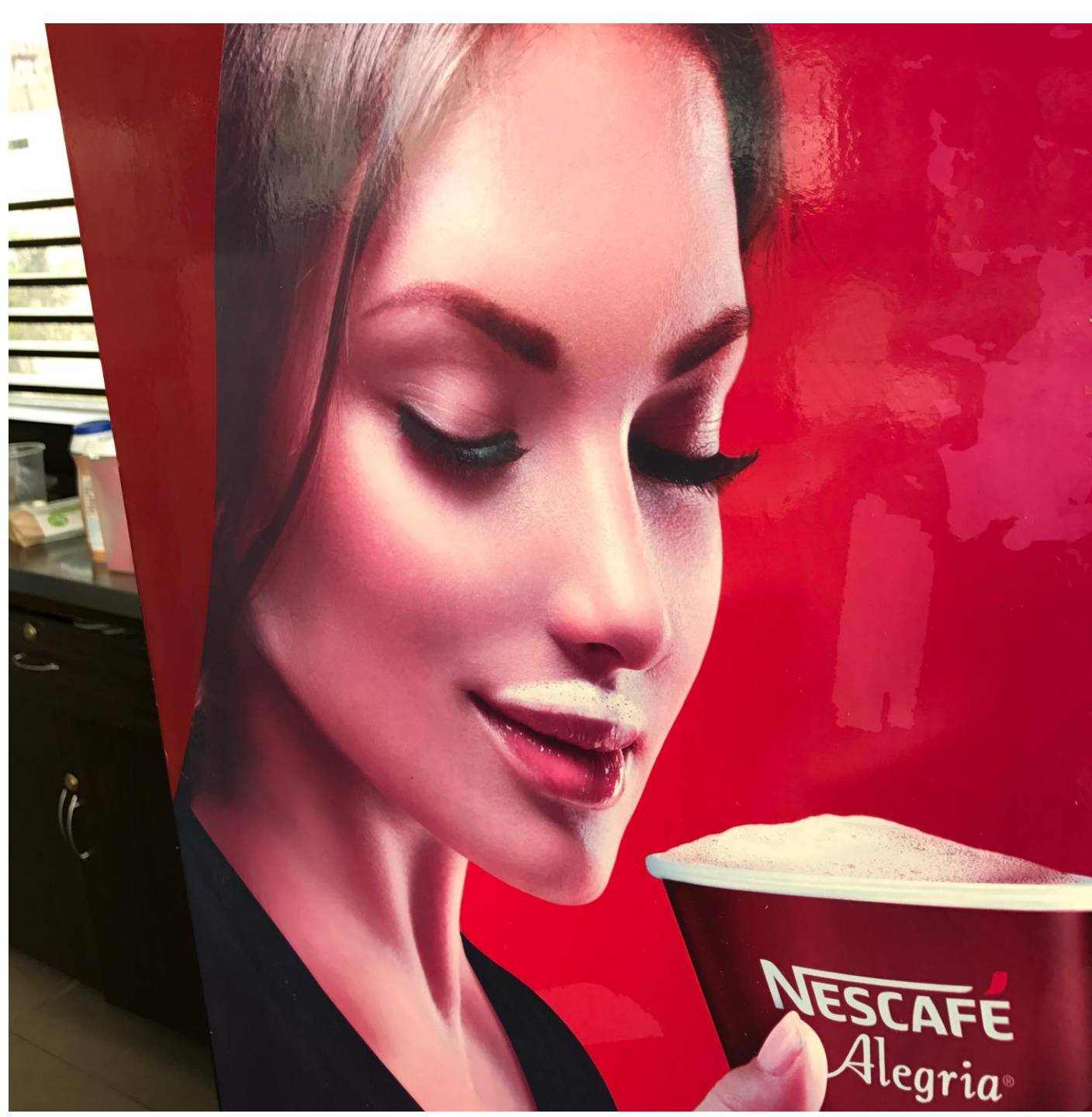


# Marketing da Inovação para SANEANTES

Professor MBA Jefferson Santos

# Marketing da Inovação para SANEANTES

Novos Apelos frente aos  
Novos Comportamentos de Consumo





DESPIERTA A *la* VIDA<sup>®</sup>  
**NESCAFÉ<sup>®</sup>**

MIRA AL MUNDO  
*con* **OPTIMISMO**

DESCRIBE TU DÍA  
ELIGIENDO ALGUNA DE LAS  
SIGUIENTES OPCIONES:

**HOY PLANEARÉ:**

- ☐ UN DÍA DE CAMPO
- ☐ UN VIAJE EN GLOBO
- ☐ UNA COMIDA FAMILIAR
- ☐ AVENTARME DEL PARACAÍDAS
- ☐ UN PASEO EN CABALLO
- ☐ UN SALTO DEL BUNGEE

**HOY ME ENCUENTRO:**




☐ FELIZ



☐ JUGUETÓN



☐ INCREÍBLE

 **CUIDADO: CONTENIDO CALIENTE**

Conserve el ambiente. Deposite el envase vacío en la basura.

©Marcas Registradas usadas bajo licencia de sus titulares. ©Nestlé des Produits Nestlé S.A., Case Postale 2523, 1800, Vevey, Suisse.





INSISTA NA  
**MARCA**  
**MOÇA**

PARA TER O MELHOR  
LEITE CONDENSADO



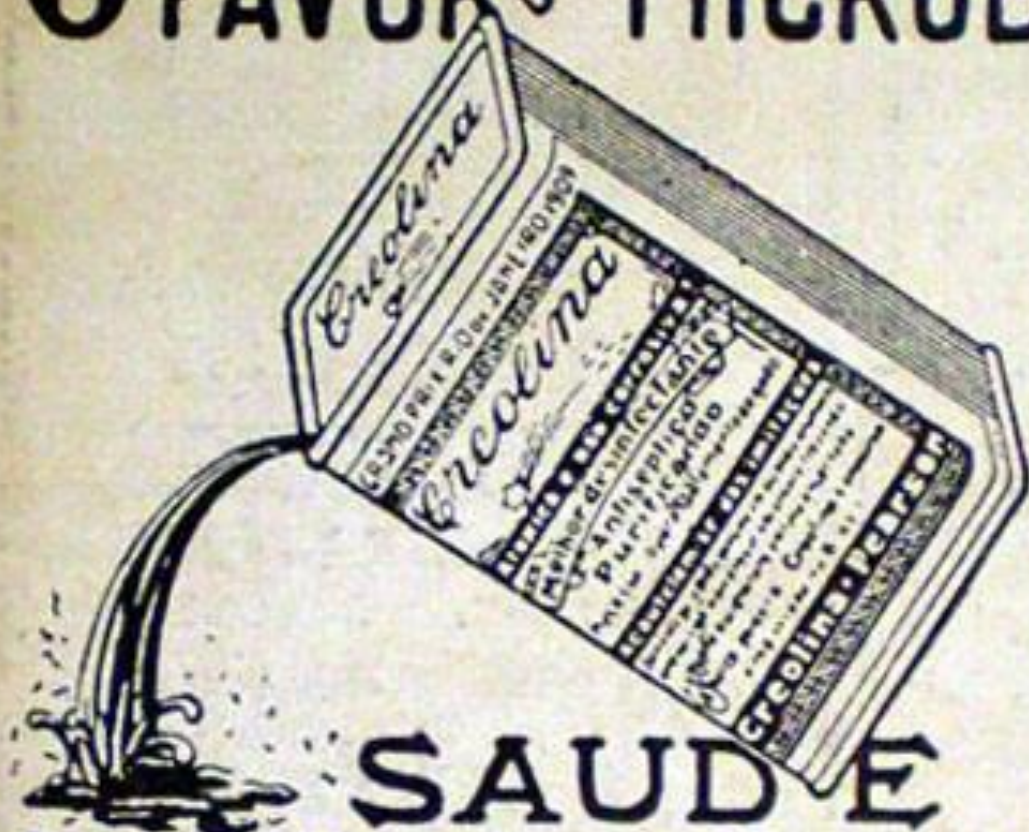
A pureza do Leite  
"MOÇA" e o seu  
elevado teor vitamí-  
nico, fazem com que  
êle seja um produto  
muito indicado para a  
alimentação infantil na  
falta do leite materno.







# O PAVOR DOS MICROBIOS



## SAÚDE

Para o VOSSO LAR, REBANHOS, CAÉS E  
GALLINHEIROS, etc. Só podereis obter  
com o uso constante da legitima

# CREOLINA-PEARSON



# ALEGRIA NO TANQUE !

CHEGOU REVOLUCIONÁRIO  
SABÃO GRANULADO FEITO  
ESPECIALMENTE PARA

1. LAVAR COM METADE DO TRABALHO
2. DEIXAR A ROUPA MAIS BRANCA
3. CONSERVAR MAIS A ROUPA



RINSO LAVA MELHOR DEVIDO AO  
SEU "MÔLHO SUPER-ESPUMOSO"

MAIS  
UM BOM  
PRODUTO  
LEVER

**SIM ! EU JÁ ADOTEI RINSO !**  
*Minha mãe, minha irmã e eu adoramos o Rinso.* — *A. M. Oliveira, Rio de Janeiro, 1957.*

**VEJA COMO É FÁCIL !**

<b>PONHO DE MÔLHO</b> Quando eu ponho o Rinso no tanque, eu sei que vou lavar bem a roupa. Não preciso de muita água e não preciso de muito tempo. O Rinso faz o trabalho sozinho.	<b>DEIXO LAVA ESPUMANDO</b> Quando eu deixo o Rinso lavar, eu sei que a roupa vai ficar muito branca. O Rinso faz o trabalho sozinho.	<b>RETIRO DO TANQUE</b> Quando eu retiro a roupa do tanque, eu sei que ela vai ficar muito branca. O Rinso faz o trabalho sozinho.
---	--	---

**É NÃO CUSTA MAIS  
QUE O SABÃO COMUM !**

Como eu sei que o Rinso faz o trabalho sozinho, eu não preciso de muita água e não preciso de muito tempo. O Rinso faz o trabalho sozinho.

*AGORA, lavo  
sem sabão!*

A alvura que  
só OMO dá—

- torna  
o sabão  
antiquado!

É miraculosa — a potência de limpeza de OMO!



É que OMO penetra fundo no tecido, lava fio por fio — V. não precisa esfregar tanto. E enxaguando uma só vez, toda sujidade fica na água. OMO lava, quara, alveja e dá brilho numa só operação. Toda sua roupa terá uma alvura jamais conseguida com sabão.

**FAÇA ESTA PROVA!** Lave com OMO sua roupa já lavada com sabão. Veja como fica muito mais alva, muito mais limpa.



Use OMO — o “milagre azul”  
usado em todo o mundo pelas donas de casa modernas!

Eu pensava que a minha camisa  
estava branca, antes  
de ver a tua lavada com **OMO**

VIVA O PÓ AZUL QUE PRODUZ MONTANHAS  
DE ESPUMA

Atropelou a roupa suja na maravilhosa espuma do Omo,  
e agiu. A água tornou-se instantaneamente escura. O que é  
que isso pensa? Que a sujidade passou imediatamente do  
tecido para a água. Exactamente, com Omo não é preciso  
afogar. Sem o menor esforço a tua roupa fica fabulosamente  
branca. Ela tem a branquidão Omo.



TAMANHO GRANDE \$1.00  
TAMANHO NOORMAL \$1.50

Use Omo para todas as lavagens, mesmo as mais  
delicadas que se fazem em água fria, porque mesmo  
em água fria, Omo produz montanhas de espuma.

**OMO lava mais branco**



## O QUÊ? LAVAR SEM SABÃO?

Sim! A alvura que só OMO dá  
torna o sabão antiquado!

É miraculosa — a potência  
de limpeza de OMO!

É que OMO penetra fundo no  
tecido, lava fio por fio — V.  
não precisa esfregar tanto. E,  
enxaguando uma só vez, toda  
sujeidade fica na água. OMO  
lava, quara, alveja e dá brilho  
numa só operação. Toda sua  
roupa terá uma alvura jamais  
conseguida com sabão.



### FAÇA ESTA PROVA!

Lave com OMO sua  
roupa já lavada com  
sabão. Veja como  
fica muito mais alva,  
muito mais limpa.



Use OMO —

o "milagre azul" usado em todo o mundo  
pelas donas de casa modernas!

**mulheres  
de todo mundo,  
uní-vos!**

**gordura não,  
odd sim!**

**a favor de  
panelas  
mais limpas.**

**guerrilhas  
contra  
a sujeira.**

**você  
está  
convocada!**

**paradeiro  
a favor  
de odd.**

Receita: até hoje V.  
foi derrotada pela gordura.  
Chega de apressar!  
Use ODD!

Quando V. lava as panelas  
com outros detergentes,  
a água demora a escoar e  
as panelas ficam embacadas.  
Mas quando você lava com ODD  
as panelas secam rapidamente  
e ficam com brilho luminoso.  
É a prova de que ODD é a sua  
melhor amiga da limpeza.  
E suas mãos ficam macias  
e viçosas.

**guerrilheira odd**

**você  
está  
convocada  
para a luta  
contra  
a sujeira e  
a gordura!**

**odd**

Um produto **ornix**.

O Primeiro  
Detergente  
Lava-Louças  
Líquido do  
Mercado  
brasileiro!

Para abrir levante  
e puxe

**DESCONTO 0,60**

**detergente**

**odd**

**limpa - desengordura - dá brilho**

**ornix** - Indústria Brasileira  
Lic. S.N.F.M.F. n.º 61.19/76  
Quim. Resp. J.J.A. Locoselli

**CONTEÚDO  
750 ml**

**RENDE-MAIS**

Proc. CRQ-IV-n.º 3033 Registro 408 / F



A festa terminada...

a louça deve ser lavada com

# BOM BRIL

- a maravilhosa  
esponja da limpeza  
e do bom brilho

Em todos os lares, todos os utensílios de alumínio, panelas, louças, talheres, etc., de uso diário, devem ser lavados com Bom Bril, para maior conservação.

Bom Bril é a esponja mágica que, com água e sabão, livra toda a louça da gordura e dos resíduos dos alimentos, com rapidez impressionante! Admiravelmente econômico e inofensivo às mãos, Bom Bril limpa mais, dá bom brilho e não riscas.

Para todas as aplicações de limpeza, exija o legítimo Bom Bril, com o rótulo vermelho!

Panelas brilhantes

Com Bom Bril - água e sabão - V. terá panelas brilhando maravilhosamente e sempre bem limpas! Bom Bril conserva mais!

Talheres convidativos

Conserva seus talheres com Bom Bril, água e sabão, pois são sempre novos e brilhantes.

A ESPONJA MÁGICA

# BOM BRIL

torna fácil toda limpeza difícil



Vidraças transparentes

Poste Bom Bril, a seco, nas vidraças e vidros, sem esfregar, limpando sem insistir, sem riscar.

BOM BRIL  
a BOM BRILHO

A vende em  
toda parte... e  
também no seu  
fornecedor!

- a maravilhosa  
esponja da limpeza  
e do bom brilho

Em todos os lares, todos os utensílios de alumínio, panelas, louças, talheres, etc., de uso diário, devem ser lavados com Bom Bril, para maior conservação.

Bom Bril é a esponja mágica que, com água e sabão, livra toda a louça da gordura e dos resíduos dos alimentos, com rapidez impressionante! Admiravelmente econômico e inofensivo às mãos, Bom Bril limpa mais, dá bom brilho e não riscas.

Para todas as aplicações de limpeza, exija o legítimo Bom Bril, com o rótulo vermelho!

Panelas brilhantes



Com Bom Bril - água e sabão - V. terá panelas brilhando maravilhosamente e sempre bem limpas! Bom Bril conserva mais!

Talheres convidativos



Conserva





A promotional advertisement for Bombril cleaning products. Three women, dressed in professional business suits and wearing glasses, stand behind a large collection of Bombril products. The woman on the left is gesturing with her hand, the woman in the center has her arms crossed, and the woman on the right is adjusting her glasses. The products displayed include various bottles of disinfectant (e.g., Pinho Bril, Para-Lixo), laundry detergent (e.g., Tanto, Ventagem), and other cleaning solutions. A large, stylized 'BOMBRIL' logo is visible in the background. The overall theme is modernity and efficiency, as suggested by the tagline and website address.

**BOMBRIL. OS PRODUTOS QUE EVOLUÍRAM COM AS MULHERES.**

[www.mulheresevoluidas.com.br](http://www.mulheresevoluidas.com.br)



# O Consumidor de SANEANTES do Novo Milênio

1- Não se interessa mais pelos Produtos Saneantes como as gerações anteriores de consumidores;

2- Não enxerga “glamour” em Produtos Saneantes e procura não se envolver nos processos de Limpeza e Manutenção do dia-a-dia.

-Desde a Segunda Guerra Mundial, a Mulher tomou progressivamente seu lugar no Mercado de Trabalho. Aos poucos foi deixando de ser valorizada na sociedade por realizar o trabalho doméstico.



# O Consumidor de SANEANTES do Novo Milênio

3- A dinâmica social e a composição do núcleo familiar vem mudando ao longo dos anos;

-Os casamentos mudaram seu formalismo, decaíram em número percentual e diminuíram sua duração média. Além disso, acontecem mais tarde na vida das pessoas.

-Os lares passam a ter menos crianças e menos ocupação durante a semana de trabalho.

-Cada vez menos gente prepara a principal refeição do dia em seus lares.

## O Consumidor de SANEANTES do Novo Milênio

4- Os custos do Serviço Doméstico vêm se elevando gradualmente em todo o mundo, acompanhando a elevação do PIB dos respectivos países.

-Mais cedo ou mais tarde o trabalho doméstico informal passa a envolver vínculos empregatícios que o encarecem importantemente. Em algum ponto dessa curva evolutiva a presença diária de trabalhadores domésticos deixa de ser possível e os envolvidos se ajustam a uma nova equação, onde se contratam serviços de faxina diarista periódicos (ao estilo “free-lancer”).



## O Consumidor de SANEANTES do Novo Milênio

-Sem tempo ou interesse maior além da necessidade de manutenção da higiene e do conforto, os responsáveis pelos lares passam a higienizar e manter seus ambientes e bens com a ajuda profissional periódica para limpezas mais pesadas, uma ou duas vezes por mês.

-A manutenção leve é feita de maneira Ad Hoc, com o uso da Mecanização crescente da Limpeza e do uso de PRODUTOS MAIS ELABORADOS, CONVENIENTES E CUSTO-EFETIVOS.



## TENDÊNCIAS EM FORMULAÇÕES SANEANTES (Household Cleansers, Laundry Care and Hard Surface Cleaners)

- 1- Produtos Concentrados;
- 2- Foco em Desempenho Superior, através de INGREDIENTES INOVADORES e mais sofisticados.
- 3- Ação específica contra sujeira e suave com o consumidor.
- 4- Maior busca de aspectos acolhedores e hedônicos.
- 5- Respeito ao Meio-Ambiente x Praticidade.



# Marketing da Inovação para SANEANTES

## ANÁLISE DE CASOS

## COLOCANDO O ASSUNTO EM PRATOS LIMPOS:

O mercado de Home Care no Brasil fechou 2013 valendo R\$ 17 bilhões! (Euromonitor 2014)

Cresceu 33,5% entre 2009 e 2013.

DISHWASHING cresceu 60% no mesmo período, chegando a R\$ 1,5 bilhões!

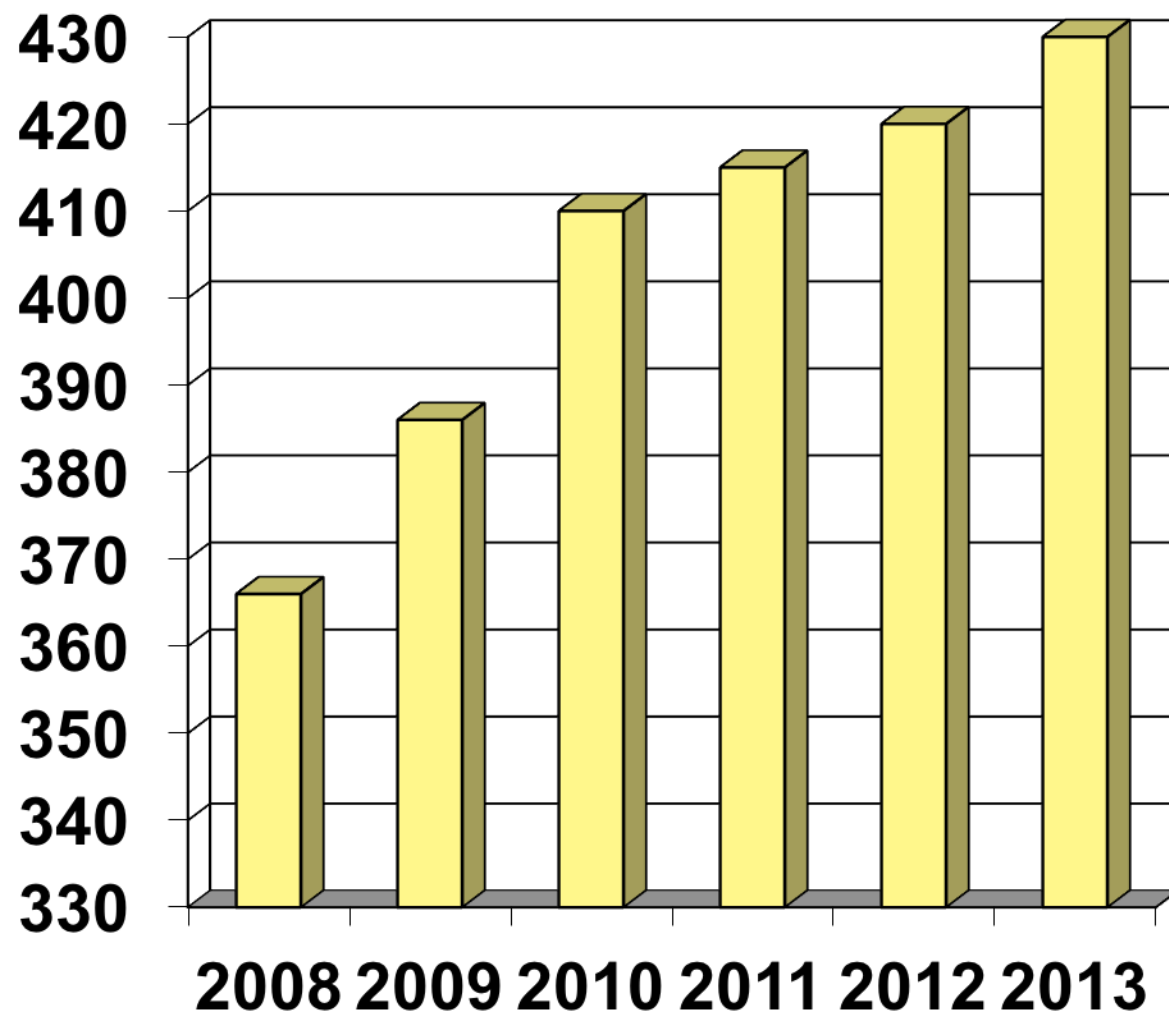
SURFACE CARE cresceu 41% chegando a R\$ 3,2 bilhões e

LAUNDRY CARE cresceu 33% chegando a R\$ 8,9 bilhões.



# Mercado de lava-louças

## Evolução de Volume - Brasil

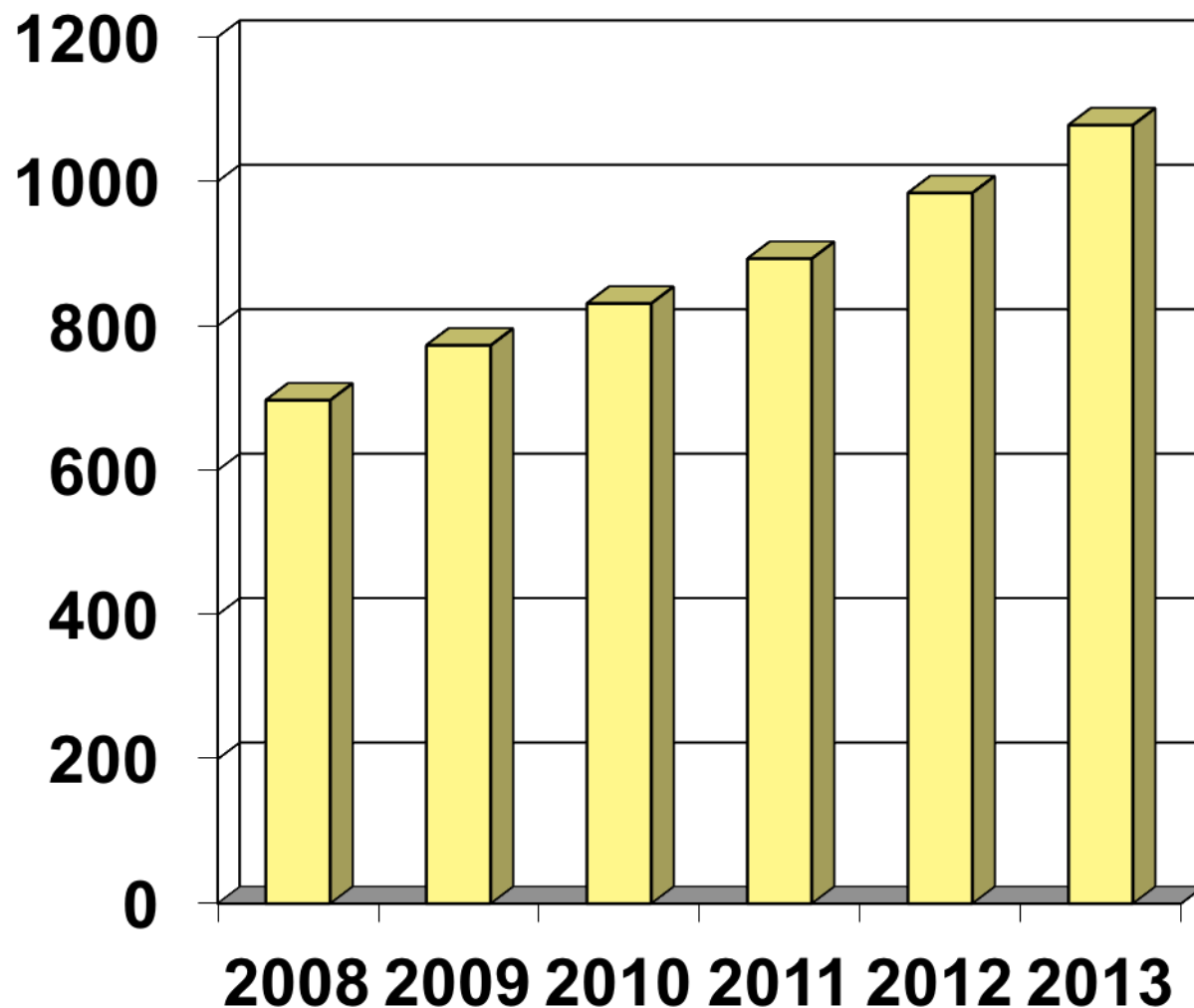


■ Milhões de Litros

Fonte: NIELSEN - ABIPLA: Fechamento 2013

# Mercado de lava-louças

## Evolução de Valor - Brasil



■ Milhões de  
Reais

Fonte: NIELSEN - ABIPLA: Fechamento 2013

Comparativo entre os mercados  
De lava-louças no BRASIL e nos  
ESTADOS UNIDOS.

Análise de  
Produtos Internacionais





# Mercado de lava-louças

Presença de Máq. Lava Louças		USA	Brasil
		66%	2%
Lava Louças Manual	Volume (l)	85 milhões	420 milhões
	Valor (milhões US\$)	509 milhões	510 milhões

Fonte: EUROMONITOR Fechamento 2013



## Mercado de lava-louças

O Mercado americano de produtos para LAVAGEM AUTOMÁTICA DE LOUÇAS tem valor anual ao redor de US\$ 700 milhões.

É liderado pela Procter & Gamble com a marca de tablets CASCADE, que detem 54% de Market Share.

Fonte: EUROMONITOR Fechamento 2013



## Mercado de lava-louças

O Mercado americano de produtos para LAVAGEM MANUAL DE LOUÇAS tem valor anual ao redor de US\$ 510 milhões.

É liderado pela Procter & Gamble. Sua principal marca é DAWN, com 54% de Market Share em valor. Além dessa, possui as marcas JOY, IVORY e GAIN, lançada em 2011.

Fonte: EUROMONITOR Fechamento 2013





## Mercado de lava-louças

GAIN é a marca premium que migrou do cuidado com as roupas para louças e apresentou um crescimento explosivo (mais de 70% em 2012) e já é a segunda maior em vendas com MS ao redor de 5% em valor.

Tem uma formulação e embalagem semelhantes à de DAWN e uma perfumação em linha com o produto para roupas.

# Mercado de lava-louças

## Lava-louças Líquido (Lavagem manual)

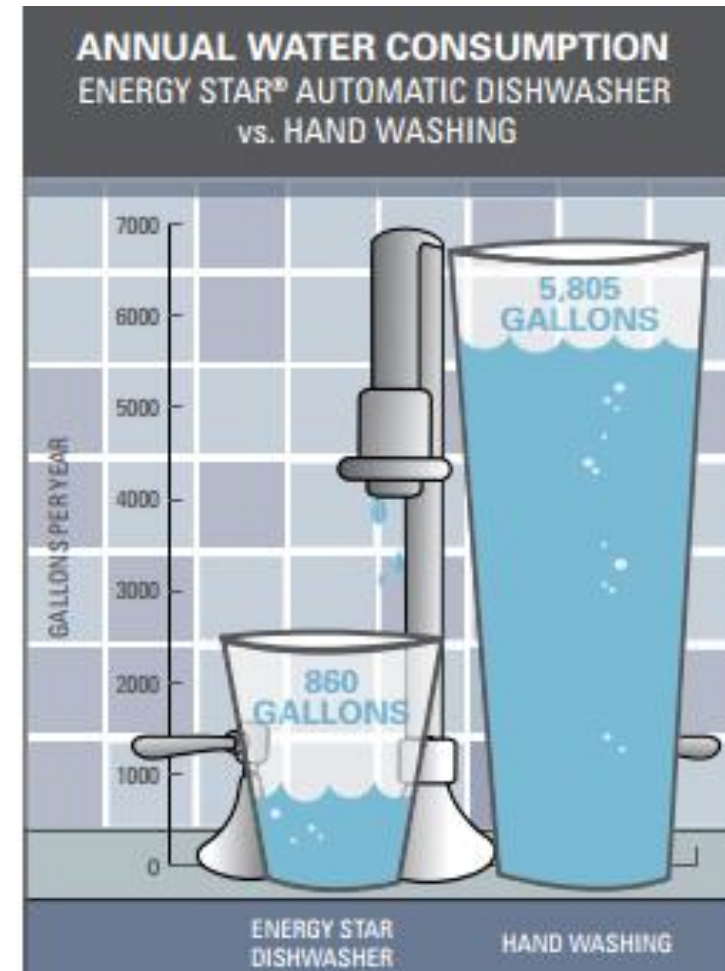
	<b>EUA</b>	<b>BRASIL</b>
<b>PREÇO MÉDIO POR 1l DE PRODUTO</b>	<b>US\$ 6,00</b>	<b>US\$ 1,20</b>
<b>MERCADO DE LÍQUIDOS VALOR (varejo)</b>	<b>US\$ 510 milhões</b>	<b>US\$ 503 milhões</b>

Fontes: EUROMONITOR - 2013  
NIELSEN - ABIPLA: Fechamento 2013

# Mercado de lava-louças

As razões para substituição da lavagem manual por automática:

- 1-Menor consumo de água potável;
- 2-Menor gasto com energia;
- 3-Praticidade;
- 4-Melhor aproveitamento do tempo.



Fonte: American Housing Survey, U.S. Census Bureau - 2011



## Mercado de lava-louças

O processo automático gera mais tempo para convicência em família!



Fonte: American Housing Survey, U.S. Census Bureau-2011



## Mercado de lava-louças

A lavagem manual não é abandonada. Ao contrário, é reservada para utensílios especiais (cristais, porcelanas com acabamento artesanal, talheres mais finos), em geral usados em momentos festivos entre a família e convidados.



Fonte: American Housing Survey, U.S. Census Bureau-2011



## Mercado de lava-louças

Como nesses momentos a lavagem é feita em geral sem o uso de luvas, a suavidade para as mãos e a ação germicida são muito valorizadas.



Fonte: American Housing Survey, U.S. Census Bureau-2011





# Mercado de lava-louças

Mesmo a empresa líder nesse mercado (P&G) acompanhou as inovações de seus principais competidores e fez seu primeiro lançamento em 40 anos (linha



Fonte: American Housing Survey, U.S. Census Bureau-2011

Ultra PALMOLIVE

Lava louças / Lava Mãos  
Concentrado

- *Bactericida*
- *Com Extratos de Laranja*
- *Duro (forte) com a gordura,  
suave com suas mãos*

ULTRA PALMOLIVE

COLGATE-PALMOLIVE–EUA

2.660 ml – US\$ 20.00 (US\$ 7,52 / litro)



**Palmolive®**  
**Antibacterial** HAND SOAP

Drug Facts	
Active ingredient	Purpose
Triclosan 0.12%	Antibacterial

**Use** fights germs on hands when used as a hand soap

**Warnings**  
 For external use only

When using this product, avoid contact with eyes. In case of eye contact, flush with water.  
 Keep out of reach of children. If swallowed, get medical help or contact a Poison Control Center right away.

**Directions** wash hands and rinse

**Inactive ingredients** water, ammonium C12-15 pareth sulfate, SD alcohol 3-A, lauramidopropylamine oxide, sodium chloride, magnesium sulfate, fragrance, poloxamer 124, pentasodium pentetate, DMDM hydantoin, sodium bisulfite, D&C orange no. 4

**Questions? Comments?** Call 1-800-338-8388

Do not use with chlorine bleach to avoid irritating fumes.  
 Do not use in automatic dishwashers.

**PHOSPHATE FREE** Dist. by:

**EXP 0612**  
**0173US780801**

**COLGATE-PALMOLIVE COMPANY**  
 New York, NY 10022 Made in U.S.A.  
[www.palmolive.com](http://www.palmolive.com)



Sabonete Líquido  
 para lavar louças e  
 cuidar das mãos,  
 com ação  
 bactericida.





Enriquecido com extratos naturais de laranja, o lava-louças / sabonete líquido para as mãos tem o perfume cítrico que melhora a sua experiência ao lavar a louça.



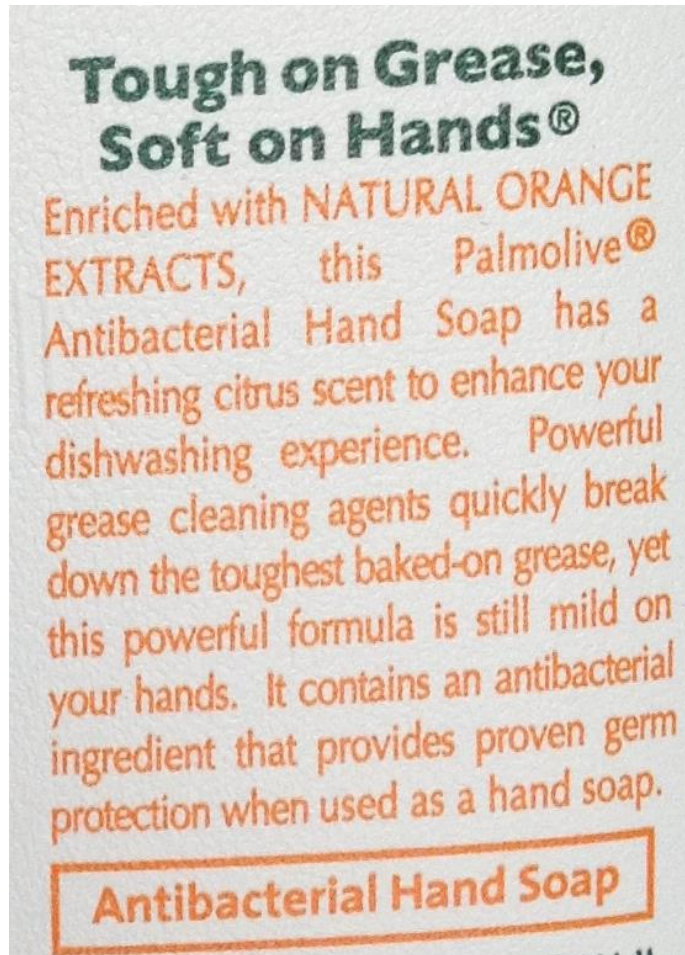
**Tough on Grease,  
Soft on Hands®**

Enriched with NATURAL ORANGE EXTRACTS, this Palmolive® Antibacterial Hand Soap has a refreshing citrus scent to enhance your dishwashing experience. Powerful grease cleaning agents quickly break down the toughest baked-on grease, yet this powerful formula is still mild on your hands. It contains an antibacterial ingredient that provides proven germ protection when used as a hand soap.

**Antibacterial Hand Soap**

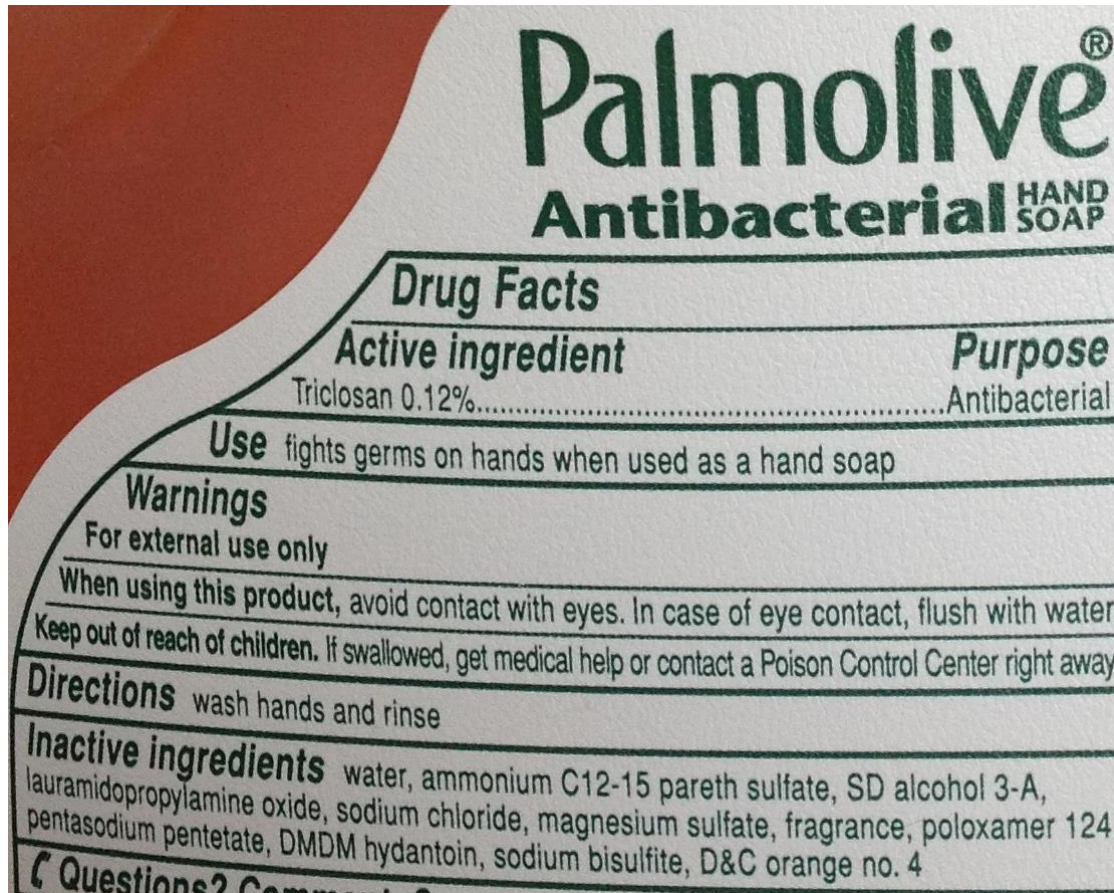


Poderosos agentes de limpeza e desengordurantes destroem rapidamente mesmo a sujeira mais difícil enquanto sua fórmula se mostra suave com suas mãos.



A poderosa fórmula combate até a gordura queimada e contém um agente bactericida que promove uma proteção contra germes quando usado como sabonete líquido para as mãos.





Ingrediente Bactericida:

**TRICLOSAN 0,12%**



- Não misturar com alvejantes clorados para evitar vapores irritantes
- Não usar em lava-louças automáticas



# Líquido Lava-mãos / Lava Louças ANTI-BACTERIANO Ultra Concentrado

- Perfume de Flor de Maçã*
- DAWN ajuda a salvar a vida selvagem*

DAWN - P&G – EUA  
709 ml – US\$ 5.60 (US\$ 7,90 / litro)





- Para lavar as mãos e diminuir a presença de bactérias na pele
- Não misturar alvejantes
- Não usar em lavadoras automáticas
- Não Contém FOSFATOS





Ingrediente Bactericida:

**TRICLOSAN**  
**0,10%**

Ingredientes Tensoativos:

Lauril Sulfato de Sódio

Lauril Ether Sulfato de Sódio

Óxido de Amina



# Líquido Lava-louças / Com Beleza de OLAY Renova as Mãos Ultra Concentrado

*-Perfume de “explosão de romã”*

DAWN - P&G – EUA  
887 ml – US\$ 5.32 (US\$ 6,00 / litro)





*-Melhora o aspecto e a  
sensação nas mãos em  
5 usos!*



- Não misturar alvejantes
- Não usar em lavadoras automáticas
- DAWN contém enzimas e surfactantes bio-degradáveis
- Não Contém FOSFATOS
- Manter fora do alcance de crianças



Questions?/¿Preguntas?

Call toll-free/Llame gratis al

1-800-725-3296

Visit/Visite [www.dawn-dish.com](http://www.dawn-dish.com) and/y

[www.homemadesimple.com](http://www.homemadesimple.com)

Do not add bleach. Not for use in dishwashers.

No añada blanqueador. No debe usarse en lavaplatos automáticos.

Dawn contains enzymes and biodegradable surfactants.

**Contains no phosphate.**

Dawn contiene enzimas y surfactantes biodegradables.

**No contiene fósforo.**

**Keep out of reach of children.** If Dawn gets in eyes, rinse thoroughly with water. If swallowed, drink a glass of water to dilute.

**Mantenga fuera del alcance de los niños.** Si Dawn entra en contacto con los ojos, enjuáguelos bien con agua. En caso de ingestión, beba un vaso de agua para diluir el producto.

**INGREDIENTS:** WATER, SODIUM LAURYL SULFATE, LAURAMINE OXIDE, SODIUM LAURETH SULFATE, PPG-26, SODIUM CHLORIDE, PEG-8 PROPYLHEPTYL ETHER, PHENOXYETHANOL, STYRENE/ACRYLATES COPOLYMER, METHYLISOTHIAZOLINONE, PROTEASE, FRAGRANCE, YELLOW 5, RED 33.

**INGREDIENTES:** AGUA, LAURISULFATO DE SODIO, ÓXIDO DE LAURAMINA, LAURETSULFATO DE SODIO, PPG-26, CLORURO DE SODIO, ÉTER PROPILÉPTILO PEG-8, FENOXIETANOL, COPOLÍMERO DE ESTIRENO/ACRILATOS, METILISOTIAZOLINONA, PROTEASA, FRAGANCIA, AMARILLO 5, ROJO 33.

Distr. by/por **PROCTER & GAMBLE,**  
**CINCINNATI, OH 45202.**

©2011 P&G

99800877



## Ingredientes Tensoativos:

Lauril Sulfato de Sódio

Lauril Ether Sulfato de Sódio

Óxido de Amina

**INGREDIENTES:** AGUA, LAURISULFATO DE SODIO, ÓXIDO DE LAURAMINA, LAURETSULFATO DE SODIO, PPG-26, CLORURO DE SODIO, ÉTER PROPILÉPTILO PEG-8, FENOXIETANOL, COPOLÍMERO DE ESTIRENO/ACRILATOS, METILISOTIAZOLINONA, PROTEASA, FRAGANCIA, AMARILLO 5, ROJO 33.



Produtos  
Concentrados  
Aumentam sua  
participação  
acompanhando o  
PIB em toda América  
Latina  
(ex. México / 2016)









## Tecnología Acti Sense

Sistema de perfumación mediante el cual los componentes de su fragancia\*\* son capaces de estimular la energía de tu cuerpo y mente.

### ALTO RENDIMIENTO

1 Botella Rinde para  
más de 1,200 platos

Diluya 1 cucharada (10 mL)  
en 500 mL de agua

**GRASA DIFÍCIL:** Aplique unas gotas  
directamente en la esponja.

DESCUBRE LA NUEVA  
EXPERIENCIA DE LAVAR  
LOS TRASTES



Vive tu  
#MomentoEficaz®

¿DUDAS O COMENTARIOS?

[www.alen.com.mx](http://www.alen.com.mx)  
[www.eficaz.com.mx](http://www.eficaz.com.mx)

01-800-83-433-00

TENGA EL PRODUCTO A LA MANO



## PRECAUCIONES

NO SE DEJE AL ALCANCE DE LOS NIÑOS

Si tiene piel sensible use guantes

En caso de contacto directo con piel u ojos, lávese con abundante agua por lo menos

15 minutos. En caso de ingerir este producto llame al médico y aporte esta etiqueta.

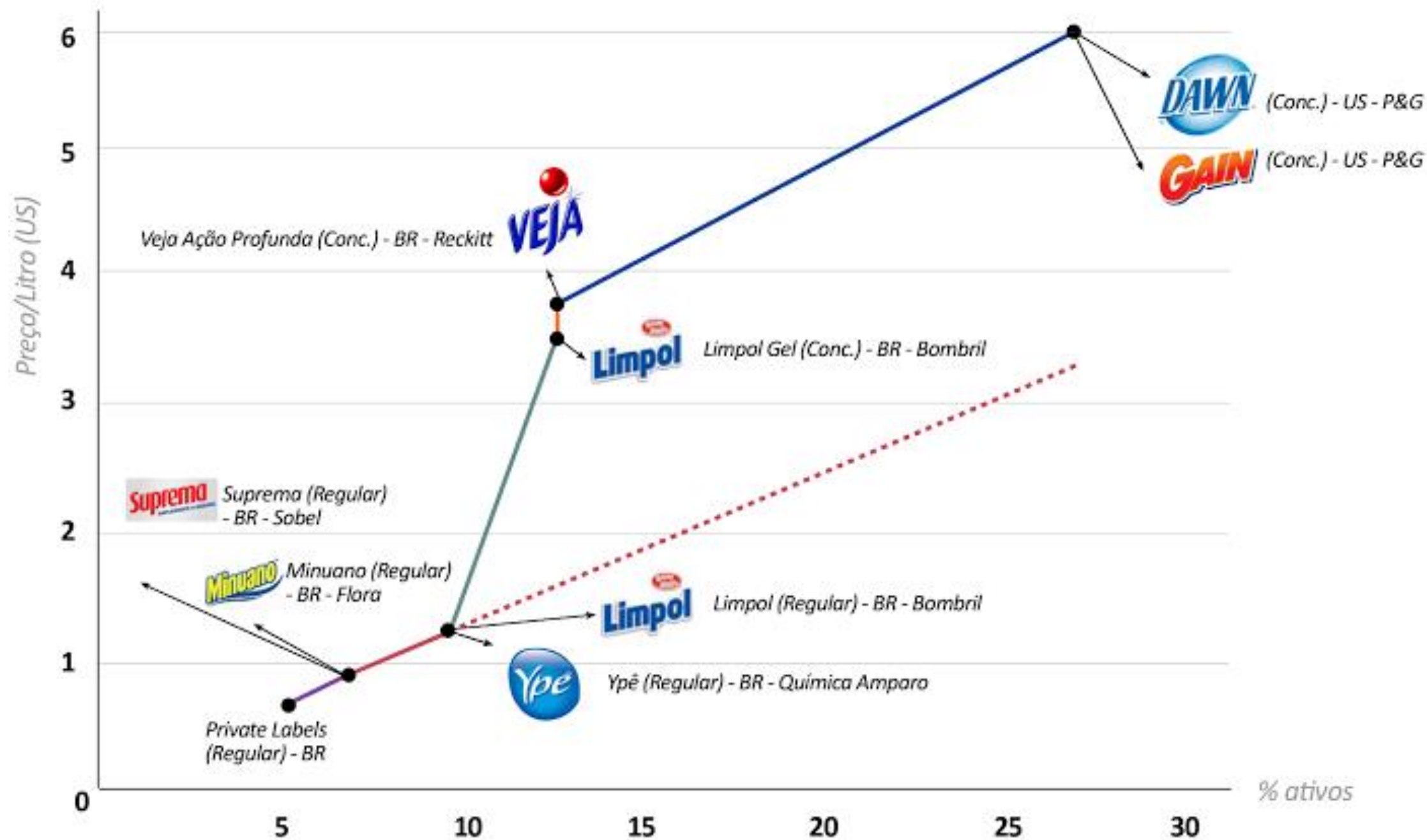
Ingredientes: Agua, tensoactivos aniónicos y no iónicos, perfume (extracto de zumo de limón, aceites esenciales de romero y eucalipto), conservador y colorante. Fabricado y distribuido por: ALLEN DEL NORTE, S.A. DE C.V. bajo licencia de INDUSTRIAS ALLEN, S.A. DE C.V. ambas con domicilio en Blvd. Díaz Ordaz No. 1000, Col. Los Treviño C.P. 66150 en Santa Catarina, N.L., México. Etiquetado para su venta en México. HECHO EN MÉXICO

\*comparado vs otros lavatrastes del mercado

\*contiene extracto de zumo de limón, aceites esenciales de romero y eucalipto











**VEJA**

Novo Veja Detergente Ação Profunda.  
Descubra o máximo poder desengordurante.

**Rende por 4**

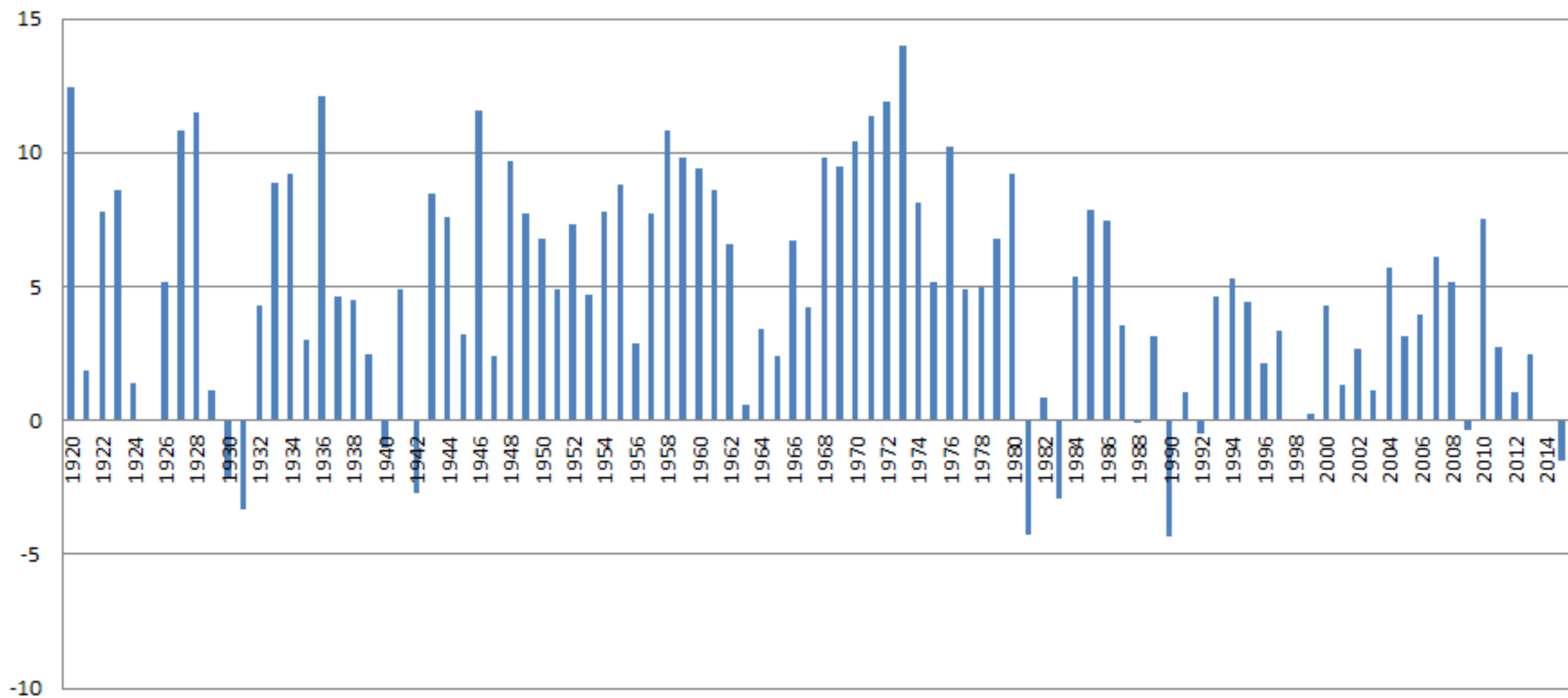
Só louça 100% livre de gordura  
faz o som da limpeza.  
Faça o teste e comprove.

Esqueça os detergentes que você conhece. O novo detergente Veja Ação Profunda tem o máximo poder desengordurante, que rende por 4 detergentes comuns.



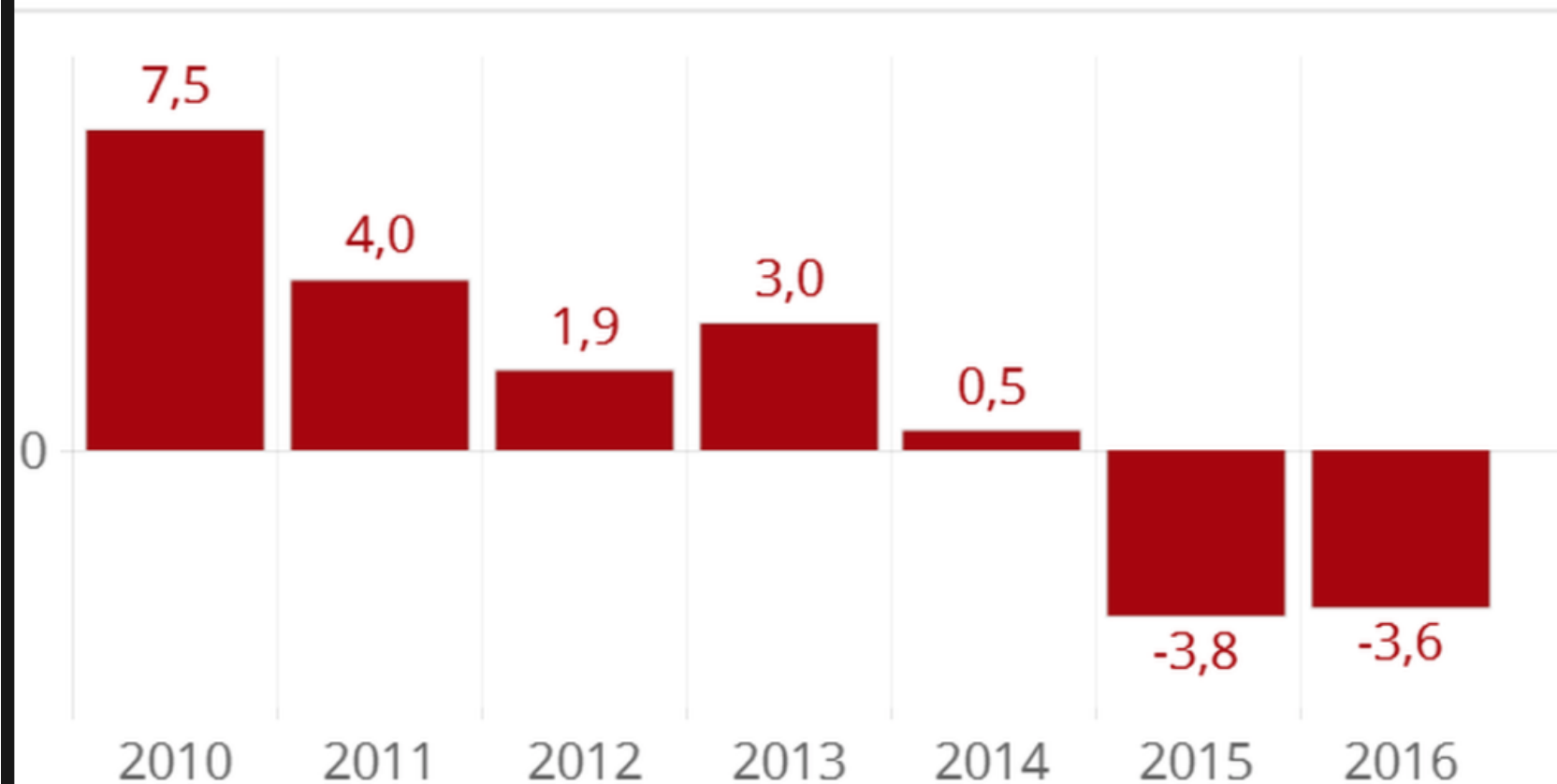


## 100 anos de crescimento do PIB no Brasil (%)



# Evolução do PIB

Ano a ano, em %



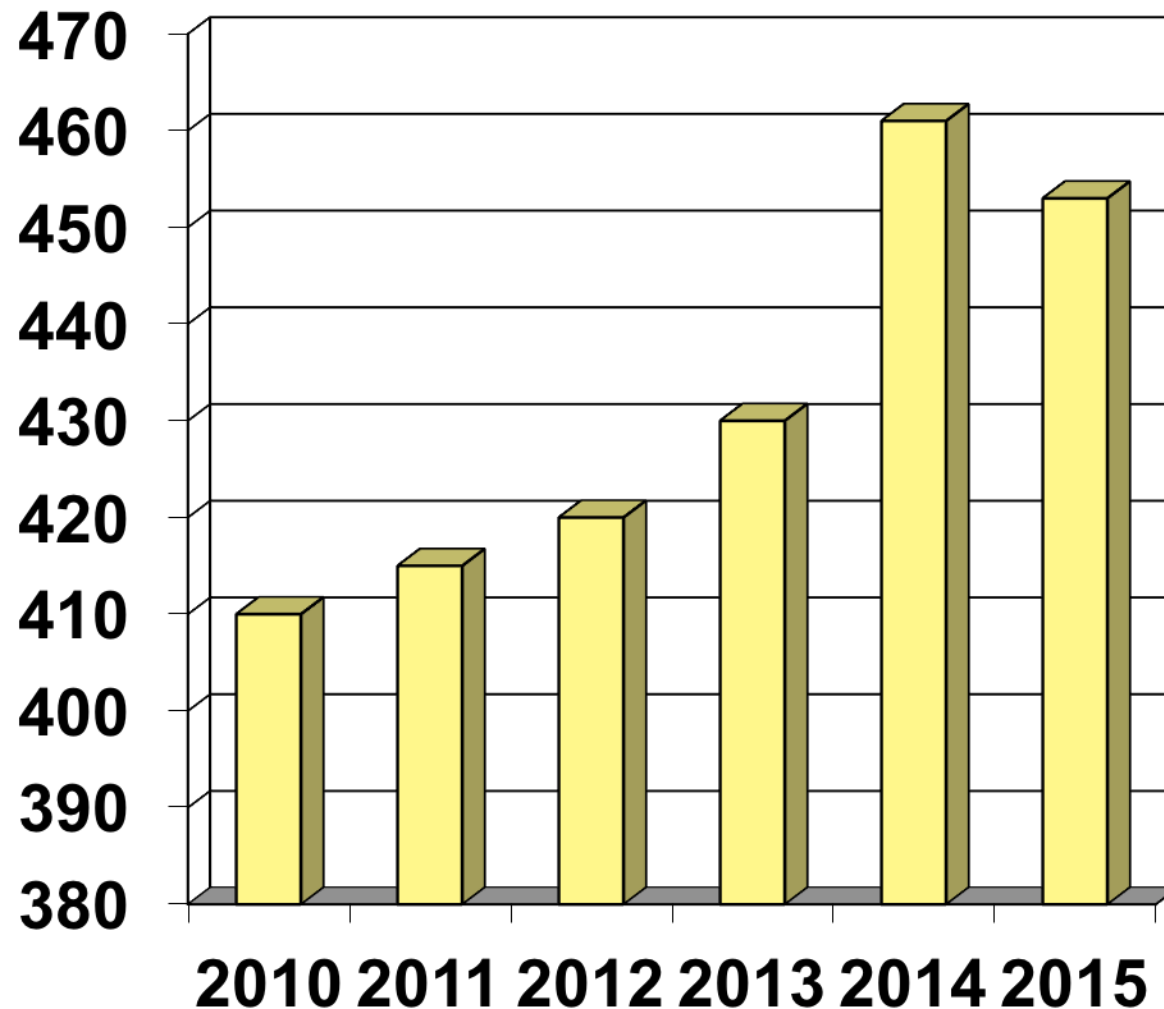
FONTE: IBGE



Infográfico elaborado em: 07/03/2017

# Mercado de lava-louças

## Evolução de Volume - Brasil



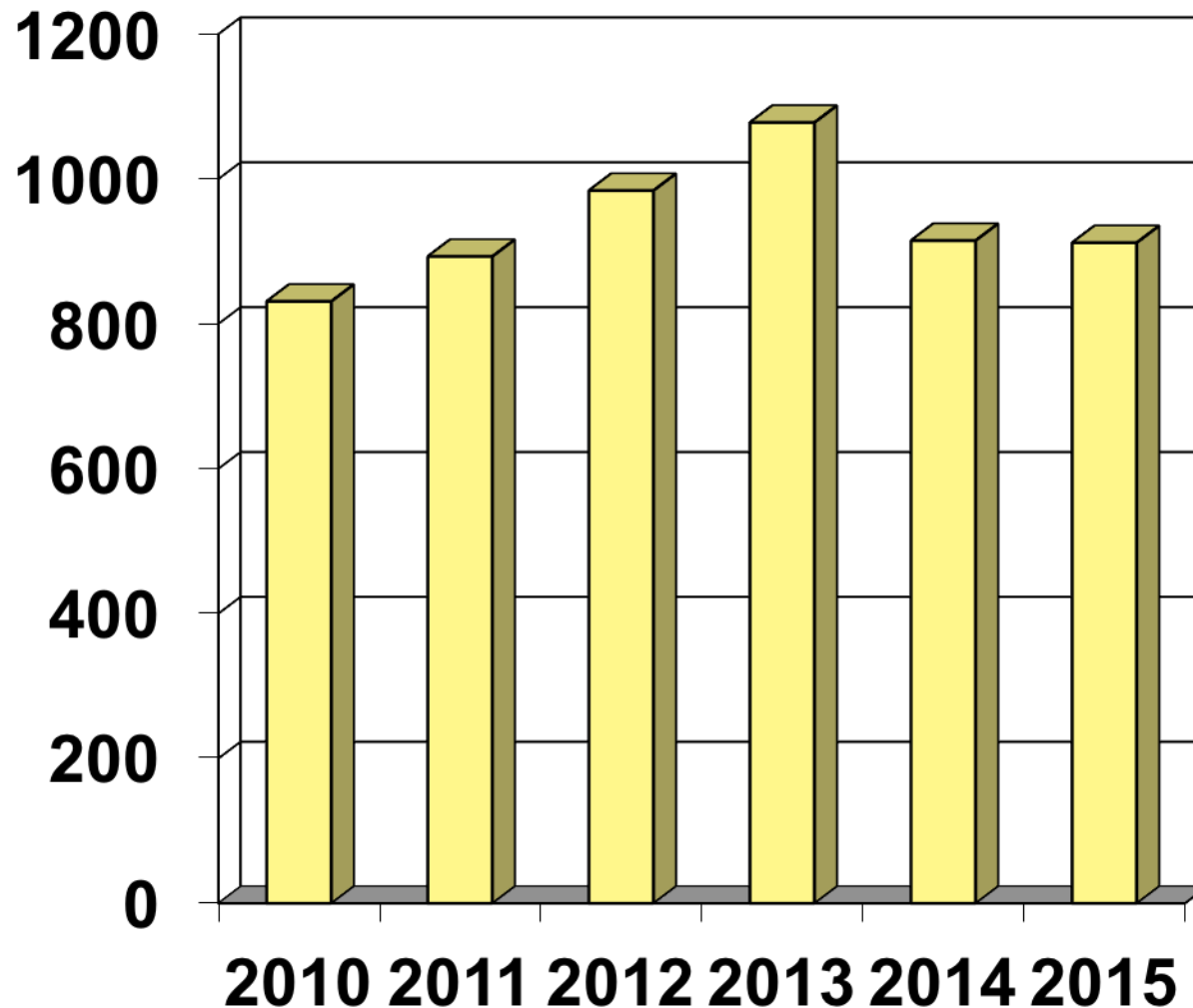
■ Milhões de Litros

Fonte: NIELSEN - ABIPLA: Fechamento 2015



# Mercado de lava-louças

## Evolução de Valor - Brasil



■ Milhões de  
Reais

Fonte: NIELSEN - ABIPLA: Fechamento 2015

# O Mercado de Laundry Detergents & Laundry Care



## LAUNDRY PRODUCTS (Euromonitor 2016)

1- Produtos Lava- Roupas cresceram 33% em 5 anos fechando 2013 com R\$ 8,9 Bilhões;

2- Os detergentes em pó têm 77,7% MS em 2013; Subiu a 78% MS em 2014 e se manteve assim em 2015.

3- Os detergentes Líquidos Regulares têm 9,6% do mercado em 2013;

4- Em 2014 os Líquidos atingiram 12.0% do Mercado Total e esse percentual permaneceu inalterado em 2015.

Os líquidos concentrados têm 3,8% em 2013. Em 2015 esse valor voltou a 1.7%. A Categoria de Det. Líquidos perdeu 1% em valor, terminando 2015 com 12% do valor.





LAUNDRY AIDS PRODUCTS  
Representam uma categoria  
de crescente interesse dos  
grandes fabricantes.



Ações da concorrência força líder nesse mercado a investir mais em promoção.







**FABRIC SOFTENERS** Euromonitor 2014  
Movimento de crescimento das  
variantes concentradas entre 2012  
e 2013: 128%!



Os consumidores formadores de opinião estão aderindo à mudança.





Os fabricantes  
estão ensinando as  
vantagens de uso  
de amaciantes  
concentrados aos  
seus consumidores  
e usuários.





**Agora com uma dose extra de perfume**

2 litros

CONSERVE FORA DO ALCANCE DAS CRIANÇAS

f /Mundo de Comfort  
www.comfort.com.br

**CONCENTRADO**  
RENDE IGUAL A 8L\*  
**+ econômico**

88 lavagens  
NÃO PRECISA DILUIR

CONSERVE FORA DO ALCANCE DAS CRIANÇAS  
LEIA ATENTAMENTE O RÓTULO ANTES DE USAR O PRODUTO

**Comfort**  
Concentrado original

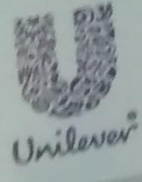
2L

amaciante de roupas



FAB 05/14  
L UOF 14 0029 508

COMFORT CLASSIC PROTEGE AS FIBRAS DO DESGASTE NATURAL DO USO E DEIXA SUAS ROUPAS COM UM PERFUME SUAVE E DURADOURO.  
MODO DE USAR: APÓS A LAVAGEM COMPLETA, FAÇA MAIS UM ENXÁGUE, NO TANQUE OU NA MÁQUINA, E ADICIONE DUAS TAMPAS OU 1/4  
COPPO AMERICANO (90 ml) DE AMACIANTE PREVIAMENTE DILUÍDO EM ÁGUA. TORÇA OU CENTRIFUGUE E COLOQUE PARA SECAR.  
IMPORTANTE: SIGA AS INSTRUÇÕES DE LAVAGEM DAS ROUPAS. HINCA DESPEJE O AMACIANTE DIRETAMENTE SOBRE ELAS E USE A  
DOSAGEM RECOMENDADA PARA NÃO MANCHILAS. AMACIANTES DE ROUPAS EM GERAL NÃO SÃO ADEQUADOS PARA USO EM ROUPAS DE  
SEDA E CORDO. EMERGENCIAS TOXICOLÓGICAS: 0800 7010450. ATENÇÃO: CONSERVE FORA DO ALCANCE DAS CRIANÇAS E DOS  
ANIMAIS DOMÉSTICOS. NÃO INGERIR. EVITE A INALAÇÃO OU ASPIRAÇÃO, CONTATO COM OS OLHOS, CONTATO COM  
PELE. LAVAR COM BASTANTE ÁGUA CORRENTE OS OBJETOS E UTENSÍLIOS UTILIZADOS COMO MEDIDA ANTES DE  
REUTILIZÁ-LOS. EM CASO DE CONTATO COM OS OLHOS, LAVAR IMEDIATAMENTE COM ÁGUA EM ABUNDÂNCIA. EM CASO DE INGESTÃO, NÃO  
PROVOQUE VÔMITO E CONSULTE IMEDIATAMENTE O CENTRO DE INTOXICAÇÕES OU O MÉDICO, LEVANDO O RÓTULO DO PRODUTO.  
MANTENHA O PRODUTO EM SUA EMBALAGEM ORIGINAL E NÃO REUTILIZE A EMBALAGEM VAZIA. COMPOSIÇÃO: CLORETO DE DIALCOIL  
QUATERNÁRIO, COADJUVANTES, FRAGRÂNCIAS, 1,2 BENZOTIAZOLIN-5-ONA, CORANTE, ACIDIFICANTE E ÁGUA. FABRICADO POR V.  
UNILEVER BRASIL INDUSTRIAL LTDA. - AV. DAS INDUSTRIAS, 315 - DISTrito INDUSTRIAL - VINHEDO - SP  
CNPJ 13.280.000 - CNPJ 01.615.814/0004-87 OU FABRICADO POR V. UNILEVER BRASIL INDUSTRIAL  
LTDA. - RODOVIA PI 60, KM 12, BLOCO A, PARTE 2 - INDÚSTRIA - PERAMBURO - SP - 55.590-000 -  
CNPJ 01.615.814/0004-00 - INDÚSTRIA BRASILEIRA - AUTOREL/MG 3.07.066-7 - PRODUTO SANEANTE  
NOTIFICADO NA ANVISA, Nº 7535148134270164, VÁLIDO POR 24 MESES A PARTIR DA  
DATA DE FABRICAÇÃO - DATA DE FABRICAÇÃO (MÊS/ANO)/ LOTE - VERIFICAR A EMBALAGEM  
DO PRODUTO.



**Guarde essa embalagem e ajude o seu bolso e o meio ambiente! Esse produto possui refil.**





Curta a deliciosa sensação  
de frescor de **Comfort**  
**Concentrado!** Suas exclusivas  
cápsulas liberam uma  
explosão de perfume quando  
você se mexe, deixando  
suas roupas perfumadas  
por muito tempo\*\*.

ATÉ AQUI



MÁQUINA  
CHEIA \*\*\*

<sup>2</sup>/3 da tampinha (22,5 ml) é o ideal. Despeje o produto diretamente  
na água, no último enxágue ou no compartimento da máquina.

ROUPAS PERFUMADAS P  
**RENDE**  
IGUAL A 4



CONSERVE FORA D









A clear glass bottle of Downy perfume with a silver cap and a label featuring the Downy logo and a floral design.

VISTA-SE DE PERFUME  
O DIA TODO.

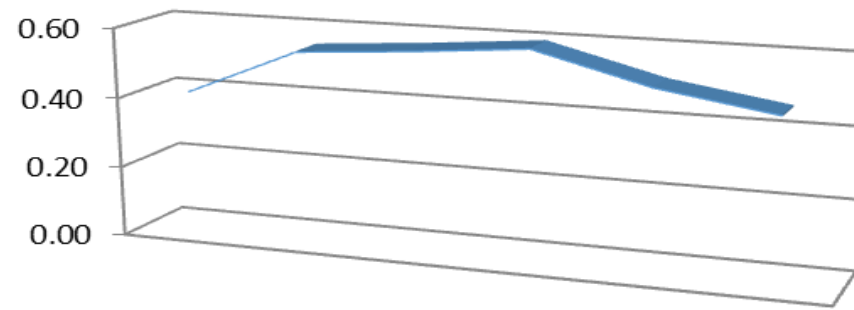
SINTA  
4X MAIS  
PERFUME\*

The Downy logo in its characteristic red script font with a blue outline.

COM APENAS  
MEIA TAMPINHA

A small icon showing a rectangular cap with a dashed line across its middle, representing half a cap.

R\$ / US\$



Crescimento Anual por categoria (value	2008 a 2009	2009 a 2010	2010 a 2011	2011 a 2012	2012 a 2013
Laundry Powders	2,6%	7,4%	6,3%	4,75%	5,71%
Regular Laundry Liquids	172,0%	106,0%	101,5%	81,1%	48,6%
Concentrated Laundry Liquids	NA	NA	217,1%	175,6%	112,7%









Llevamos la familia

*Coca-Cola*

a la puerta  
de tu hogar

Llamanos al  
01 777 329 5650

HAZ DEPORTE. HOLA 01800-224 4455  
B.E. © The Coca-Cola Company 2014. COCA-COLA, COCA-COLA LIGHT, FUETE Y FUETE 0.5 & FUETE LIGHT son  
marcas registradas de The Coca-Cola Company. un producto de The Coca-Cola Company  
LA LECHE ES FUENTE DE CALCIO. SANTA CLARA es una marca registrada.

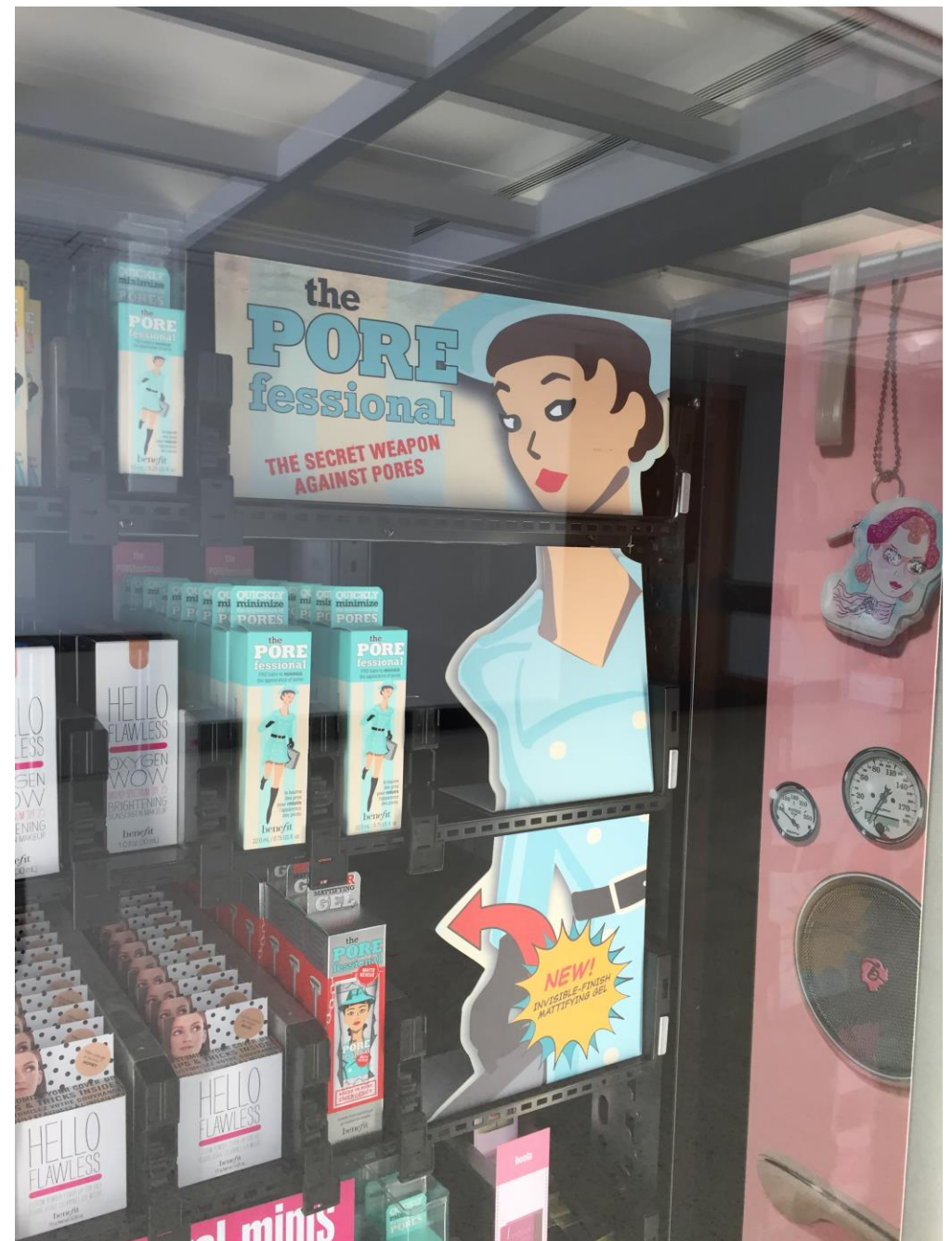


*Coca-Cola*















# Aeroporto de Los Angeles - California - USA







# TENDÊNCIAS EM FORMULAÇÕES SANEANTES

(Household Cleansers, Laundry Care and Hard Surface Cleaners)

1- Produtos Concentrados;

2- Foco em Desempenho Superior, através de  
INGREDIENTES INOVADORES e mais sofisticados.

3- Ação específica contra sujeira e suave com o  
consumidor.

4- Maior busca de aspectos acolhedores e hedônicos.

5- Respeito ao Meio-Ambiente x Praticidade.

[jeffsantos@globo.com](mailto:jeffsantos@globo.com)

Professor MBA Jefferson Santos