescente na promoção da saúde pública e na proteção do meio ambiente. 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 ao crescimento, mas também à preservação do meio ambiente e ao 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.

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 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).





PAULO ENGLER

Diretor-Executivo da ABIPLA

TUDO AO MESMO TEMPO AGORA

O famoso título do sexto álbum da banda de rock Titãs, lançado em 1991, se encaixa perfeitamente ao mercado de saneantes brasileiro do ano de 2024 e para as perspectivas de 2025. Sei que deveria ser otimista e eloquente neste texto, afinal de contas vamos falar do ano de 2024, no qual novamente batemos nosso recorde de produção e vendas de saneantes, tanto para uso doméstico como para uso profissional. Mas sabedor de que o último trimestre de 2024 acendeu a luz amarela, demonstrando que a conjuntura macroeconômica e política, interna e internacional, de fato estava influenciando nos resultados e que a situação poderia se deteriorar com muita força em 2025, então, achei melhor ser realista nessa missiva.

Na segunda metade de 2023 e no primeiro semestre de 2024, a indústria de saneantes

produziu e vendeu como nunca; fatores importantes contribuíram para isso: matérias-primas importadas com preços muito atraentes, preço das resinas no mercado internacional em queda, pleno emprego no Brasil, aumento da renda média da população carente, óleo diesel sem aumento de preço no ano de 2024 e consumo das famílias em alta. Nesse cenário muito interessante, a indústria de saneantes não repassou sequer a inflação oficial aos preços, segundo dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), tanto na variação do Índice Nacional de Preços ao Consumidor (INPC) como no Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA), ficamos aquém. No período de janeiro a setembro de 2024, a produção do nosso setor cresceu 11%, se comparada com o mesmo período do ano anterior, encerrando o ano com crescimento de 8,24%.

Porém, no último trimestre de 2024, uma avalanche de acontecimentos afetou o mercado: a majoração do imposto de importação de várias matérias-primas químicas a partir de 01/09/2024; o forte aumento da inflação, que ultrapassou o centro da meta estabelecida pelo Banco Central; o valor do dólar, que chegou a R\$ 6,30 no dia 18/12/2024 (aumento de 24% no ano); a apreensão nos mercados sobre o resultado final das eleições norte-americanas; os problemas na aprovação do orçamento anual brasileiro no Congresso Nacional, dentre outros. Mas o que de fato mais preocupa a nossa indústria é a percepção de que está em curso um aumento exponencial na venda de produtos de limpeza piratas/clandestinos e a disseminação das malfadadas misturas caseiras.

Esse assunto merece relevo e atenção do nosso setor, e a ABIPLA irá tomar providências urgentes sobre a qualidade dos saneantes colocados no mercado e disponibilizados à população em geral. Devido à ausência de fiscalização ostensiva dos órgãos reguladores, há produtos que não atendem aos requisitos mínimos e que são normalmente oferecidos nos pontos de venda do varejo. Essa situação afeta profundamente a saúde pública e denigra a indústria brasileira de saneantes.

A ABIPLA irá novamente realizar a pesquisa sobre o uso de saneantes informais em todo o território nacional e, também, lançar uma ofensiva no mercado para identificar os produtos com baixa qualidade e denunciá-los ao órgão regulador.

Somos o quarto maior mercado produtor e consumidor de saneantes do planeta. Produzimos os melhores e mais eficientes produtos de limpeza existentes em total convergência regulatória com os mais avançados mercados. Não podemos permitir que a nossa excelência industrial seja depreciada e, em hipótese alguma, permitiremos que a saúde pública do povo brasileiro seja afetada por produtos falsos, piratas ou de baixa qualidade.

Vamos em frente!

SUMÁRIO

12 DIRETORIA

14 SETOR DE LIMPEZA EM NÚMEROS

20 IMPORTAÇÃO E EXPORTAÇÃO

24 CENÁRIOS BRASIL

30 ARTIGOS

46 DESEMPENHO DO SETOR

64 EMPRESAS ASSOCIADAS À ABIPLA

70 ABIPLA EM DESTAQUE

82 FICHAS TÉCNICAS



DIRETORIA

PRESIDENTE

Juliana Arantes Durazzo Marra

1.º VICE-PRESIDENTE

Pedro Henrique Rubião do Val Maciel

VICE-PRESIDENTES

Paulo Aloysio Schmitt

Ronaldo Boselli de Vitto

Rosana Aparecida Queiroz Hida de Campos

Taluana Liguori Correa

Thaís Fernanda do Carmo

VICE-PRESIDENTE TESOUREIRO

Clovis Luis Bianchi Rizzatto

VICE-PRESIDENTE SECRETÁRIO

Marcus Fraga Rodrigues

DIRETORA SECRETÁRIA

Fernanda de Paulo Maeda

DIRETOR TESOUREIRO

Luis Felipe Di Fiori Soares

DIRETORES(as)

Adenisio Coelho Junior

Aline Belleza

Elizabeth Cristina Vargas

Flavio Luiz Alfonso de Donato

Francisco Almeida

Graziella Pinto Lourenço

Gustavo Henrique de Souza

Marcelo Brito de Azevedo Amaral

Marcelo Komatsu

Pedro Nelson Laurito Bonança de Almeida

Silmar Balsamo Barrios

4.000.000 TM

MERCADORIAS VENDIDAS
(4,0 M TM)



VENDAS EM

+140

PAÍSES

+80

AFILIADAS (PRINCIPALMENTE EM
MERCADOS EMERGENTES)

722.000 M²

ARMAZENAGEM

+2.800

PROFISSIONAIS ALTAMENTE
CAPACITADOS

+160

LOCALIDADES

+40

PAÍSES COM
INFRAESTRUTURA
PRÓPRIA

10.400.000 TM

MANUSEADAS (3PL)

ANTUÉRPIA, BÉLGICA

MATRIZ GLOBAL



cosmoquímica



cosmolog

Manucharagro

PLURY
QUÍMICA

Parceria, qualidade e evolução



Oferecemos uma gama abrangente de matérias-primas para produtos de limpeza que vão desde químicos inorgânicos, 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 31 anos, a Manuchar distribui matérias-primas para os seguintes mercados: 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 (77.364m² 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

Great
Place
To
Work.

Melhores Empresas
Para Trabalhar
Brasil
Manuchar 2024



Manuchar

BRASIL

Manuchar Brasil



www.manuchar.com/br

SETOR DE LIMPEZA EM

números



EMPRESAS POR PORTE

CNPJ ATIVOS: 2.594



2.195

Microempresas



302

Pequenas



81

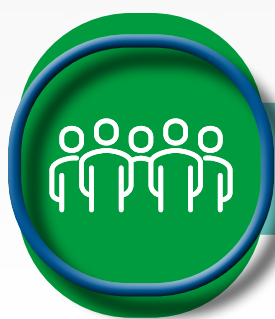
Médias



16

Grandes

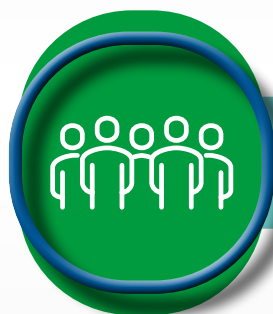
EMPREGOS em 2024



43.977

CNAE 2.061

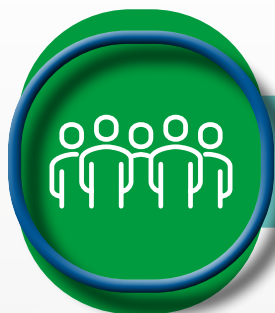
(sabões e detergentes sintéticos)



45.195

CNAE 2.062

(produtos de limpeza e
polimento)



3.220

CNAE 2.052

(desinfestantes domissanitários)

Fonte: IBGE/Ministério do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços (MDIC).

VENDAS NO varejo

(a preços concorrentes) no setor de *home care* em 2024

Mundo



2023: US\$ 186.710 MILHÕES

2024: US\$ 191.268 MILHÕES

América Latina



2023: US\$ 24.900 MILHÕES

2024: US\$ 25.156 MILHÕES

Brasil



2023: US\$ 7.485 MILHÕES

2024: US\$ 7.770 MILHÕES

+ Eficiência + Inovação

em **tecnologia enzimática**
para limpeza doméstica
e profissional!



Lava roupas



Instrumental
cirúrgico



Limpeza industrial
e institucional
(I&I)

IMPORTAÇÃO e EXPORTAÇÃO

2024



IMPORTAÇÃO

	2021	2022	2023	2024
VOLUME (TONELADAS)	2.717.927	2.698.109	2.146.520	2.469.061

VALOR (US\$)	1.022.396	1.109.940	651.343.648	615.780.641
------------------------	-----------	-----------	-------------	-------------

PRINCIPAIS PAÍSES

 1.º Indonésia	 Espanha
 Estados Unidos	 China
 Turquia	

5 matérias-primas principais IMPORTADAS

NCM	DESCRIÇÃO
15119000	Outros óleos de dendê, refinados, mas não quimicamente modificados
15132910	Outros óleos de palmiste ou de babaçu e suas frações, 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	2024
VOLUME (TONELADAS)	83.442	61.505	46.355	41.635
VALOR (US\$)	101.983	114.440	81.914	77.184.007

PRINCIPAIS PAÍSES

 1.º Argentina	 Paraguai
 Bélgica	 Uruguai
 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

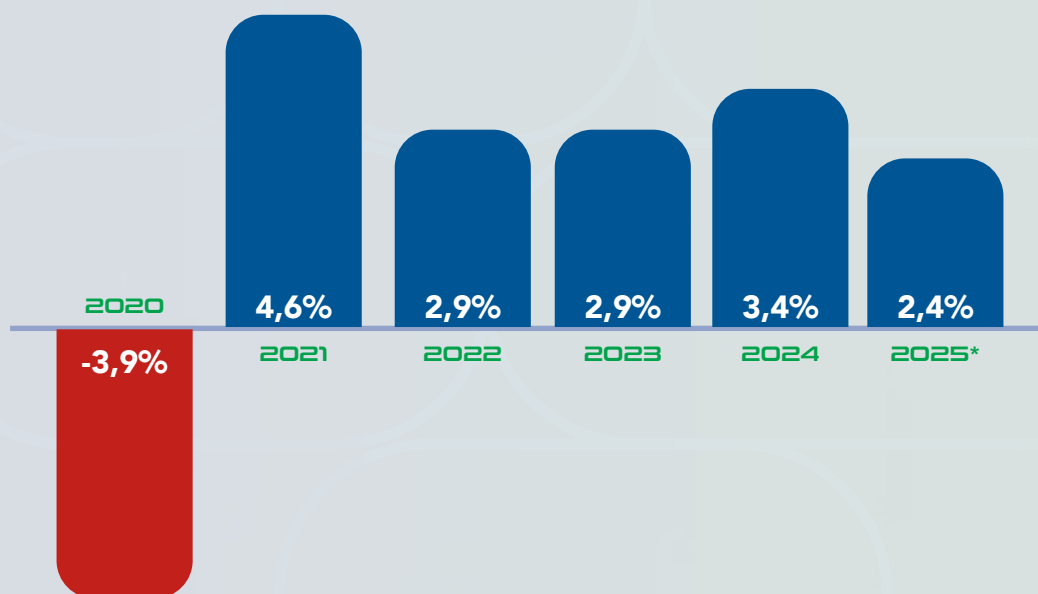


cenários

BRASIL

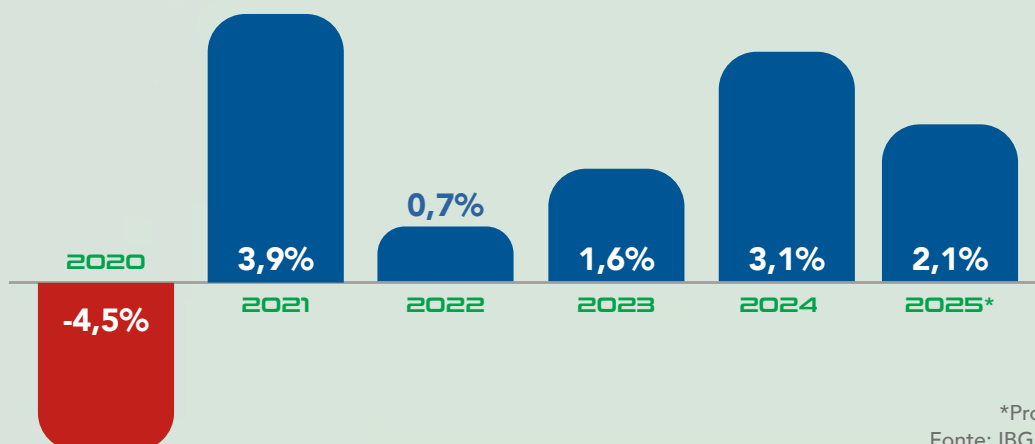


PIB variação anual

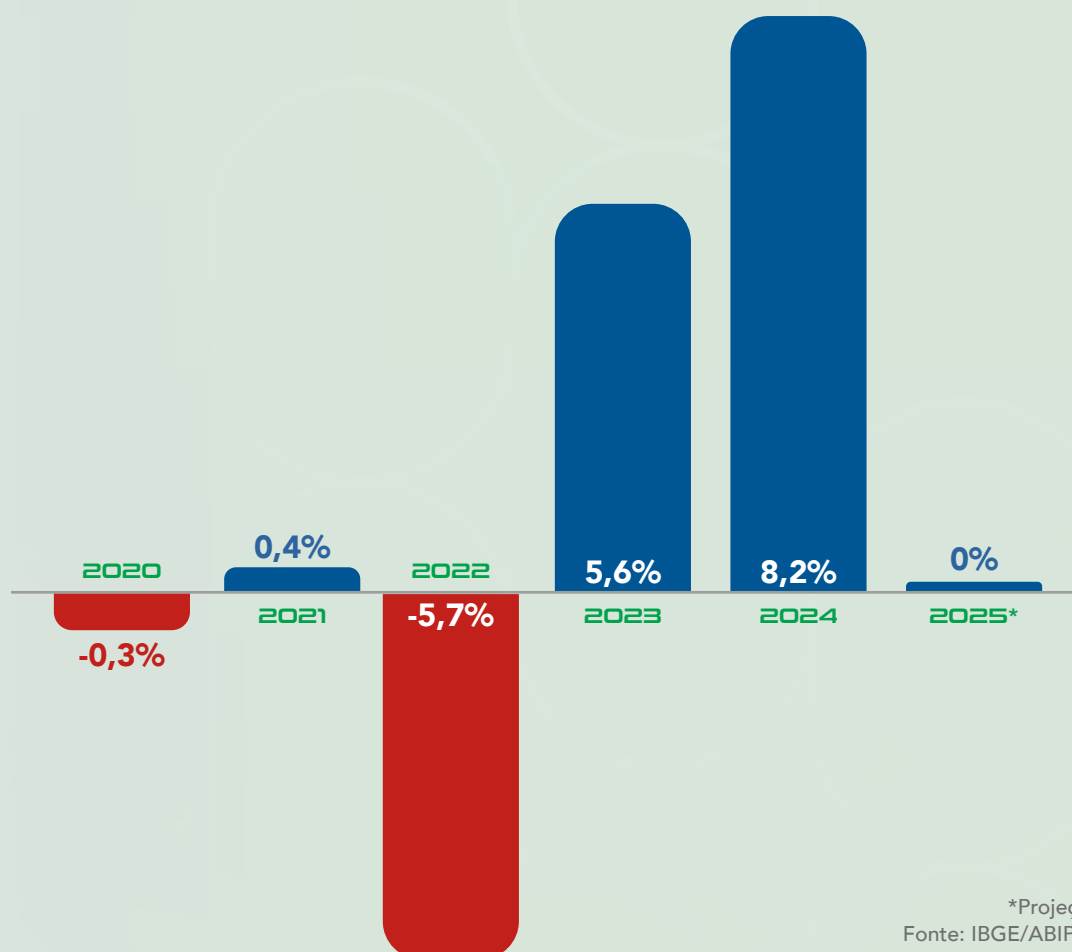


*Projeção.
Fonte: IBGE/CNI.

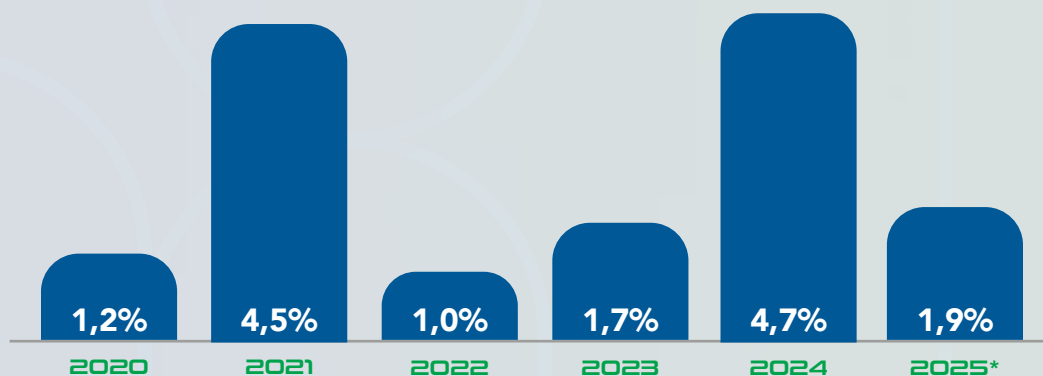
PRODUÇÃO INDUSTRIAL ACUMULADA NO ANO



DESEMPENHO DO SETOR DE LIMPEZA

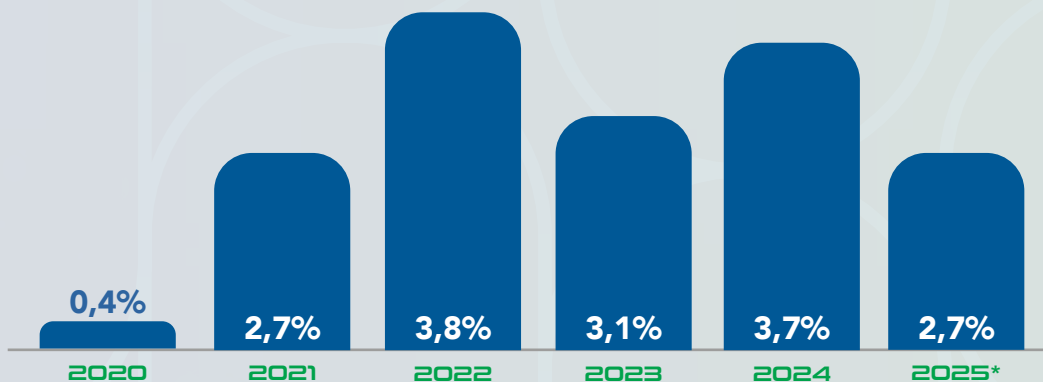


DESEMPENHO DO COMÉRCIO VAREJISTA



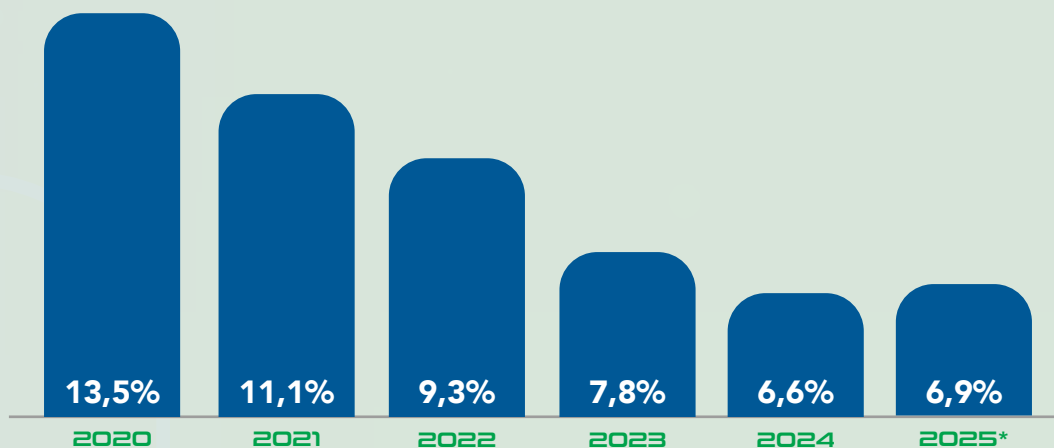
*Projeção.
Fonte: IBGE/CNC.

HIPERMERCADOS e SUPERMERCADOS



*Projeção.
Fonte: IBGE/ABRAS.

TAXA DE DESEMPREGO



*Projeção.
Fonte: IBGE.



ARTIGOS





Anna Niemec

Head de R&D para Pesticidas da Reckitt Industrial

ECONOMIA CIRCULAR: NOVOS CAMINHOS PARA A SUSTENTABILIDADE

Nos últimos anos, a transição do modelo econômico linear “take-make-dispose” para o modelo de economia circular ganhou relevância, destacando a necessidade de se reduzir externalidades negativas, como poluição e aquecimento global. A economia circular visa remodelar a cadeia produtiva para tornar os produtos circulares desde o início do projeto, transformando resíduos em novos recursos. Kirchherr, Reike e Hekkert (2017) definem a economia circular como atividades de reuso, redução e reciclagem. Já a Fundação Ellen MacArthur (2017) destaca três princípios: eliminar resíduos e poluição, manter produtos e materiais em uso e regenerar sistemas naturais.¹⁻³

A indústria química tem grande potencial para atuar como agente de inovação tecnológica, ocupando a terceira posição na indústria de transformação no Brasil e a sexta posição mundial em termos de faturamento líquido. O segmento de produtos de limpeza e afins, que inclui desinfetantes domissanitários, como pesticidas e repelentes, ocupa o quinto lugar no faturamento líquido da indústria química brasileira.⁴

Os produtos de limpeza estão associados a impactos ambientais, como poluição no solo, baixa biodegradabilidade, geração de embalagens e emissão de CO₂. Produtos saneantes podem causar eutrofização de rios e lagos. Portanto, é necessário

desenvolver processos e produtos que minimizem esses impactos.

A literatura mostra um crescimento de trabalhos que correlacionam a economia circular com o segmento de produtos de limpeza, focando em sustentabilidade e produtos *eco-friendly*. Exemplos incluem o uso de biossurfactantes e avaliações de risco de produtos de limpeza no ambiente aquático.

A adoção de ciclos reversos na cadeia produtiva pode ajudar a reduzir o desperdício e promover a reutilização de materiais, enquanto a colaboração com outras empresas, governos e instituições educacionais pode facilitar a implementação de práticas

sustentáveis. As indústrias podem se beneficiar ao investir em pesquisa e desenvolvimento de produtos que utilizem materiais que possam minimizar o impacto ambiental.

O consumidor na economia circular

A economia circular oferece soluções para minimizar os impactos citados acima e os consumidores brasileiros estão cada vez mais atentos a essas questões. Eles buscam produtos que utilizem ingredientes naturais e renováveis, embalagens recicláveis ou biodegradáveis e processos de produção que minimizem o desperdício.



CHEGOU REPELEX PARA A SUA CASA

O INSETICIDA
SEM PREOCUPAÇÃO¹
NÃO INCOMODA CRIANÇAS E ANIMAIS¹



ATIVO EXTRAÍDO
DE PLANTA²



À BASE DE ÁGUA



GENTILMENTE FORMULADO
PARA SUA FAMÍLIA



1. Quando usado conforme instruções do rótulo. 2. Ativo extraído da flor de crisântemo. Leia atentamente o rótulo antes de utilizar o produto.

Essa conscientização é impulsionada por várias tendências de mercado e mudanças nos hábitos dos consumidores. Entre elas, destacam-se:



AUMENTO DO VEGANISMO: consumidores veganos buscam produtos naturais que se alinhem com suas filosofias éticas, ambientais e de saúde;



SUSTENTABILIDADE: há uma demanda crescente por alternativas que minimizem o impacto ecológico, como a prática da agricultura regenerativa;



SAÚDE E BEM-ESTAR: consumidores estão mais conscientes dos impactos dos produtos químicos e artificiais em sua saúde e buscam alternativas mais saudáveis;



DIVERSIFICAÇÃO DO MERCADO: o mercado de produtos naturais tem se diversificado, incluindo alimentos orgânicos e cosméticos livres de substâncias sintéticas;



TECNOLOGIA E INOVAÇÃO: empresas estão desenvolvendo produtos mais inovadores e eficazes, atendendo às demandas dos consumidores por produtos de alta qualidade;



EMBALAGENS ECOLÓGICAS: há uma crescente demanda por embalagens sustentáveis e ecológicas, o que contribui para a redução do impacto ambiental.

No setor de controle de pragas, a economia circular também é relevante. Marcas preocupadas com o tema têm adotado práticas sustentáveis, como o uso de ativos extraídos de fontes naturais, embalagens sustentáveis e redução de uso de resíduos de solventes orgânicos durante a produção.

Os recentes lançamentos de sprays e dispositivos elétricos com ativos extraídos de plantas demonstram um compromisso com a sustentabilidade química, utilizando ingredientes de origem natural e reduzindo a necessidade de componentes químicos sintéticos. Além disso, o uso de materiais recicláveis e biodegradáveis nas embalagens é cada vez mais visível.

Essas ações mostram como a indústria de saneantes está integrando os princípios da economia circular em seus processos produtivos, contribuindo para a sustentabilidade e a inovação no mercado de saneantes.

Em resumo, a economia circular oferece um caminho promissor para a indústria melhorar a sustentabilidade de seus produtos. Ao adotar práticas circulares, a empresa pode reduzir seu impacto ambiental, aumentar a eficiência operacional e criar valor para toda a cadeia produtiva. A colaboração com outras partes interessadas e o investimento em inovação tecnológica serão fundamentais para alcançar esses objetivos.

Referências

1. Estratégia Nacional de Economia Circular (ENEC): Em 2024, o Brasil instituiu a ENEC para promover a transição do modelo de produção linear para uma economia circular, incentivando o uso eficiente dos recursos naturais e práticas sustentáveis.
2. Fundação Ellen MacArthur. Economia Circular. 2017. Disponível em: <<https://www.ellenmacarthurfoundation.org/pt/economia-circular/conceito>>. Acesso em: jul. 2019.
3. Global Footprint Network. Earth Overshoot Day. [2019]. Disponível em: <<https://www.overshootday.org/>>. Acesso em: jul. 2019.
4. Contribuições do Segmento de Produtos de Limpeza para a Economia Circular, por Suzana Borschiver, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Escola de Química, Departamento de Processos Orgânicos, 2020.



PEDRO RUBIÃO

Diretor Jurídico, Conformidade, Comunicação
Externa e Relações Institucionais da Ypê

REFERÊNCIA NO MERCADO, YPÊ CELEBRA 75 ANOS COM LEGADO DE SUSTENTABILIDADE E INOVAÇÃO

Em um setor essencial, como o de saneantes, que impacta diretamente a saúde das pessoas e o equilíbrio ambiental, o compromisso com a inovação e com a sustentabilidade tornou-se um caminho estratégico para gerar valor à sociedade e assegurar a perenidade dos negócios. Nesse contexto, a Ypê vem construindo uma trajetória marcada pela responsabilidade socioambiental e pela busca contínua por soluções que conciliem eficiência, acessibilidade e respeito ao meio ambiente.

Empresa 100% brasileira, a Ypê adota, desde sua fundação, em 1950, uma visão de negócios orientada pela ética, pela inovação e pela responsabilidade. Hoje, esse posicionamento é reconhecido por importantes certificações, como o Selo Pró-Ética, da Controladoria-Geral da União, sendo

a única empresa do setor de saneantes a recebê-lo; o Selo Ouro, do GHG Protocol, a maior qualificação nacional para inventários de emissões de gases de efeito estufa, além da participação no programa de Conformidade Tributária da Receita Federal, o Confia, que eleva o padrão de transparência institucional da Companhia.

Com um portfólio de mais de 450 produtos, a Ypê está presente em mais de 95% dos lares brasileiros, consolidando-se como uma marca que alia relevância comercial ao compromisso com o desenvolvimento sustentável. Alinhada a essa visão, a jornada ESG da empresa é conduzida por um Comitê Executivo que integra estratégia, inovação e sustentabilidade.

Um dos destaques dessa governança é a agenda de energia limpa. Em parceria com a Casa dos Ventos, a empresa passou a utilizar energia proveniente de um complexo eólico. Mais recentemente, também com a Casa dos Ventos, anunciou um novo investimento em energia solar, com a implantação de um parque que tornará a Ypê autossuficiente em energia renovável em suas operações.

No campo das embalagens, a economia circular é uma realidade. Desde 2006, a Ypê já utilizou mais de 37 mil toneladas de PET reciclado e atualmente todas as suas embalagens são recicláveis, muitas delas produzidas com material reciclado. A empresa também é uma das principais fomentadoras do programa “Mãos Pro Futuro”, que estrutura uma cadeia de logística reversa envolvendo mais de 250 organizações e 5 mil catadores, promovendo a destinação de 500 toneladas de resíduos para reciclagem, com geração de renda e inclusão social.

O compromisso da Ypê com um futuro mais sustentável também se reflete no seu portfólio. Lançada em 2022, a linha Ypê Green oferece soluções de limpeza eficazes com menor impacto ambiental, incluindo lava-louças, sabão em barra, amaciante, multiuso e lava-roupas com fórmulas veganas, biodegradáveis e hipoalergênicas, além de embalagens recicláveis, muitas produzidas com PET 100% reciclado.

A conservação ambiental sempre esteve no centro da atuação da Ypê. Em parceria com o Instituto Imaflora e com o H2A Hub Agroambiental, a empresa apoia o projeto “Plantar Vida”, voltado à restauração de Áreas de Preservação Permanente em Amparo (SP), com mais de 23 mil mudas plantadas. Desde 2023, toda a área reflorestada pode ser acompanhada pela plataforma Carbon on Track Restauração, que mensura a quantidade de carbono removido desde o primeiro ano de plantio.

Outra parceria de destaque é com a Fundação SOS Mata Atlântica. Desde 2007, a Ypê se engaja em ações lideradas pela instituição em prol da preservação e valorização ambiental. Já foram

plantadas mais de 1,2 milhão de mudas e foi monitorada a qualidade da água de 112 rios em 14 estados, com o apoio de cerca de 2 mil voluntários.

Entre tantos avanços, a aplicação consciente de tecnologia e inovação tem papel central. O CD 4.0 da Ypê, em Amparo (SP), é considerado um dos Centros de Distribuição mais modernos da América Latina. Com robôs, veículos autônomos e integração em tempo real com as unidades fabris, o CD otimiza recursos, reduz perdas e melhora a rastreabilidade - fundamentos essenciais para uma produção circular e eficiente.

Na mesma linha, o Projeto Astro, desenvolvido em parceria com a Mercedes-Benz, implementou caminhões 100% autônomos na logística interna da empresa, gerando ganhos expressivos em produtividade e segurança, além de promover a realocação da equipe envolvida para outras funções dentro da Companhia.

A transformação digital também faz parte da estratégia. Em 2024, a Ypê lançou a Yara, sua inteligência artificial voltada ao atendimento ao consumidor. Em poucos meses, a ferramenta registrou mais de 33 mil interações, ampliando a agilidade, a transparência e o vínculo com os consumidores.

Entre seus compromissos e princípios, a Ypê é signatária do Pacto Global da Organização das Nações Unidas (ONU) e adota padrões internacionais como o CDP (Carbon Disclosure Project), atestando sua transparência em questões climáticas. A empresa também é reconhecida pelas certificações da Great Place to Work® e, por 17 anos consecutivos, lidera o ranking Top of Mind da Folha como a marca mais associada à preservação ambiental.

Assim, a Ypê celebra seus 75 anos de história reafirmando que é possível inovar com responsabilidade, crescer com respeito e transformar o presente com visão de futuro. Foi dessa forma que a empresa se tornou referência no setor, com um modelo de desenvolvimento sustentável que coloca as pessoas e o planeta no centro de suas decisões.



MARCELO MEIRELLES

Diretor Técnico da Planeta Azul e Diretor da ABRALAV (Ass. Bras. de Lavanderias); Docente da Racine; Membro da Comissão de Saneantes do CRO e Diretor na FIESP/DEMPI (Depto. Média e Peq. Indústria)

SEGMENTO DE LAVANDERIAS: DESAFIOS E PARTICULARIDADES

As lavanderias prestam serviços por intermédio do processamento de bens que pertencem ao cliente final, seja ele pessoa física, em uma relação B2C (lavanderias domésticas de redes ou independentes), ou empresas, em uma relação B2B (lavanderias industriais). Utilizam para isso um processo controlado e realizado por etapas com o uso de máquinas e produtos de limpeza. Por isso, as lavanderias podem ser classificadas como “fábricas de serviços”.

O segmento de lavanderias tem aumentado sua relevância como mercado potencial para as empresas de produtos de limpeza desde o início da década de 1990, quando as grandes redes de lavanderias domésticas iniciaram sua atuação no Brasil. Nos últimos anos, verificou-se também o crescimento acelerado de lavanderias de autosserviço (redes e lavanderias independentes). Por outro

lado, as lavanderias industriais estão cada vez mais se especializando em nichos de mercado específicos (por exemplo, lavanderias de peças para pet shop, lavanderias de peças para cabeleireiros etc.)

As lavanderias podem inovar em suas atividades de diversas formas, como no modelo de negócio, em marketing/organizacional, em sustentabilidade e em inovação tecnológica (máquinas e produtos químicos).

As empresas de produtos de limpeza podem atuar apoiando as lavanderias em suas inovações em marketing desenvolvendo produtos para nichos específicos, como lavagem de peças especiais em couro, tênis, vestidos de noiva etc. Também podem contribuir com inovações tecnológicas, desenvolvendo linhas de produtos que tragam melhor qualidade de lavagem e melhor custo-benefício, e utilizando automação de processos e dosagens de produtos.

Por fim, as empresas de produtos de limpeza podem se fazer presentes em inovações em sustentabilidade, com produtos seguros ao meio ambiente e produtos para sistemas de reuso/tratamento de águas e efluentes.

As empresas de produtos de limpeza são classificadas como empresas de Especialidades Químicas, no contexto do segmento químico. Empresas de Especialidades Químicas, por via de regra, seguem o binômio produto (tecnologia de produto) + serviço (tecnologia de aplicação). Seu objetivo principal é atuar na produtividade e competitividade de seus clientes. No caso das lavanderias, é propiciar que esses clientes possam entregar a seus consumidores roupas processadas com elevada qualidade e acabamento diferenciado, com o melhor custo-benefício e respeito ao meio ambiente.

Um ponto importante e que é fator de sucesso para empresas de produtos de limpeza é o conhecimento profundo dos processos de seus clientes. Isso permite que possam prestar um serviço de apoio — no segmento de lavanderias, por exemplo, sugerindo mudanças de processo, monitoração dos resultados e auxiliando na melhoria da qualidade final da higienização das peças. Com isso, as lavanderias poderão aumentar a competitividade em seus mercados e melhorar a produtividade de seus processos. Essa visão holística das empresas de produtos de limpeza em produtos e serviços é fator relevante na escolha do cliente final.

Outro fator relacionado ao serviço prestado às lavanderias, e que está se tornando cada vez mais relevante, é a automação de processos. Com processos automatizados, as lavanderias têm mais tempo para atuar no processamento de suas peças mais rápido e com mais qualidade. As empresas de produtos de limpeza podem atuar nesse ponto utilizando sistemas de dosagem de produtos acoplados aos equipamentos de seus clientes, que permitem o controle de dosagens e, muitas vezes, até o controle de água, efluentes e tempo de processo dos equipamentos de lavanderias. A diversificação de programas de lavagem gerenciada pelos fornecedores de produtos químicos permite às lavanderias abrirem seu leque de serviços aos clientes finais, principalmente em processos que envolvam peças especiais e tecidos delicados.

Os maiores custos para as lavanderias estão relacionados a seus gastos com recursos humanos. Porém, os gastos com produtos químicos, que são considerados diretamente custos variáveis (variam diretamente com a produção), impactam no custo final da peça processada e no preço que irá ser cobrado de seus clientes finais.

Uma das formas de inovar nas empresas de produto de limpeza para lavanderias é fornecendo produtos em nichos de mercado (lavagem de peças especiais ou para públicos diferenciados). Isso permite que as lavanderias possam atuar de forma focada e aumentar seus ganhos e lucratividade final. Com isso, pode haver maior sobra de recursos para vencer seus gastos com recursos humanos e despesas fixas elevadas, como aluguéis, energia elétrica e água.





Leandro Barcelos

Consultor de Comércio Internacional da
BMJ Consultores

PERSPECTIVAS DO ACORDO MERCOSUL-UE PARA O SETOR DE PRODUTOS DE HIGIENE, LIMPEZA E SANEANTES

A conclusão das negociações do Acordo de Parceria Mercosul-União Europeia (UE) e a divulgação dos textos do tratado, em dezembro de 2024, reforçam a necessidade de um olhar atento sobre os impactos para o setor de produtos de higiene, limpeza e saneantes. Embora sua efetivação ainda dependa de assinatura, ratificação e entrada em vigor, o potencial de transformação é grande, considerando a criação de uma ampla zona de livre comércio que abrangerá 718 milhões de consumidores.

A UE, que se consolida como o segundo maior parceiro comercial do Brasil, registrou uma corrente de comércio de aproximadamente US\$ 95 bilhões, em 2024. Além de ser um destino relevante para exportações do setor, o bloco europeu também desempenha papel fundamental no fornecimento de matérias-primas essenciais para a produção nacional.

De acordo com dados do Comex Stat, a UE foi responsável, em 2024, pelo fornecimento de insumos estratégicos, como carbonato dissódico anidro (NCM 2836.20.10), com um valor importado de US\$ 41,07 milhões, e de sulfato dissódico anidro (NCM 2833.11.10), cuja importação somou US\$ 38 milhões. Com a entrada em vigor do acordo, a redução progressiva da Tarifa Externa Comum (TEC), atualmente em 9%,¹ culminará na isenção total em dez anos para o carbonato dissódico anidro e em quatro anos para o sulfato dissódico anidro, impactando positivamente os custos de produção.

Por outro lado, o mercado europeu também representa uma oportunidade significativa para as exportações brasileiras do setor. Em 2024, produtos como preparações tensoativas e agentes de limpeza (NCM 3402.90.90) alcançaram US\$ 8,11 milhões em exportações para a UE, enquanto outros segmentos, como soluções de produtos tensoativos (NCM 3402.90.29), agentes de acabamento têxtil (NCM 3809.91.90) e sabões em barras ou pedaços (NCM 3401.19.00), também registraram volumes expressivos. A partir da entrada em vigor do acordo, ocorrerá a isenção imediata do imposto de importação europeu sobre esses produtos – cujas alíquotas variam atualmente entre 4% e 6,3% –, dotando os produtos brasileiros de maior competitividade no acesso ao mercado europeu.

Além das mudanças diretas nas condições de comércio, o acordo proporcionará um ambiente mais favorável para a modernização da indústria nacional.

Diversas máquinas classificadas como bens de capital (BK), fabricadas na UE e de uso do setor, terão redução tarifária progressiva, com prazos entre 10 e 15 anos, a depender do tipo de maquinário. Esse fator pode contribuir para a ampliação e renovação da capacidade produtiva no Brasil, além de estimular novos fluxos de Investimento Estrangeiro Direto (IED) para expansões fabris.

Outro ponto de destaque está nas disposições sobre o comércio e desenvolvimento sustentável, que favorecem o acesso de produtos ambientalmente responsáveis ao mercado europeu. O setor brasileiro de produtos de higiene, limpeza e saneantes, que reconhecidamente faz amplo uso de ingredientes naturais da biodiversidade nacional e mantém padrões elevados de sustentabilidade, pode aproveitar esse diferencial competitivo para fortalecer sua presença no mercado europeu.

Mesmo diante de uma perspectiva favorável aos ganhos estimados, é fundamental que o setor também esteja preparado para lidar com os desafios e riscos que o acordo pode trazer. A possibilidade de aumento da participação de produtos de higiene, limpeza e saneantes europeus no mercado brasileiro pode gerar pressões sobre a indústria nacional, exigindo um monitoramento contínuo. Dessa forma, o setor deve estar preparado para lançar mão dos mecanismos de salvaguarda previstos no acordo para conservar o equilíbrio no mercado nacional.

Diante desse cenário, a implementação do Acordo de Parceria Mercosul-UE tem o potencial de impactar a dinâmica do setor brasileiro de produtos de higiene, limpeza e saneantes, abrindo novas oportunidades e promovendo maior integração comercial. Cabe às empresas e demais *stakeholders* acompanharem de perto os desdobramentos da ratificação para aumentar a previsibilidade e garantir que o setor esteja preparado para maximizar os benefícios e mitigar eventuais riscos.

REFERÊNCIA

1. O carbonato dissódico anidro (NCM 2836.20.10) está temporariamente incluído na Lista de Exceções à Tarifa Externa Comum (LETEC) sob alíquota de Imposto de Importação (II) de 0% desde 01/04/2022, tendo sido incluído pela: Res. Gecex/Camex n.º 318/2022.

A woman and a young child are playing outdoors. The woman is holding a large white sheet that is billowing in the air, and the child is running towards her. The background shows a rustic setting with a brick wall and some outdoor furniture.

novonesis

Household Care



Potencializando o Cuidado das Roupas Através da Biologia

A verdadeira inovação nasce quando ciência e propósito se unem. Como líderes globais em biossoluções, estamos reinventando a limpeza para que ela vá além dos limites da performance, gerando impacto positivo para as pessoas e para o planeta.

Com um compromisso contínuo em pesquisa e desenvolvimento, transformamos desafios em soluções revolucionárias, ajudando marcas a antecipar o futuro e a se conectar com consumidores que buscam mais do que um detergente: buscam eficiência, alto poder de limpeza, proteção e cuidado.

Cada molécula que desenvolvemos carrega mais do que tecnologia—carrega um compromisso. Um compromisso com um futuro onde limpeza significa respeito ao meio ambiente, sem abrir mão da performance impecável que os consumidores exigem.

Apresentamos **Progress® Beyond** e **Progress® Go**, proteases de última geração desenvolvidas para atender às necessidades do consumidor brasileiro. Elas combinam alta performance, limpeza profunda e eficiência, e incrível flexibilidade e estabilidade, mesmo em formulações com alto teor de água, permitindo a

substituição robusta de químicos tradicionais nas composições de detergentes, suportando excelentes resultados, de forma consistente.. Assim, democratizamos a alta performance, tornando a experiência de limpeza mais eficaz e acessível.

Não criamos apenas ingredientes; criamos respostas. Respostas que inspiram mudanças, impulsionam negócios e moldam um futuro mais limpo, eficiente e sustentável.

Junte-se a nós nesta jornada. Lideramos hoje para transformar o amanhã.



SILVIA ROIZENBLATT

Diretora-Executiva da ABIFRA

A ABIFRA

A Associação Brasileira das Indústrias de Óleos Essenciais, Produtos Químicos Aromáticos, Fragrâncias, Aromas e Afins (ABIFRA) tem sido, desde sua fundação, em 1978, uma força motriz na promoção e no fortalecimento da indústria nacional. Com 45 empresas associadas, que fornecem insumos para os setores de cosméticos, saneantes, alimentos e bebidas, fármacos e *pet care*, a ABIFRA atua em um segmento vibrante e em constante evolução, estabelecendo padrões internacionais de qualidade e segurança e servindo como um canal essencial de comunicação entre os setores produtivos, consumidores e órgãos governamentais.

Inovação e sustentabilidade: pilares das indústrias de fragrâncias e aromas

O setor de fragrâncias e aromas tem observado uma demanda crescente por produtos naturais e sustentáveis, impulsionada pelas preocupações dos consumidores com saúde e meio ambiente. Para atender a essas expectativas, a indústria tem investido em tecnologias avançadas, como biotecnologia e métodos de extração sustentáveis, que preservam os componentes aromáticos de maneira responsável. Essas inovações não apenas atendem às demandas do mercado, mas também reforçam o

compromisso do setor com a sustentabilidade e a responsabilidade ambiental.

A ABIFRA está atenta a essas tendências e vem acompanhando de perto as discussões em torno das novas regulamentações que regem o nosso setor, como a nova lei que estabelecerá o Inventário Nacional de Substâncias Químicas.

A fragrância como diferencial competitivo

No contexto da limpeza doméstica, a fragrância tem se destacado como um elemento transformador, indo além da sensação de frescor. Ela tem uma forte ligação emocional e sensorial com os consumidores, sendo um fator importante na experiência de uso de produtos de limpeza. Essa tendência reforça a importância da pesquisa e do desenvolvimento contínuo na indústria, que deve responder de forma ágil às mudanças nas preferências desses consumidores, cada vez mais sofisticados e atentos aos detalhes.

Desafios técnicos e a importância da colaboração

Os desafios técnicos no desenvolvimento de novos produtos multiuso são significativos, exigindo das empresas não apenas inovação, mas também a capacidade de atender a regulamentações cada vez mais rigorosas. Para superar esses obstáculos, é

essencial promover uma sinergia ainda maior entre os associados da ABIFRA e outras entidades do setor, como a ABIPLA. A troca de informações e de melhores práticas entre essas associações é vital para a evolução contínua da indústria, permitindo que as empresas se mantenham competitivas em um ambiente de mercado dinâmico e desafiador.

O futuro do setor: inovação e responsabilidade

O futuro do setor de fragrâncias e aromas é promissor, repleto de oportunidades para aqueles que estão dispostos a inovar e se adaptar. Com um compromisso inabalável com a qualidade, a segurança e a sustentabilidade, a ABIFRA continua a liderar o

caminho para um setor de alta performance, pronto para enfrentar os desafios e atender às exigências de um mercado em constante mudança.

ABIFRA e ABIPLA: uma parceria estratégica

Juntas, essas entidades estão na vanguarda de iniciativas que visam garantir a segurança dos produtos, promover a sustentabilidade e incentivar o uso de ingredientes que respeitem o meio ambiente. Essa parceria estratégica não apenas fortalece a indústria, mas também contribui para a criação de um ecossistema mais robusto e resiliente, capaz de enfrentar os desafios futuros com confiança e eficácia.

A FAMÍLIA BRILUX ESTÁ EM NOVO ENDEREÇO: SUA LAVANDERIA.

A Brilux apresenta mais uma grande novidade. Chegou o Sabão em Pó Brilux, com alto poder de limpeza e pó ultrafino, que renova as cores e o branco sem deixar resíduos. São 4 fragrâncias: Coco, Floral, Lavanda e Tripla Ação. E, para completar, o Amaciante Concentrado Brilux garante maciez e perfume prolongado em 4 fragrâncias: Perfume de Outono, Jardim de Inverno, Frescor de Verão e Flores de Primavera.

Tudo com a qualidade que os consumidores confiam e merecem.



GRUPO
Raymundo
da Fonte



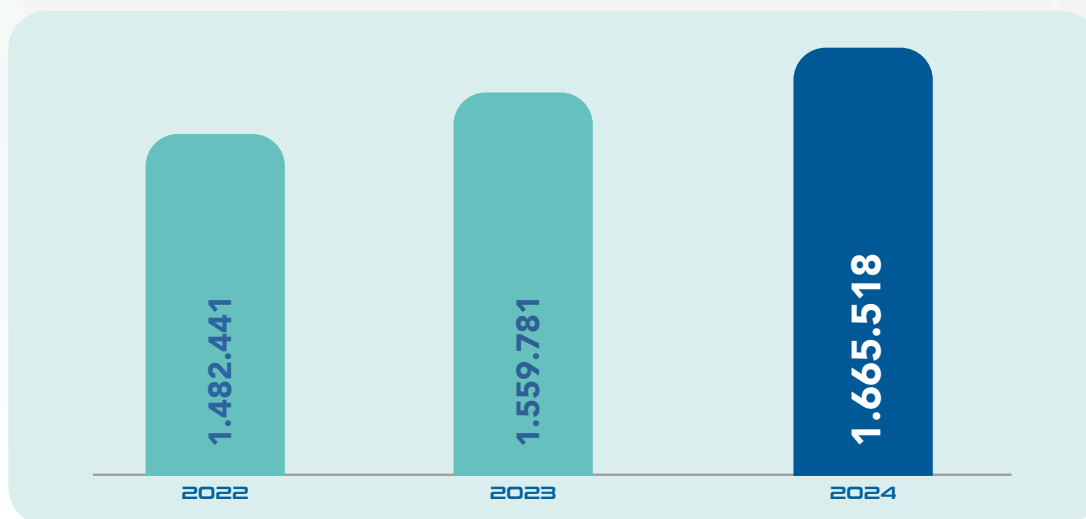
DESEMPENHO

DO SETOR



DETERGENTES PARA LAVAR ROUPA (em pó e líquido)

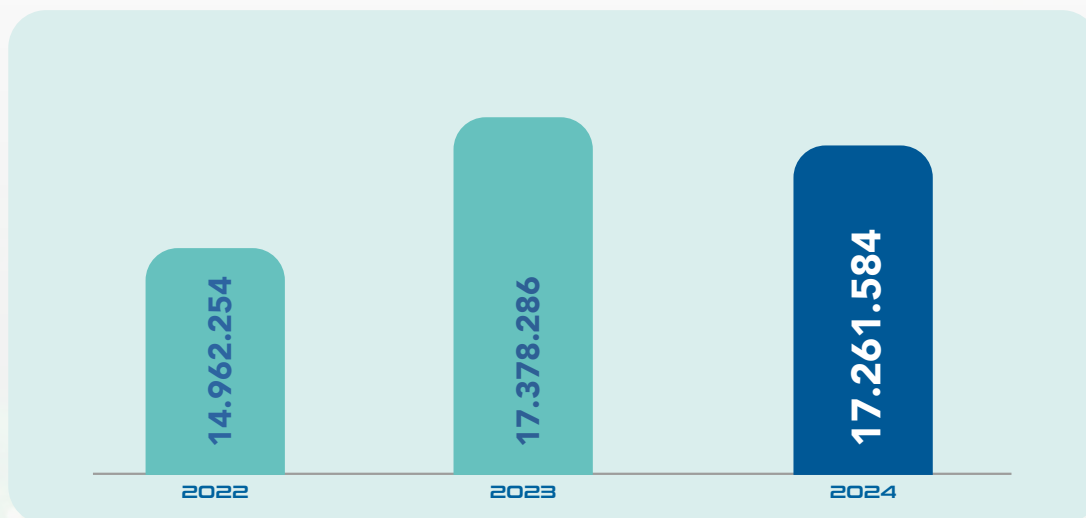
Volume, em mil quilos



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

DETERGENTES PARA LAVAR ROUPA (em pó e líquido)

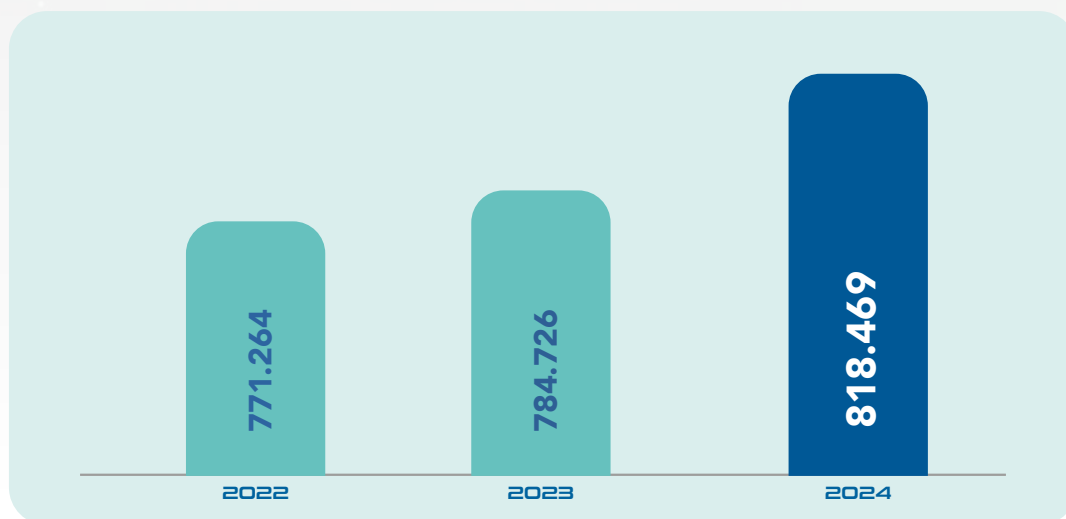
Valor, em R\$ mil



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

amaciantes

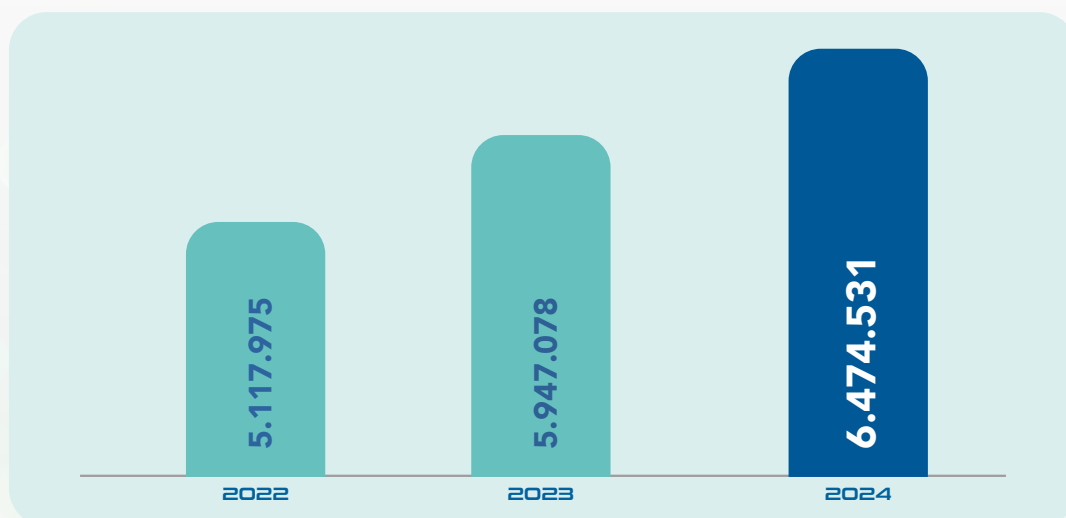
Volume, em mil litros



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

amaciantes

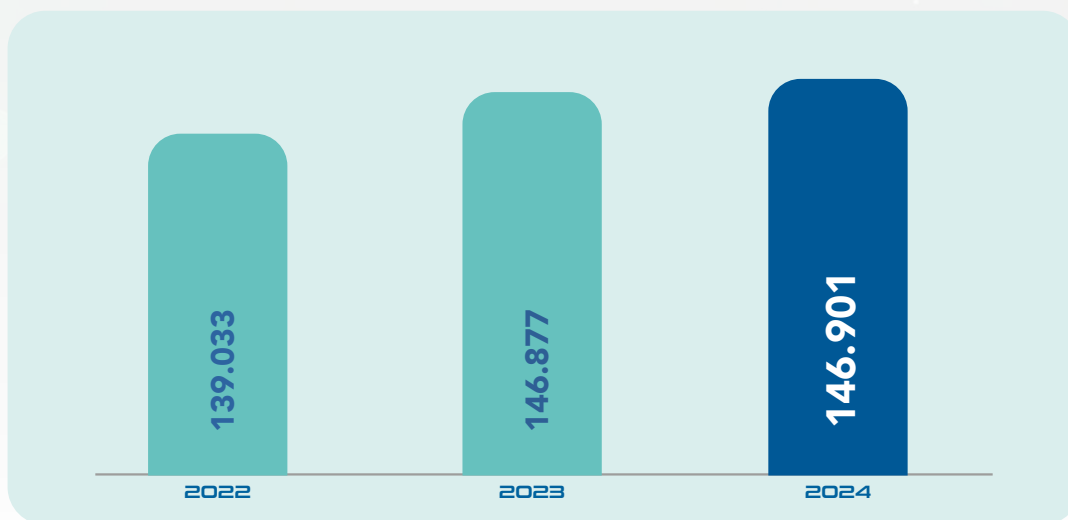
Valor, em R\$ mil



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

SABÃO EM BARRA*

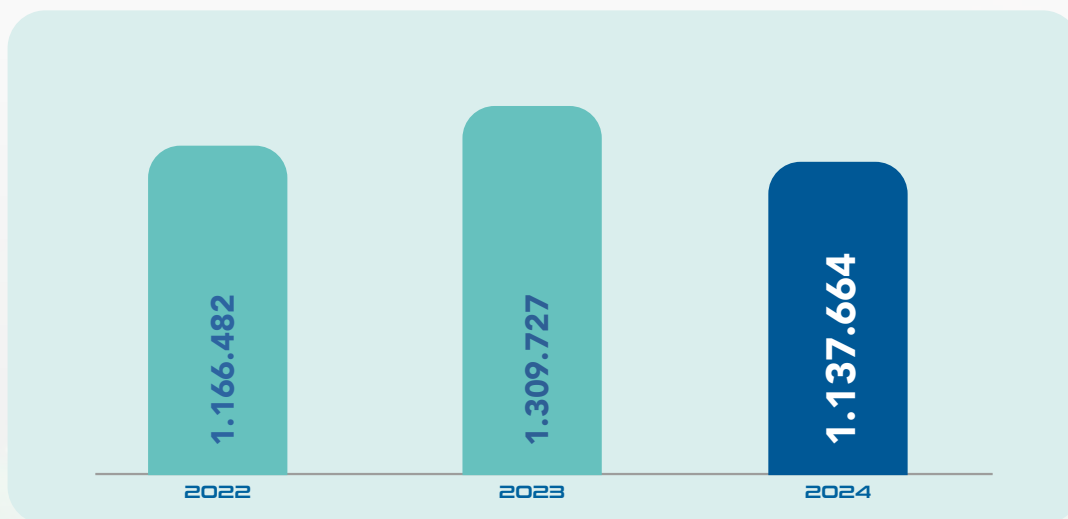
Volume, em mil quilos



*Produto para sabão em barra (T.Brasil AS+C&C).
Fonte: NielsenIQ | Scantrack.

SABÃO EM BARRA*

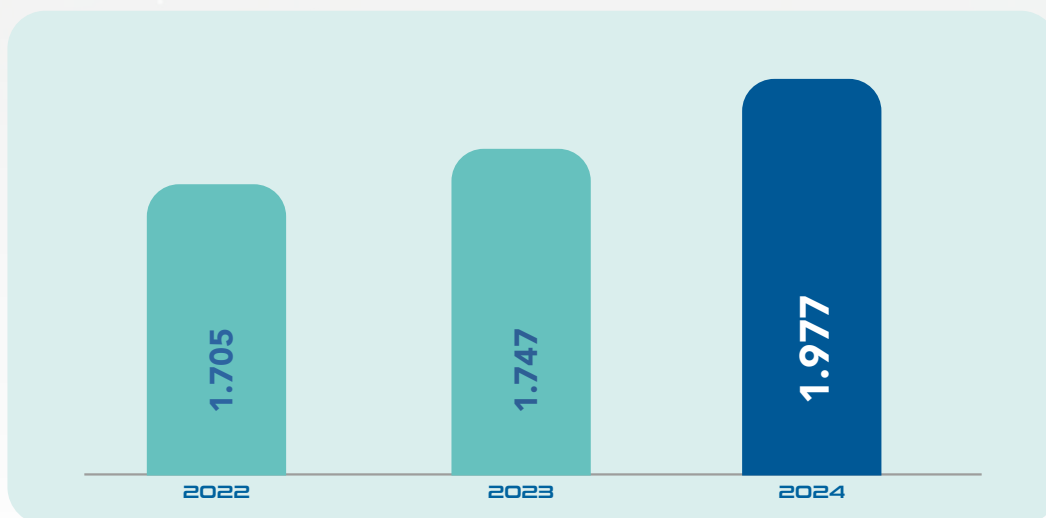
Valor, em R\$ mil



*Produto para sabão em barra (T.Brasil AS+C&C).
Fonte: NielsenIQ | Scantrack.

PRODUTO PARA máquina DE LAVAR LOUÇA*

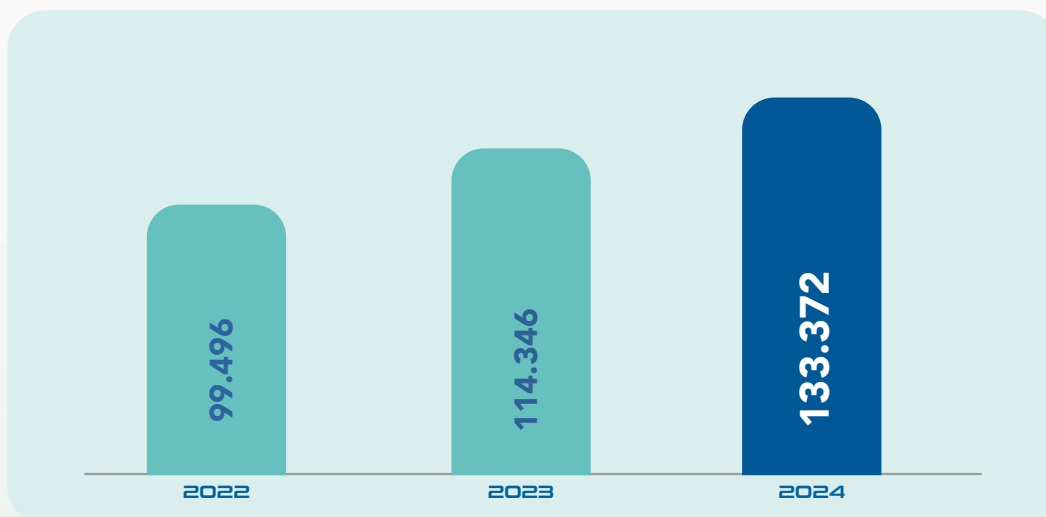
Volume, em mil litros



*Produto para máquina de lavar louça (T.Brasil - AS).
Fonte: NielsenIQ | Scantrack.

PRODUTO PARA máquina DE LAVAR LOUÇA*

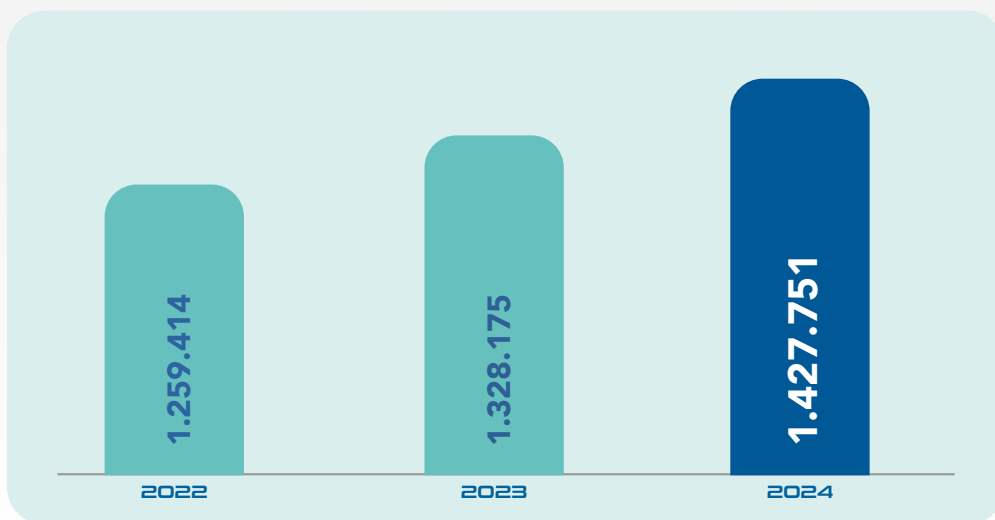
Valor, em R\$ mil



*Produto para máquina de lavar louça (T.Brasil - AS).
Fonte: NielsenIQ | Scantrack.

ÁGUA SANITÁRIA e ALVEJANTES*

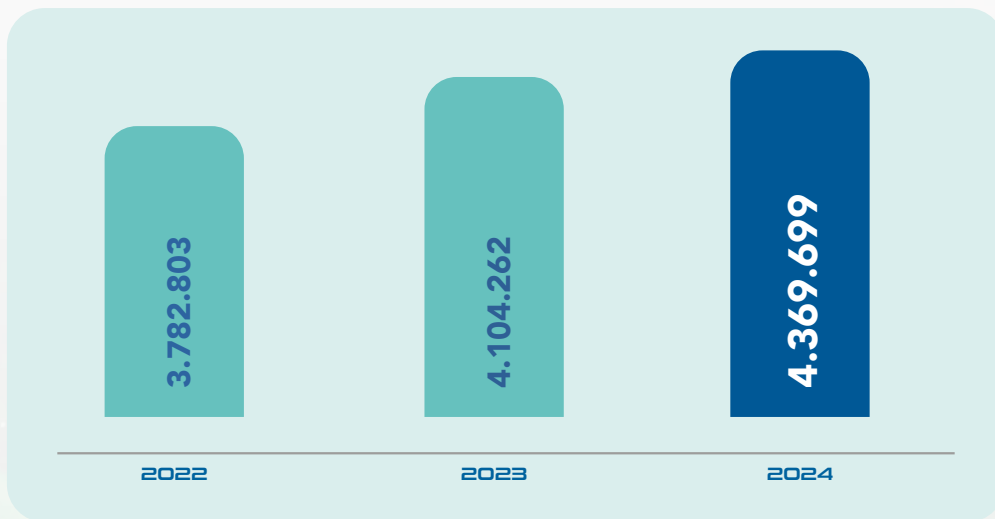
Volume, em mil litros



*Somente o alvejante possui duas opções (com ou sem cloro).
Fonte: NielsenIQ | Retail Index Evolution | Total Brasil - INA+C&C.

ÁGUA SANITÁRIA e ALVEJANTES*

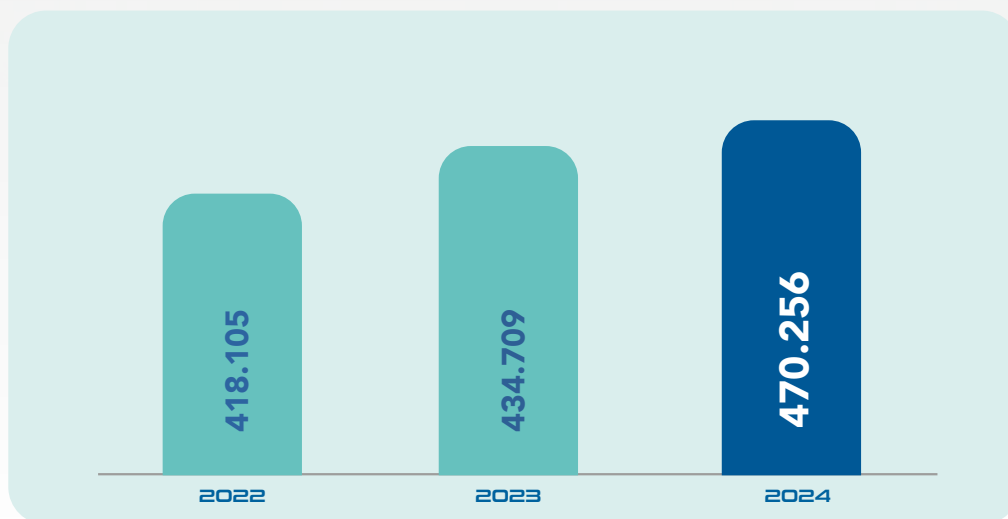
Valor, em R\$ mil



*Somente o alvejante possui duas opções (com ou sem cloro).
Fonte: NielsenIQ | Retail Index Evolution | Total Brasil - INA+C&C.

DESINFETANTES

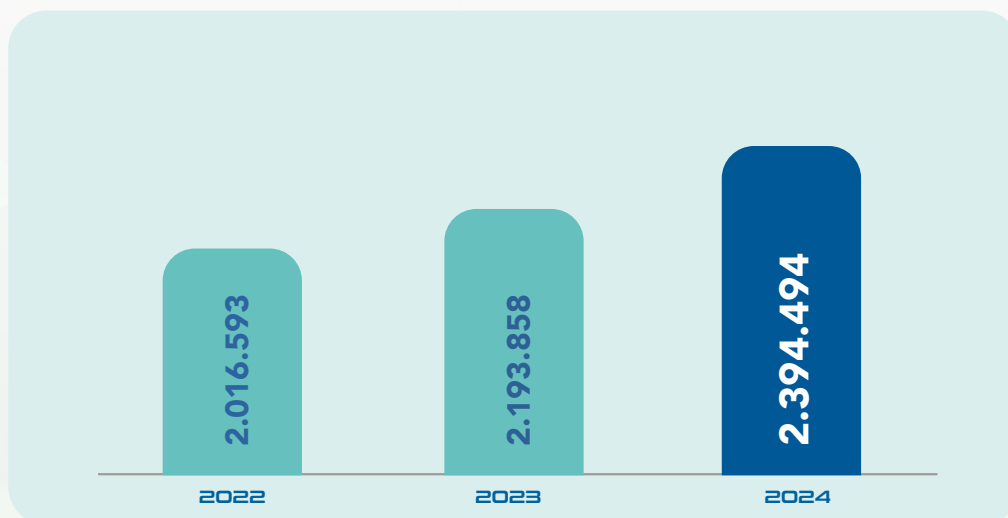
Volume, em mil litros



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

DESINFETANTES

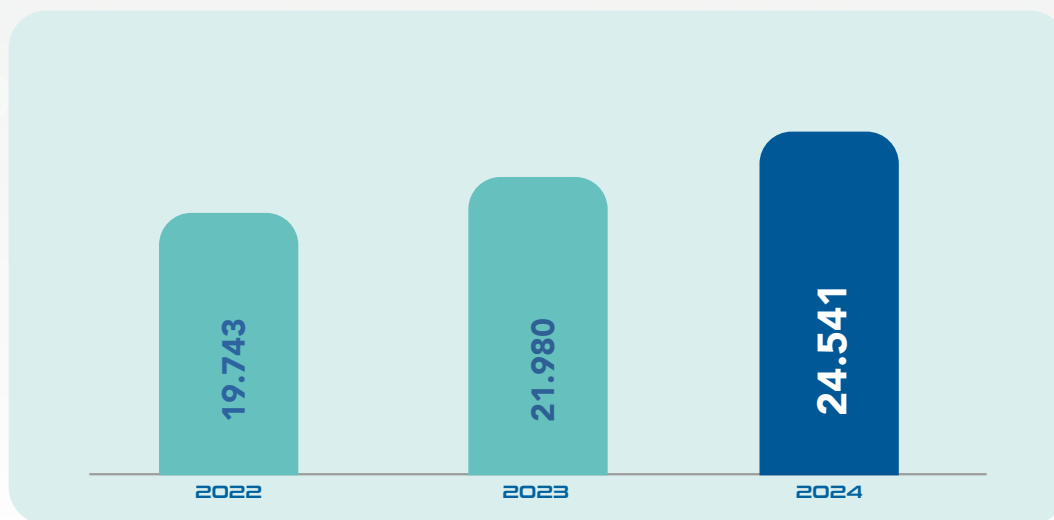
Valor, em R\$ mil



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

LIMPADORES PARA BANHEIRO*

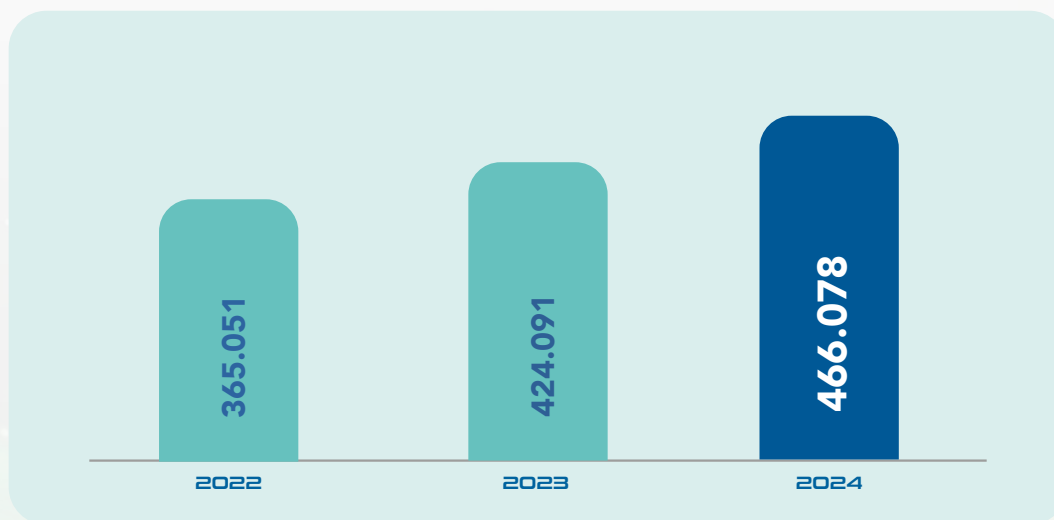
Volume, em mil litros



*Limpadores para banheiro é a soma dos segmentos banheiro + tira limo da base de Surface Cleaners.
Fonte: NielsenIQ | Retail Index Evolution | Total Brasil - INA+C&C.

LIMPADORES PARA BANHEIRO*

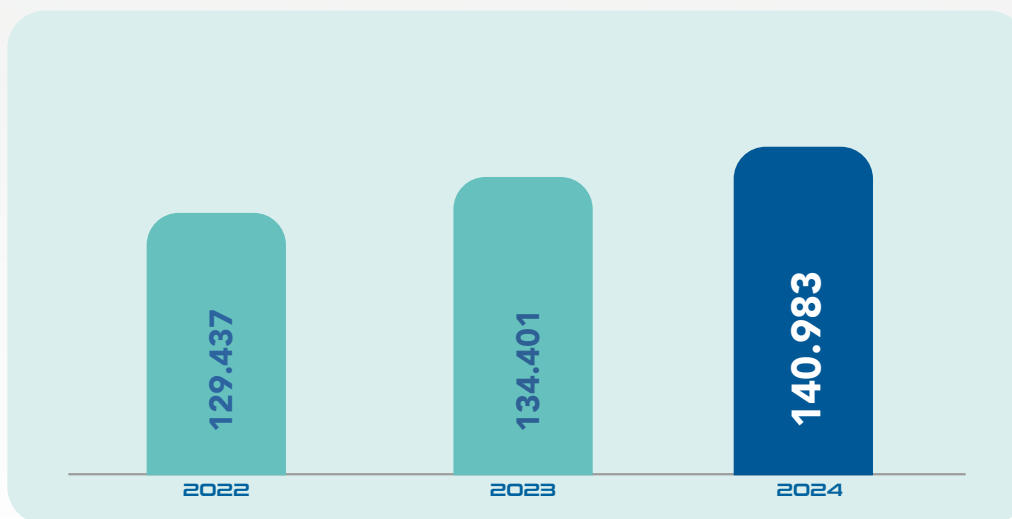
Valor, em R\$ mil



*Limpadores para banheiro é a soma dos segmentos banheiro + tira limo da base de Surface Cleaners.
Fonte: NielsenIQ | Retail Index Evolution | Total Brasil - INA+C&C.

MULTIUSOS (concentrados de limpeza)

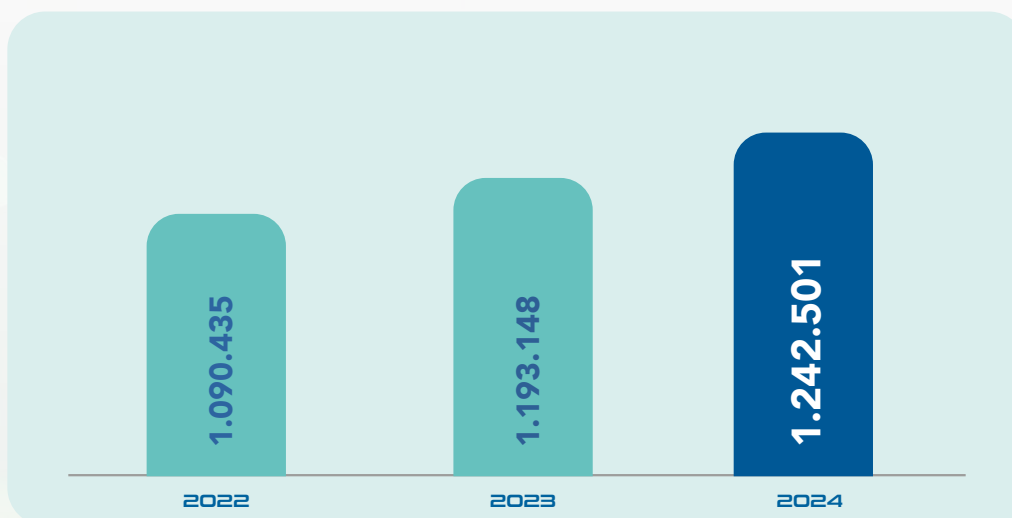
Volume, em mil litros



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

MULTIUSOS (concentrados de limpeza)

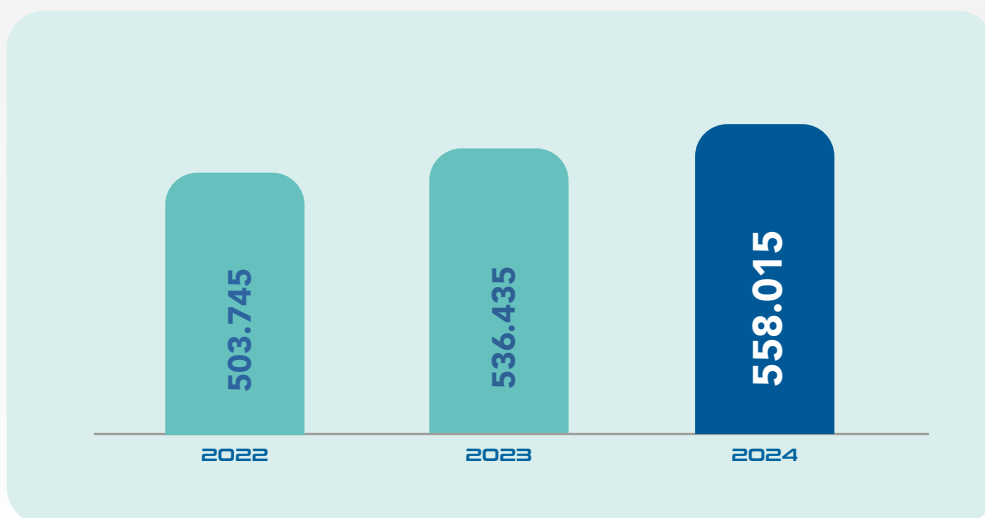
Valor, em R\$ mil



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

esponjas sintéticas*

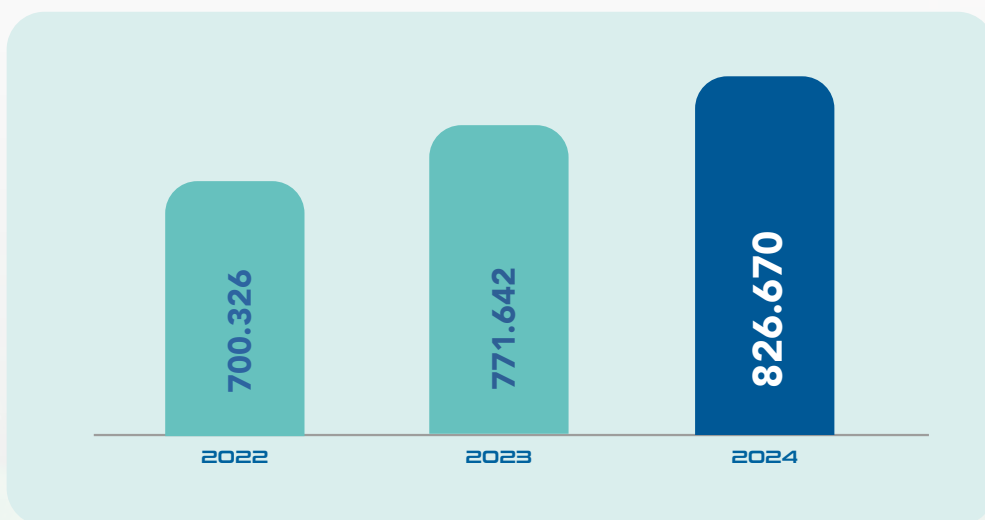
Volume, em milhares de unidades



*Produto para esponja sintética (T.Brasil AS+C&C).
Fonte: NielsenIQ | Scantrack.

esponjas sintéticas*

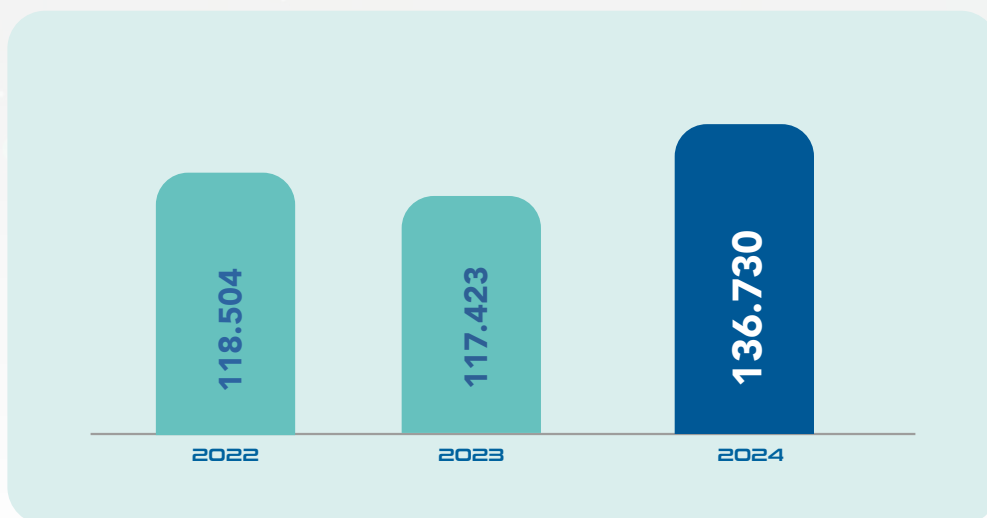
Valor, em R\$ mil



*Produto para esponja sintética (T.Brasil AS+C&C).
Fonte: NielsenIQ | Scantrack.

INSETICIDAS AEROSOL

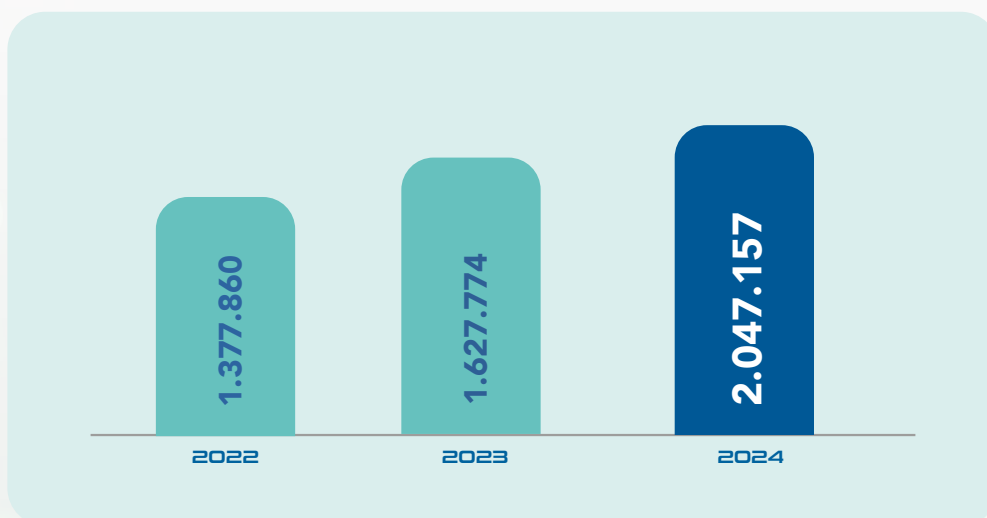
Volume, em milhares de unidades



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

INSETICIDAS AEROSOL

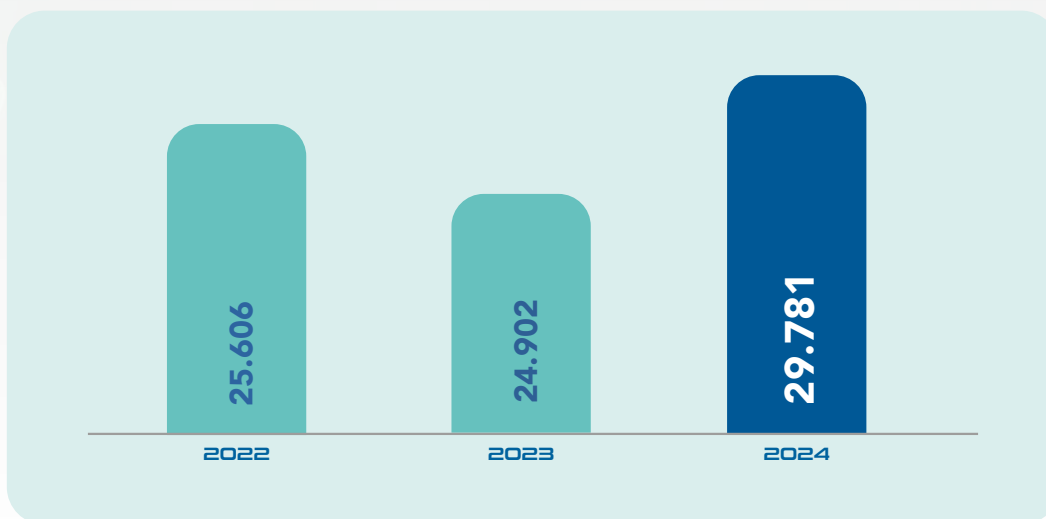
Valor, em R\$ mil



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

INSETICIDAS ELÉTRICOS

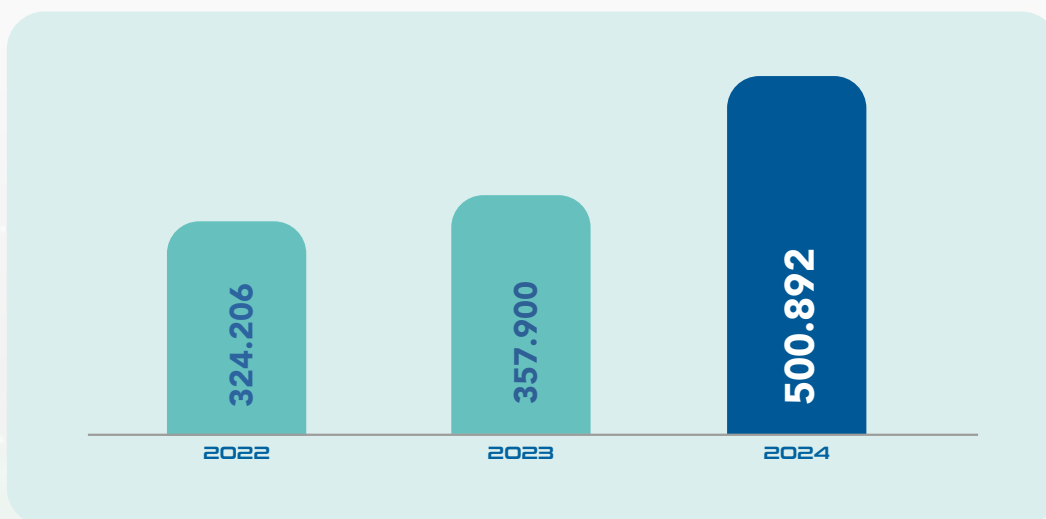
Volume, em milhares de unidades



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

INSETICIDAS ELÉTRICOS

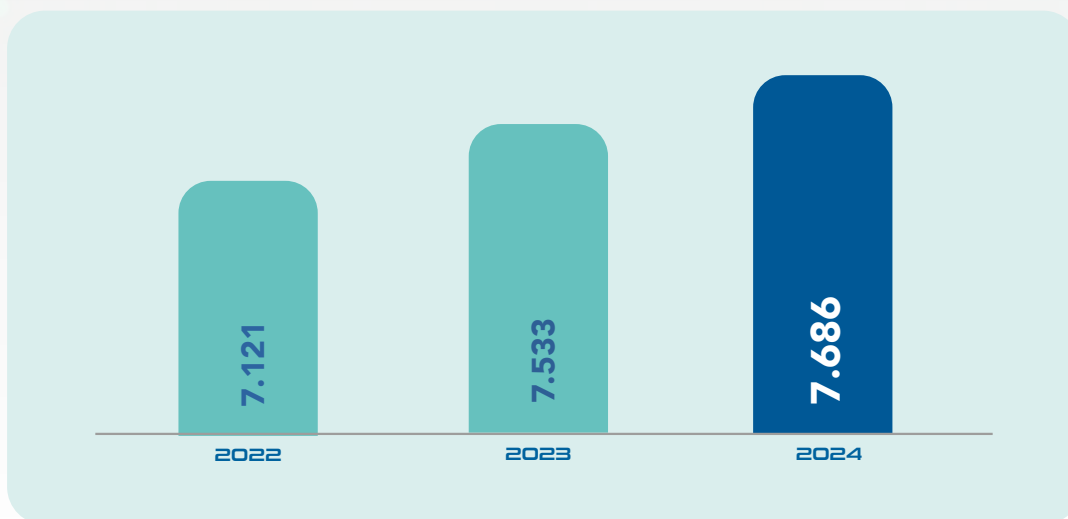
Valor, em R\$ mil



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

INSETICIDAS ARMADILHAS

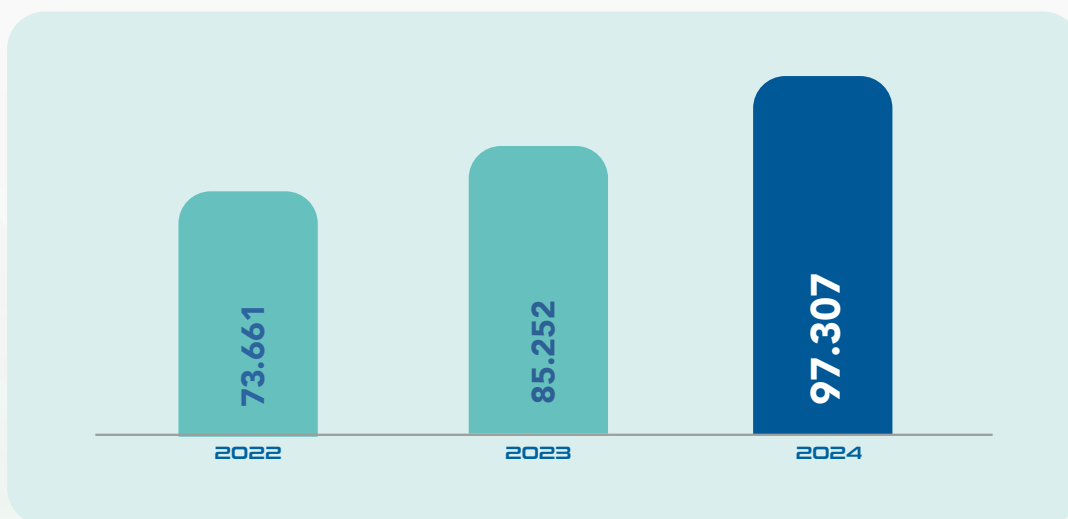
Volume, em milhares de unidades



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

INSETICIDAS ARMADILHAS

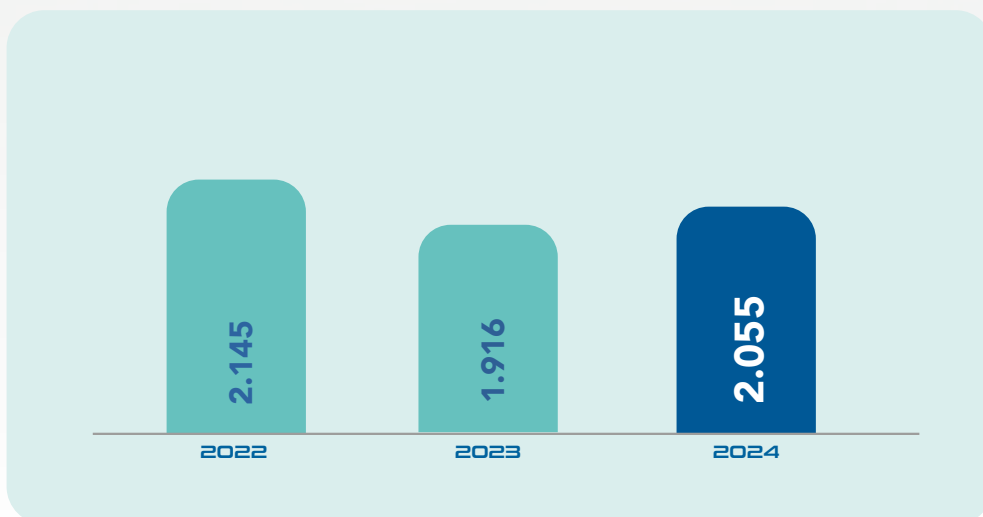
Valor, em R\$ mil



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

INSETICIDAS LÍQUIDOS

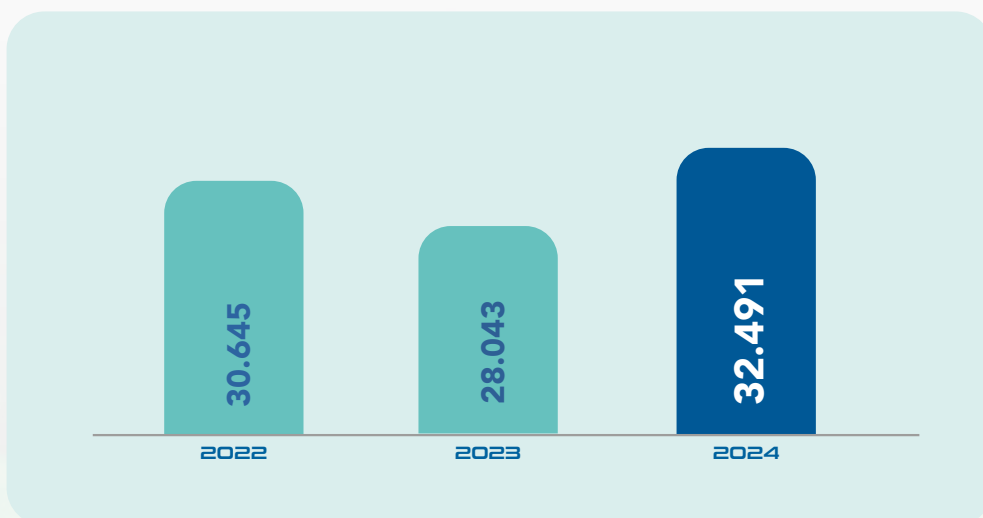
Volume, em milhares de unidades



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

INSETICIDAS LÍQUIDOS

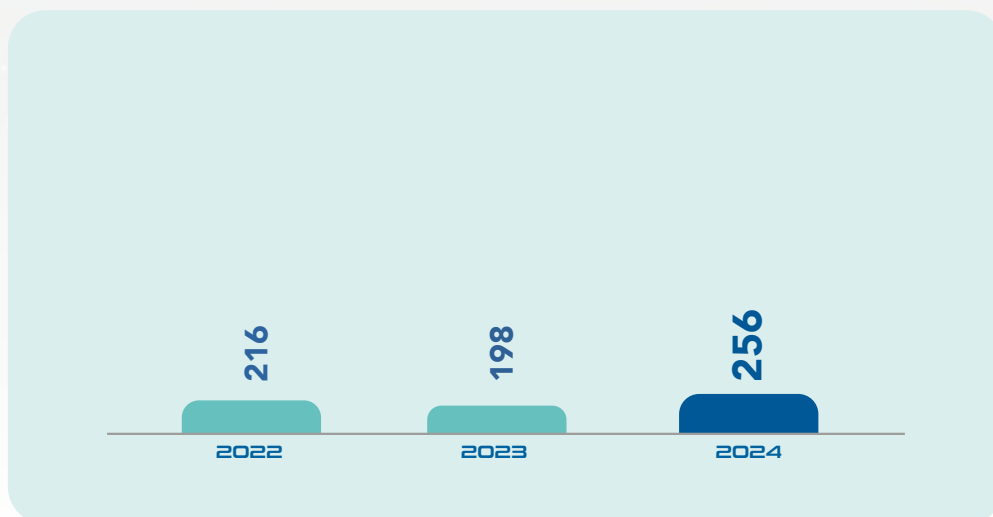
Valor, em R\$ mil



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

INSETICIDAS GÁS FUMEGANTE

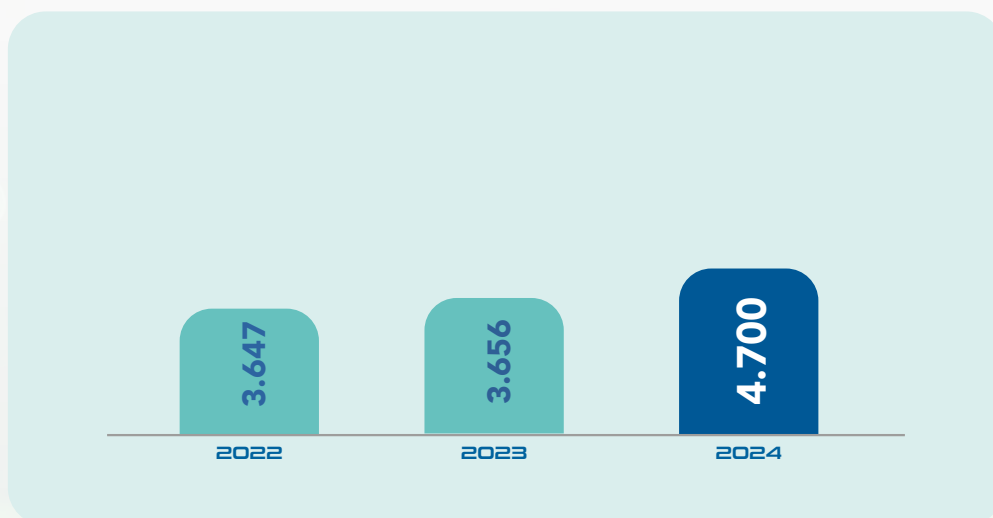
Volume, em milhares de unidades



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

INSETICIDAS GÁS FUMEGANTE

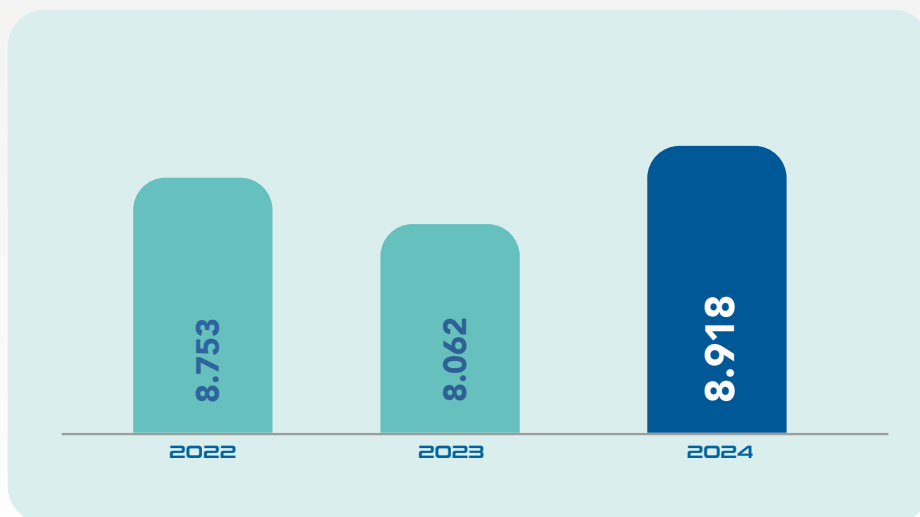
Valor, em R\$ mil



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

INSETICIDA ESPIRAL

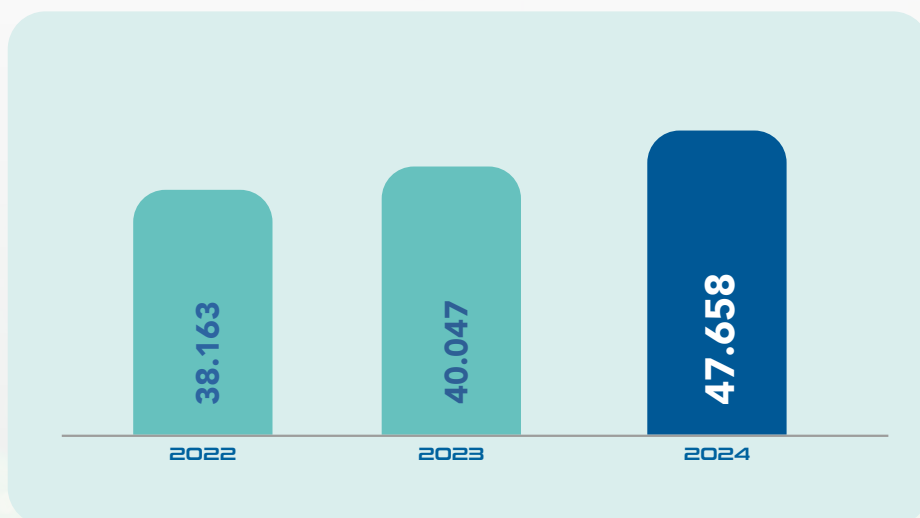
Volume, em milhares de unidades



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.

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

Com 9 centros de distribuição estrategicamente localizados no Brasil, presença consolidada na Argentina e no México, e uma rede de cerca de 400 fornecedores globais, somos uma das principais distribuidoras de produtos químicos na América Latina.

Nossa missão é ser uma parceira global de confiança, oferecendo serviços e soluções inovadoras para impulsionar o desenvolvimento do seu negócio.

Descubra como nossas soluções podem transformar sua próxima criação!

www.anastacio.com

11 2133-6600 | [in](#) [f](#) [@](#)

Canal digital exclusivo para pedidos de cotações: [☎](#) (11) 96623 0075



> Domissanitários

EMPRESAS ASSOCIADAS

ABIPLA



СЕРВИС
ПО
ОЦЕНКЕ
КАЧЕСТВА
УСЛУГ
И
ОПРЕДЕЛЕНИЮ
УРОВНЯ
УДОВЛЕТВОРЕННОСТИ
ПОТРЕБИТЕЛЕЙ
И
ПАРТНЕРОВ
КОМПАНИИ

ИУТИ

ПАНАРИ

SEGMENTO DOMÉSTICO

bens de consumo

3M

brilux

CP
COLGATE-PALMOLIVE

Desde 1956
JIMO
QUALIDADE COMPROVADA

MAYOR QUÍMICA
PRODUTOS QUÍMICOS E DE LIMPEZA

sc Johnson
Uma empresa de família
trabalhando por um mundo melhor

Luar Mágico

anhembí

Candura

flora

Kalykim

RAZZO

Total Química
Onde tem química, tem vida.

BOM BRIL

Casa km.
Da nossa casa para sua casa.

Girando sol
PRODUTOS DE LIMPEZA

reckitt

Ype

Unilever

TOP LAND

INSTITUCIONAL

profissionais



INSUMOS e MATÉRIAS-PRIMAS



SERVIÇOS ESPECIALIZADOS





ALCIONE RIBEIRO DE AZEVEDO

Presidente do Conselho Federal de Biologia - CFBio

O PAPEL DO PROFISSIONAL DE BIOLOGIA NA SAÚDE PÚBLICA

A Lei n.º 8.080/1990 regula, em todo o território nacional, as ações e os serviços de saúde realizados isolada ou conjuntamente, de forma permanente ou eventual, por pessoas físicas ou jurídicas, sejam elas de direito público ou privado. Essa legislação, conhecida como Lei do SUS (Sistema Único de Saúde), estabelece as diretrizes das políticas públicas de saúde no Brasil, promovendo a universalização e a integralidade do atendimento.

Dentre suas principais inovações e desafios, destacam-se dois aspectos fundamentais: o primeiro diz respeito à participação popular por meio das Conferências de Saúde, espaços democráticos de deliberação que orientam as prioridades e necessidades das comunidades em nível municipal, estadual e nacional; já em segundo lugar, à relevância das equipes multiprofissionais, que atuam nos diferentes níveis de atenção à saúde, garantindo um atendimento integrado e eficiente.

Nesse contexto, os profissionais das Ciências Biológicas desempenham um papel estratégico nos serviços públicos de saúde, contribuindo em diversas frentes, desde a pesquisa básica e aplicada até a atenção primária e a vigilância em saúde, que

engloba a vigilância em saúde do trabalhador, a vigilância epidemiológica, sanitária e ambiental.

A Lei n.º 6.684/1979, que regulamenta a profissão de biólogo, confere a esses profissionais a competência para atuar em áreas que exigem conhecimento técnico-científico em saúde pública. Essa prerrogativa é complementada pelo Decreto n.º 88.438/1983, que detalha as atividades passíveis de atuação por biólogos.

Para evidenciar a atuação do biólogo em saúde pública, destacam-se as Resoluções n.º 12/1993, n.º 3/1996, n.º 479/2018, n.º 614/2021, n.º 627/2022 e n.º 700/2024, que regulamentam seu exercício profissional em diversas áreas, incluindo análises clínicas, controle da qualidade físico-química e microbiológica da água, circulação extracorpórea e perfusionismo, saneamento e sanitização, controle de vetores, pragas e zoonoses, vigilância sanitária, análises microbiológicas e toxicológicas, práticas integrativas e complementares em saúde, biossegurança, gestão e controle da qualidade em laboratórios, biomonitoramento e vigilância nos campos sanitário, ambiental, entomológico e epidemiológico, entre outras.



Na área da vigilância, os biólogos atuam diretamente em saneamento básico, no controle de qualidade em estações de tratamento de água e esgoto e no gerenciamento de resíduos sólidos, promovendo a sustentabilidade ambiental e alinhando-se aos princípios ESG (Ambiental, Social e Governança) e aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da Organização das Nações Unidas (ONU).

No setor privado, a atuação dos biólogos também é essencial. Eles contribuem para a produção e controle de qualidade de laboratórios, vacinas, soros, imunobiológicos e medicamentos, além de trabalharem em análises clínicas humana e animal e em circulação extracorpórea e perfusionismo. Outra importante área de atuação é a avaliação da qualidade e eficiência de produtos saneantes e domissanitários, fundamentais para a limpeza urbana e rural, nos processos de sanitização de ambientes e no controle integrado de vetores e pragas urbanas.

Com um diagnóstico preciso da espécie-alvo e das condições ambientais que favorecem sua proliferação, os biólogos podem definir estratégias de controle mais eficazes, que vão desde intervenções estruturais e ambientais até soluções biológicas e/ou químicas. No mercado, há uma ampla variedade de produtos e técnicas de aplicação que devem ser selecionados e implementados de forma responsável e direcionada, garantindo a máxima eficiência com o menor impacto ambiental possível.

Além dessas frentes, os biólogos desempenham um papel importante na educação em saúde e na comunicação científica, auxiliando na conscientização da população sobre doenças emergentes, impactos ambientais na saúde e medidas preventivas contra agravos sanitários. Seja no desenvolvimento de materiais educativos, na realização de campanhas de prevenção ou na capacitação de profissionais de diversas áreas, sua atuação contribui diretamente para a promoção da saúde coletiva. Ademais, biólogos também estão presentes em instituições de pesquisa e inovação tecnológica, desenvolvendo novas metodologias para diagnóstico, controle e tratamento de doenças, além de participarem de estudos sobre zoonoses, resistências microbianas e impactos das mudanças climáticas na saúde humana e ambiental.

A Biologia é um pilar essencial para a saúde pública e a sustentabilidade ambiental, oferecendo soluções inovadoras para desafios sanitários e ecológicos. Seu papel no controle de vetores, na limpeza urbana, no desenvolvimento de saneantes e no saneamento básico demonstra a interconexão entre a preservação ambiental e a qualidade de vida da população. Investir no conhecimento biológico e na aplicação de tecnologias sustentáveis é fundamental para garantir um futuro mais saudável e equilibrado para as próximas gerações.



ABIPLA

em destaque





Janeiro/2024: Paulo Engler, Diretor-Executivo da ABIPLA, na reunião do International Network Cleaning Products Associations (INCPA), EUA.

13/03/2024: equipe da ABIPLA visita o Instituto Racine para parceria educacional.



19/03/2024: Paulo Engler, Diretor-Executivo da ABIPLA, Juliana A. D. Marra, Presidente da ABIPLA, Dep. Afonso Motta (centro), Presidente da Frente Parlamentar da Química (FPOQUIMICA), e representantes da ABIQUIM e CFQ na Agenda Legislativa da Confederação Nacional da Indústria.

19/03/2024: Marcelo Pimentel (ABIQUM), Juliana A. D. Marra (ABIPILA), Dep. Ivoneide Caetano (FPQUIMICA), André Passos (ABIQUM) e Anselmo Takaki (ABIPILA) na Agenda Legislativa da Confederação Nacional da Indústria.



10/04/2024: Juliana A. D. Marra, Presidente da ABIPILA e do Instituto Nacional de Desenvolvimento da Química (IdQ), com o Dep. Afonso Motta no Café com a Frente Parlamentar da Química.

10/04/2024: Juliana A. D. Marra, Presidente da ABIPILA e do IdQ, com os Dep. Afonso Motta e Flávio Nogueira no Café com a Frente Parlamentar da Química.



10/04/2024: Juliana A. D. Marra, Presidente da ABIPILA e do IdQ, com Paulo Engler, Diretor-Executivo da ABIPILA e Presidente-Executivo do IdQ, no Café com a Frente Parlamentar da Química.

Juliana A. D. Marra, Presidente da ABIPLA e do IdQ, Paulo Engler, Diretor-Executivo da ABIPLA e Presidente-Executivo do IdQ, Anselmo Takaki, Assessor de RIG da ABIPLA, representantes do IdQ e Andrey Corrêa (Conselho de Combate à Pirataria e aos Delitos contra a Propriedade Intelectual do Ministério da Justiça).



25/04/2024: visita ao Polo Petroquímico de Cubatão-SP. Dep. Afonso Motta, da FPQUIMICA, com Paulo Engler, Diretor-Executivo da ABIPLA e Presidente-Executivo do IdQ.



25/04/2024: visita ao Polo Petroquímico de Cubatão-SP. Paulo Engler, Diretor-Executivo da ABIPLA e Presidente-Executivo do IdQ, com o Dep. Estadual Luiz Fernando Ferreira.



25/04/2024: visita ao Polo Petroquímico de Cubatão-SP. Equipes do IdQ com os Dep. Federais Afonso Motta e Flávio Nogueira e com os Dep. Estaduais Luiz Fernando Ferreira e Rômulo Fernandes.



15/05/2024: Anselmo Takaki, Assessor de Relações Institucionais da ABIPLA, representou a entidade em reunião com o Vice-Presidente Geraldo Alckmin, relacionado ao protecionismo no comércio exterior.

22/05/2024 a 25/05/2024: 47.^a Reunião Anual da Sociedade Brasileira de Química, Lindóia-SP.



22/05/2024 a 25/05/2024: 47.^a Reunião Anual da Sociedade Brasileira de Química, Lindóia-SP.

22/05/2024 a 25/05/2024: 47.^a Reunião Anual da Sociedade Brasileira de Química, Lindóia-SP. Anselmo Takaki (ABIPLA) entrega certificado de melhor redação do II Concurso Nacional de Redação, o qual a ABIPLA patrocinou.





19/06/2024: Sessão Solene do Dia do Profissional da Química, Câmara dos Deputados. Juliana A. D. Marra, Presidente da ABIPLA e do IdQ, Dep. Afonso Motta (centro), José de Ribamar, Presidente do CFQ, e integrantes do IdQ integraram a mesa de abertura.

Integrantes da Frente Parlamentar da Química, do Instituto Nacional de Desenvolvimento da Química (IdQ) e do Conselho Federal de Química.



Equipe de Comunicação do CFQ liderada por Jordana Saldanha e Anselmo Takaki, da ABIPLA.



UMA NOVA DIMENSÃO DE LIMPEZA SUSTENTÁVEL

REWOFORM®
Biosurfactantes da Evonik

OS BENEFÍCIOS DOS BIOSSURFACTANTES REWOFORM®

- Estruturas idênticas às da natureza
- Prontamente biodegradável
- Toxicidade aquática excepcionalmente baixa
- Fácil de manusear e processável a frio
- Produtos de limpeza suaves e de alto desempenho
- Excelente formação de espuma e ótima sensação na pele

NOSSO PLANETA MERECE CUIDADO

A Evonik é pioneira na fabricação em escala industrial de biossurfactantes de alta qualidade, com a missão de reduzir o impacto ambiental. Comprometida com a sustentabilidade, a Evonik produz ramnolipídeos e soforolipídeos, implementando melhorias contínuas para otimizar suas pegadas ecológicas. Os ramnolipídeos e soforolipídeos estão entre os surfactantes de base biológica mais reconhecidos, graças aos seus benefícios de desempenho e ao excelente perfil sustentável. Os biossurfactantes REWOFORM® são produzidos por microrganismos, cujas estruturas mimetizam a natureza, garantindo 100% de biodegradabilidade e uma compatibilidade ecológica sem precedentes. Esses biossurfactantes multifuncionais não apenas oferecem um valor diferenciado, mas também são eficazes na adaptação das propriedades de espuma e limpeza, tornando-se ideais para formulações de limpeza que são ao mesmo tempo suaves e de alto desempenho.



Juliana A. D. Marra abre o evento de lançamento do Anuário 2024. À esquerda, Claudio Czarnobai (NIQ) e Daniel Pereira (Anvisa). À direita, Daniela Soderini (Mosaic Lab) e Paulo Engler (ABIPLA).



Reckitt: (à esquerda) Anna Niemec, *Head* de R&D para Pesticidas da Reckitt Industrial, Anselmo Takaki (ABIPLA), Larissa Lima, Coord. de Comunicação da Reckitt (centro), Thais Carmo (*Head* de Legal da Reckitt) e Fabiana Queiroz (Dir. de Regulatório da Reckitt Comercial).



Claudio Czarnobai (NIQ), Juliana A. D. Marra (ABIPLA), Rodrigo Ottoni (Anvisa), Daniela Soderini (Mosaic Lab) e Paulo Engler (ABIPLA).



Daniel Meireles Pereira, diretor da 2.^a diretoria da Anvisa.



Diretoria da ABIPLA recebe Rodrigo Ottoni (Anvisa).



28.ª Higiexpo - São Paulo - 13 a 15 de agosto de 2024, Estande ABIPLA-CFQ.

24 a 25/10/2024: Paulo Engler e Anselmo Takaki no B20 – Fórum de empresários do G20.



Anselmo Takaki (ABIPLA), Ricardo Nóbrega (ABIHPEC) e Vinicius Neves Santos (FIESP) no B20 – Fórum de empresários do G20.

26/11/2024: Diretores do IdQ Paulo Engler (ABIPLA), Luiz Cornacchioni (ABRAFATI) e Antonio Lannes (CFQ) participaram da celebração dos 30 anos da Agenda Legislativa da CNI.



04/11/2024: Paulo Engler, Diretor-Executivo da ABIPLA e Presidente-Executivo do IdQ, em visita ao Polo Petroquímico de Camaçari-BA.



04/11/2024: Deputados da FPOQUIMICA (Afonso Motta, Ivoneide Caetano e Daniel Almeida), Vice-Governador da Bahia (Geraldo Junior), autoridades estaduais e locais na visita ao Polo Petroquímico de Camaçari-BA.



04/11/2024: Equipe da FPOQUIMICA e do IdQ no Polo Petroquímico de Camaçari-BA.



José de Ribamar, Presidente do Conselho Federal de Química (CFQ), Juliana A. D. Marra, Presidente da ABIPLA, Rafael Almada, Conselheiro do CFQ e Reitor do Instituto Federal do Rio de Janeiro (IFRJ), Anselmo Takaki, Assessor de Relações Institucionais da ABIPLA.



Paulo Engler, Diretor-Executivo da ABIPLA.

Parece milagre, mas é Cif.



Alto Poder de Limpeza



Limpa sem Danificar*



Praticidade e Eficiência



Para Toda Sua Casa

*Leia e siga o modo de uso que consta no rótulo e site do produto.



FICHAS

TÉCNICAS



**Renata
AQUALUZA**

CEO Brasil

**PEDRO
NELSON**

VP de Operações

**ROBINSON
BERTOLI**

Diretor Comercial

Ana PINHO

Diretora de Gente e Gestão

Renato MAYER

Diretor de Supply Chain

**PIETER VAN DE
PEER**

CFO

Rio de Janeiro – RJ

(21) 2106-1400
www.manuchar.com.br

Manuchar
BRASIL

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 mais de 150 localidades e temos mais de 3 mil funcionários próprios e infraestrutura de distribuição de produtos químicos em mais de 40 países, localizados principalmente nos mercados emergentes.

Presente no Brasil há 31 anos, a Manuchar distribui matérias-primas para os seguintes mercados: agrícola, higiene e limpeza, nutrição humana, nutrição animal, farmacêutico, mineração, energia (óleo e gás), papel e celulose, cosméticos, têxtil, couro, tratamento de água, vidraria e construção civil.

Atendemos o país inteiro com escritórios comerciais nas cidades de Recife, Rio de Janeiro (Matriz), São Paulo, Curitiba, João Pessoa e Blumenau, contando com armazéns estrategicamente localizados nos estados de Pernambuco, Paraíba, Bahia, Espírito Santo, Rio de Janeiro, São Paulo e Santa Catarina.

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-benefício à qualidade e à garantia no fornecimento.

produtos e serviços

Distribuição, logística e *trading* de produtos químicos.





histórico

A Evonik é uma das líderes mundiais em especialidades químicas. A empresa atua em mais de 100 países no mundo inteiro. Em 2023, registrou vendas de 15,3 bilhões de euros e um lucro operacional (EBITDA ajustado) de 1,66 bilhão de euros. A Evonik vai muito além da química para criar soluções inovadoras, lucrativas e sustentáveis para seus clientes. Mais de 32 mil colaboradores trabalham juntos em prol de um objetivo comum: melhorar a vida das pessoas hoje e no futuro.

missão

Nós estamos sempre em busca de fórmulas que propiciem melhores resultados, benefícios e apelo sensorial, desta forma, os consumidores podem maximizar sua experiência e manter sua beleza natural. E é tal atitude que nós levamos para o meio ambiente: respeito, fomento, preservação e fortalecimento.

produtos e serviços

A Evonik oferece soluções inovadoras e sustentáveis para o setor de beleza e cuidados pessoais. Utilizando biotecnologia avançada, orgânicos, silicões e ativos, a empresa atende a diversas necessidades, incluindo ingredientes ativos e sistemas de entrega para cuidados com a pele, proteção solar, cosméticos coloridos, cuidados capilares, limpeza de pele, preservação e estabilidade de produtos.

**HENDRIK
SCHÖNFELDER**

Diretor-Presidente para a Região América
Central e América do Sul

São Paulo (matriz regional)

(11) 3146-4100
www.household-care.evonik.com





GRUPO
Raymundo da Fonte

HISBELLO De
ANDRADE LIMA

Diretor-Superintendente das Indústrias
Reunidas Raymundo da Fonte

Rodovia PE 15 - KM 14 - Torres Galvão,
Paulista - PE - CEP 53.417-690

(81) 3437-8200
www.raymundodafonte.com.br

histórico

O Grupo Raymundo da Fonte, empresa brasileira criada em 1946, fabrica produtos de limpeza doméstica, higiene pessoal, condimentos e inseticidas. 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 conta com mais de 500 profissionais de vendas, possui seis plantas industriais situadas em Pernambuco, Pará, Bahia, Ceará, Itajubá e Piracicaba, e é 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 528 milhões de litros de água sanitária, 209 milhões de unidades de sabonete e 98 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, em projetos educacionais e na valorização dos colaboradores e comunidades.

missão

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

produtos e serviços

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

novonesis

histórico

A Chr. Hansen e a Novozymes uniram forças para criar a Novonesis, uma parceira líder mundial em bio-soluções. Novonesis significa “um novo começo”. É derivada da palavra grega “*gênesis*”. E é isso que oferecemos: um novo começo baseado no poder da biologia.

Ao aproveitar o poder da microbiologia aliada à ciência, transformamos a maneira como o mundo produz, consome e vive. Com mais de 100 anos de inovação e experiência em bio-soluções, a Novonesis possui profunda expertise em mais de 30 indústrias e os melhores talentos na área. Existe uma bio-solução para (quase) tudo.

Maior rendimento de culturas a partir de solos mais saudáveis e melhor bem-estar animal; alimentos deliciosos que se mantêm frescos por mais tempo; lavanderia mais limpa e com melhores resultados; menos emissões e menos poluição; melhor saúde mental e física desde o nascimento até a velhice. Essas são apenas algumas das muitas maneiras pelas quais nossas bio-soluções transformam vidas todos os dias. A hora das bio-soluções é agora.

missão

Existimos para melhorar nosso mundo com a biologia.

produtos e serviços

Enzimas minúsculas, mas poderosas, proteínas funcionais e probióticos possibilitam mudanças e impactos positivos em todos os seres vivos. Colocamos esse poder transformador no centro de nossas bio-soluções para ajudar a resolver alguns dos maiores desafios da humanidade.

Cees De Jong

CEO

ESTER BAIGET

Presidente

<https://www.novonesis.com>



JADYR OLIVEIRA

Diretor Geral

histórico

Com ampla expertise técnica e infraestrutura de ponta, a Prozyn é, atualmente, uma das principais fornecedoras de enzimas e ingredientes biológicos, com presença nos principais mercados internacionais.

Desenvolvemos soluções naturais e *clean label* sob medida, de acordo com as necessidades mais específicas de nossos clientes, sempre nos baseando em inovação, tecnologia e melhoria da qualidade de vida.

Oferecemos uma linha completa de ingredientes para redução de custos, otimização de processos, melhoria da qualidade dos produtos, além de soluções para qualquer outro desafio apresentado por nossos clientes.

missão

Criamos soluções biológicas para um mundo melhor.

produtos e serviços

Linha completa de ingredientes para redução de custos, otimização de processos, melhoria da qualidade dos produtos, além de soluções para qualquer outro desafio apresentado por nossos clientes.



R. Dr. Paulo Leite de Oliveira, 199 -
Butantã, São Paulo - SP, 05551-020

(11) 3732-0000

<https://prozyn.com.br/>



produtos e serviços

A Química Anastacio é uma das maiores distribuidoras de produtos químicos da América Latina, com mais de 1.700 produtos e presença no Brasil, Argentina e México. Representamos 400 fornecedores globais, oferecendo soluções logísticas eficientes, suporte técnico, embalagens flexíveis e condições financeiras diferenciadas, sempre focando em agilidade e simplicidade em nossas entregas.

Nosso compromisso vai além da excelência em produtos e serviços. Investimos em práticas sustentáveis e responsáveis, contribuindo para a preservação ambiental e para o bem-estar das comunidades onde atuamos.



Rua Eugênio de Medeiros, 303 –
12.º andar – Pinheiros – SP

(11) 2133-6600

contato@anastacio.com

www.anastacio.com

JOSEPH ARWAS

Presidente da Reckitt
Industrial Brasil

Rodovia Raposo Tavares, 8015, KM 18
- São Paulo, SP

Rodovia Dom Gabriel Paulino Bueno
Couto, 1606 - Itupeva, SP

www.reckitt.com/br



histórico

A Reckitt Industrial Brasil é parte do Grupo Reckitt, uma multinacional de bens de consumo de higiene, saúde e nutrição com sede em Slough, na Inglaterra.

Globalmente, produzimos marcas icônicas, como Vanish, Bom Ar e Finish. Todos os dias, mais de 30 milhões de produtos do Grupo Reckitt são comprados por consumidores em todo o mundo.

Sempre colocamos os consumidores e as pessoas em primeiro lugar, buscamos novas oportunidades, batalhamos pela excelência em tudo o que fazemos e construímos sucesso compartilhado com todos os nossos parceiros. Visamos fazer a coisa certa, sempre.

Somos um time global diverso, de mais de 40 mil colaboradores. Usamos a nossa energia coletiva para atender às nossas ambições de marcas com propósitos, um planeta mais saudável e uma sociedade mais justa.

missão

A Reckitt Industrial Brasil é guiada pelo propósito do Grupo Reckitt 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 Reckitt 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.





histórico

A Unilever é uma das maiores fornecedoras do mundo de produtos de beleza e bem-estar, cuidado pessoal, cuidados com a casa, alimentos e sorvetes. A empresa atua em mais de 190 países e seus produtos são usados por 3,4 bilhões de pessoas todos os dias. A Unilever conta com 128 mil colaboradores, além de vendas que alcançaram € 60,8 bilhões, em 2024.

Mais da metade de seus negócios está em mercados emergentes e em desenvolvimento. São mais de 400 marcas da Unilever, dentre as quais estão Dove, Seda, Knorr, OMO, Rexona, Hellmann's, Kibon, Lux, Magnum e Axe.

No Brasil há mais de 95 anos, o grupo Unilever tem no país um de seus principais mercados. Seu objetivo é entregar um desempenho excelente, por meio de suas marcas imbatíveis e gerando um impacto positivo para pessoas e meio ambiente.

A Companhia tem como propósito tornar especial o dia a dia de todas as pessoas, estando presente em 100% dos lares brasileiros. Isso torna o grupo responsável por dar escala às boas práticas e ser exemplo positivo para o mercado.

Por meio da Estratégia 2030, a Unilever busca garantir um foco estratégico claro, fazendo menos coisas com maior impacto, além de seguir construindo um portfólio de marcas com superioridade comprovada e excelência de marketing para ser ainda mais competitiva.

A Unilever está determinada a ter desempenho consistente e competitivo enquanto transforma seus negócios para alcançar seus objetivos para o planeta e para as pessoas.

missão

Tornar especial o dia a dia de todas as pessoas.

produtos e serviços

Indústria de bens de consumo dona de marcas como Dove, Rexona, Seda, Clear, Omo, Comfort, Fofo, Cif, Hellmann's, Knorr, Mãe Terra, Kibon, Magnum, Maizena, entre outras.

Andrés González

Presidente Unilever Brasil e Líder do Negócio de Beleza e Bem-Estar

Paul Logan

Líder do Negócio de Cuidado Pessoal

Alexandre Camiloti

Líder de Supply Chain

Liana Fecarotta

Líder de Recursos Humanos

Téo Figueiredo

Líder do Negócio de Sorvetes

Laura Barnator

Líder do Negócio de Cuidados com a Casa

Ricardo Zuccolo, Rodrigo Visentini e Fabiana Paredes

Líderes de Vendas Unidades de Negócio

Juan Manuel Ballester

Líder de Finanças

Rodrigo Visentini

Líder do Negócio de Alimentos/Nutrição

Juliana Arantes Durazzo Marra

Líder de Comunicação e Assuntos Corporativos da Unilever Brasil e Latam

Manuela Dode

Líder do Jurídico

www.unilever.com.br



**WALDIR BEIRA
JÚNIOR**

CEO

Av. Waldyr Beira, 1000 - Figueira,
Amparo - SP, 13904-906

www.ype.ind.br

LinkedIn: [br.linkedin.com/company/
ype](https://br.linkedin.com/company/ype)

Youtube: youtube.com/@oficialype

Instagram: [www.instagram.com/
oficialype](https://www.instagram.com/oficialype)

Facebook: [www.facebook.com/
OficialYpe](https://www.facebook.com/OficialYpe)



histórico

Somos a Ypê, empresa 100% brasileira que em novembro de 2025 celebra 75 anos de história e está presente em mais de 95% dos lares brasileiros, segundo o ranking Brand Footprint, elaborado pela Kantar. Nascemos com a missão de contribuir para a saúde, o bem-estar e a qualidade de vida das pessoas oferecendo produtos de alto desempenho, práticos, sustentáveis e acessíveis.

Contamos com mais de 7.300 colaboradores e um portfólio com mais de 450 produtos, distribuídos em 23 categorias. Somos líderes no segmento de higiene e limpeza com as marcas Assolan, Atol, Banho a Banho, Tixan, Perfex, Flor de Ypê, Siene e Action de Ypê, comercializadas no Brasil e em mais de 10 países. Em 2024, fomos eleitos no prêmio Folha Top of Mind, pela 17.ª vez consecutiva, líder na categoria Preservação do Meio Ambiente e, pelo 9.º ano seguido, na categoria Detergente, reafirmando nosso compromisso com o consumidor e o planeta.

Signatária do Pacto Global, maior iniciativa de sustentabilidade corporativa do mundo, proposta pela Organização das Nações Unidas (ONU), e do Pacto Empresarial pela Integridade e Contra a Corrupção, uma iniciativa do Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social, a Ypê é também a única empresa do setor de limpeza reconhecida por duas vezes consecutivas como Empresa Pró-Ética (2020-2021/2022-2023) pela Controladoria Geral da União (CGU). Em 2024, a Ypê foi certificada com o Selo Ouro do Programa Brasileiro GHG Protocol, a mais alta qualificação nacional de inventários de emissões de Gases de Efeito Estufa (GEE).

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 e cuidados pessoais.





CEO

Marielza Ribeiro

EXECUTIVE PARTNER & STRATEGY LEAD

Luana Kulesza

ADMINISTRATIVO/FINANCEIRO

Kelly Miranda

Marcos Sabbag

GERENTE DE RELACIONAMENTO COMERCIAL

Cassia Candini

GERENTE DE PRODUÇÃO

Mariana Nicolai

COORDENADOR DE PRODUÇÃO

Felipe Yuri

ANALISTA DE PRODUÇÃO

Leticia Machado

CRIAÇÃO/DIAGRAMAÇÃO

Victor Mancilha

REVISÃO

Giulia Carvalho

BANCO DE IMAGENS

AdobeStock

© 2025 Planmark - 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 - Comunicação Científica, sejam quais forem os meios empregados: eletrônicos, mecânicos, fotográficos, gravação ou quaisquer outros ficando os infratores sujeitos às penas da lei. OS 15238 - jun25

FALE COM A GENTE

ATENDIMENTO AO LEITOR

Envie suas perguntas, críticas e sugestões para a redação: Grupo Planmark - Rua Vergueiro, 2016 - 7º Andar - Sala 72, CEP 04102-000, Vila Mariana, São Paulo, SP
E-mail: cientifico@grupoplanmark.com.br





