

Marketing da Inovação para SANEANTES SUSTANÁVEIS

Professor MBA Jefferson Santos

Marketing da Inovação para SANEANTES
SANEAMENTO BÁSICO SUSTENTÁVEL

Novos Apelos frente aos
Novos Comportamentos de Consumo



NESCAFÉ
Alegria®







INSISTA NA

MARCA MOÇA

A small black and white illustration of a woman in traditional Portuguese clothing, including a headscarf and a dark dress with a white apron, holding a tray.

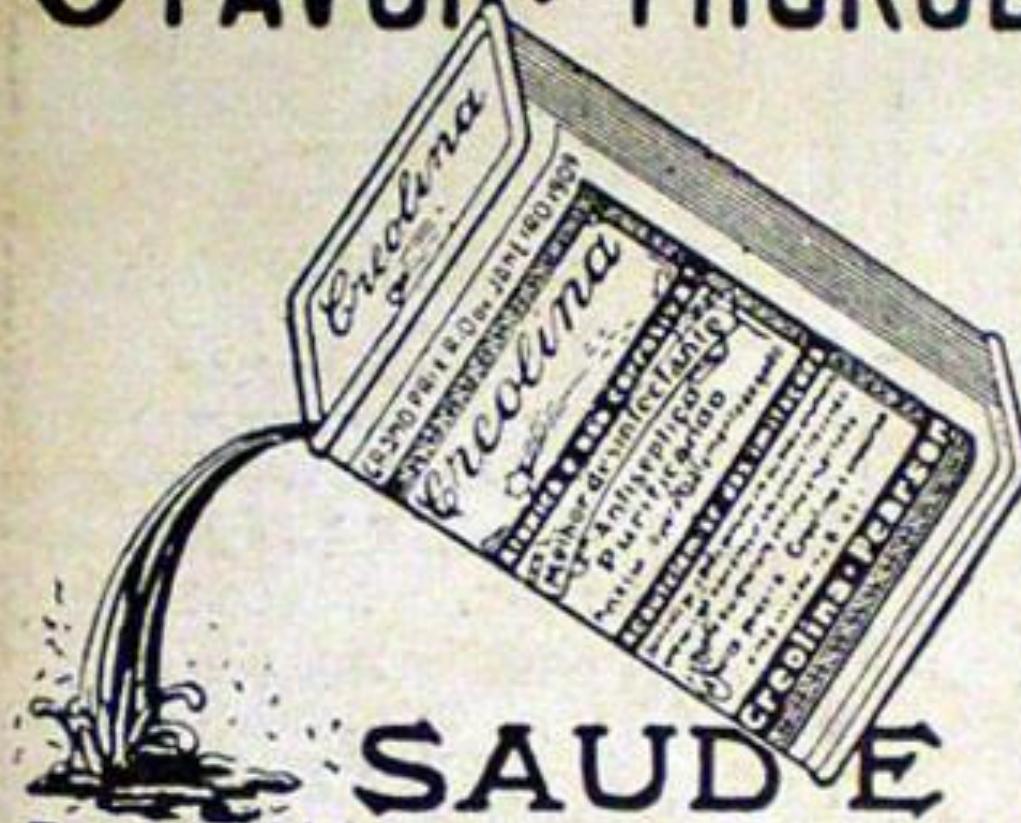
PARA TER O MELHOR
LEITE CONDENSADO

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





O PAVOR ^{DOS} MICROBIOS



SAUDE

Para o VOSSO LAR, REBANHOS, CAES E
GALLINHEIROS, etc. So 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 "MÓLHO SUPER-ESPUMOSO"

SIM ! EU JÁ ADOTEI RINSO !
diz Dona **Sabino**, dona de casa — E dona-mãe da **Alceste** — 5 anos

VEJA COMO É FÁCIL :

| | | |
|--|---|---|
| PONTO DE MOÇO Ponho a máquina RINSO em ponto de moço, é só colocar o que vai lavar e é só lavar! Depois pôr no "Mólho Super-Espumoso" em quantidade, e é só lavar de novo! É isso, só isso e a roupa está pronta para secar! | DIA/CIMA ESPUMOSO Dá o dia/cima RINSO direto no "Mólho Super-Espumoso" que é só lavar! Depois pôr no "Mólho Super-Espumoso" e é só lavar de novo! É isso, só isso e a roupa está pronta para secar! | PERFUM NO MÁXIMO Dá o perfume direto no "Mólho Super-Espumoso" que é só lavar! Depois pôr no "Mólho Super-Espumoso" e é só lavar de novo! É isso, só isso e a roupa está pronta para secar! |
|--|---|---|

E NÃO CUSTA MAIS
QUE O SABÃO COMUM !

MAIS
UM BOM
PRODUTO
LEVER

Sóme do trator as
mudanças, só se
curte, pagando de
RINSO, lava todo
tempo quanto 7 pa-
drões de 100 grs.
de sabão comum.

*AGORA, lavo
sem sabão!*

A alvura que só OMO dá—

*- torna
o sabão
antiquado!*

É miraculosa — a potência de limpeza de OMO !



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

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 alta, muito mais limpa.



**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**

Imagine a espuma tão macilenta quanto a do Omo, e agite. A sua roupa se instantaneamente escova. O que é que isso prova? Que a sujeira passa imediatamente do tecido para a água. Enfim, com Omo não é preciso esfregar. Sem esfregar colherá a sua roupa será radiantemente branca. Ela tem a branqueza Omo.

TAMANHO GRANDE 8100
TAMANHO NORMAL 4550

Omo para todos os lavados, mesmo as mais delicadas que se lavam 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
sujeitade 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!

a favor de panelas mais limpas.

você está passeata a favor de odd.

Recadoço: ontem V. foi derrotada pela gordura. Chega de opressão! Use ODD!

Quando V. lava as panelas com outros detergente, o água demora a escorrer e as panelas ficam amarradas. Mas quando você lava com ODD as panelas secam rapidamente e ficam com brilho luminoso. E é prova de que ODD é a sua melhor arme de limpeza. E suas mãos ficam macias e hidratadas.

gordura não, odd sim!

guerrilhas contra a sujeira.

A SENHA É ODD

odd

Uma produto Orniex

O Primeiro
Detergente
Lava-Louças
Líquido do
Mercado
brasileiro!

Para abrir levante e puxe

DESCONTO 0,60

detergente

odd

limpa-desengordura-dá brilho

orniex - Indústria Brasileira
Lic. E.N.F.M.F. n.º GI-19/76
Quim. Resp.: J.J.A. Locoselli

CONTEÚDO 750 ml

RENDE-MAIS

Proc.CRQHV-n3033 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, lava 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 rica.

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



- 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, lava 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 rica.

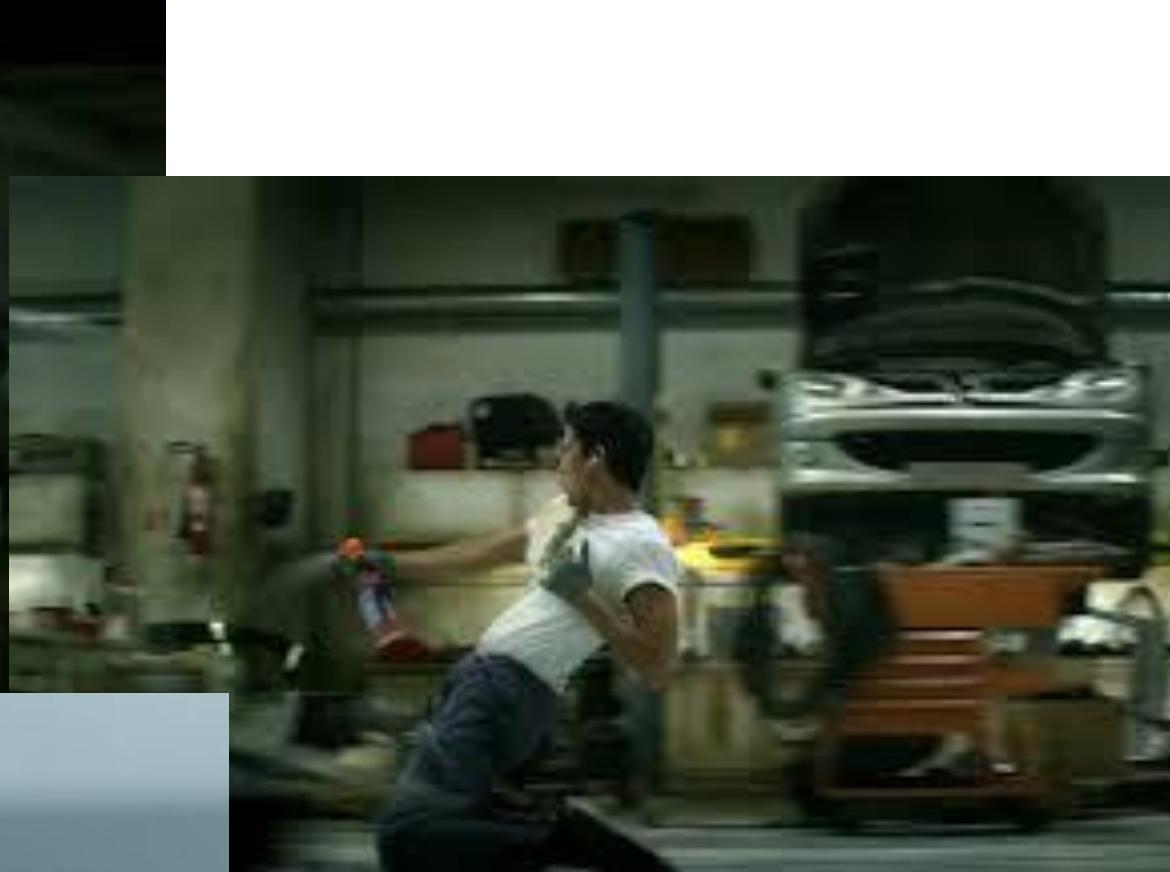
Para todas as aplicações de limpeza, exija o legítimo Bom Bril, com o rótulo vermelho!





BOMBRIL. OS PRODUTOS QUE EVOLUÍRAM COM AS MULHERES.

www.mulheresrevolucionadas.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
SANEAMENTO BÁSICO SUSTENTÁVEL

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.

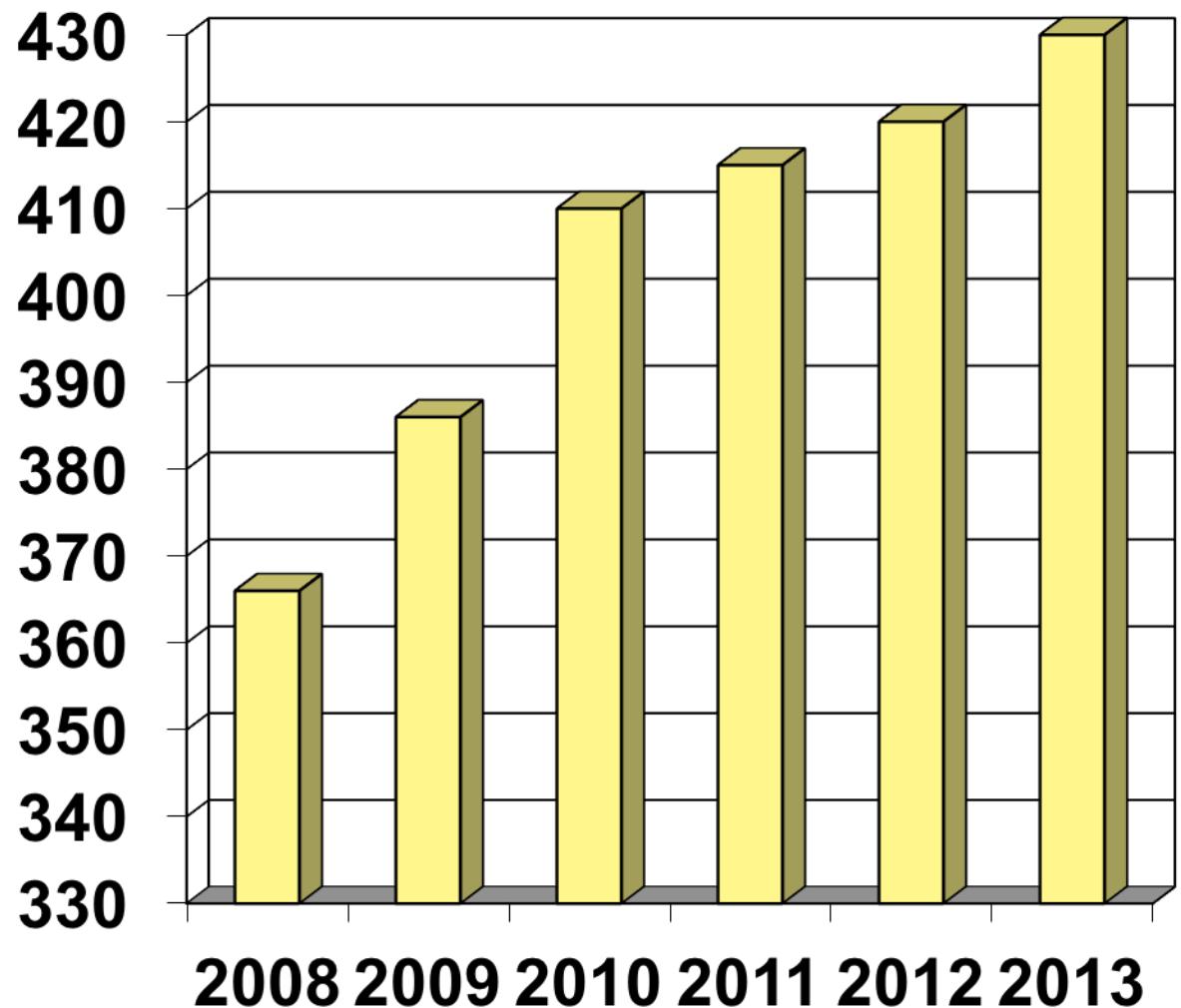
DISHWASHING cresceu 60% no mesmo período, chegando a R\$ 1,5 bilhões!

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

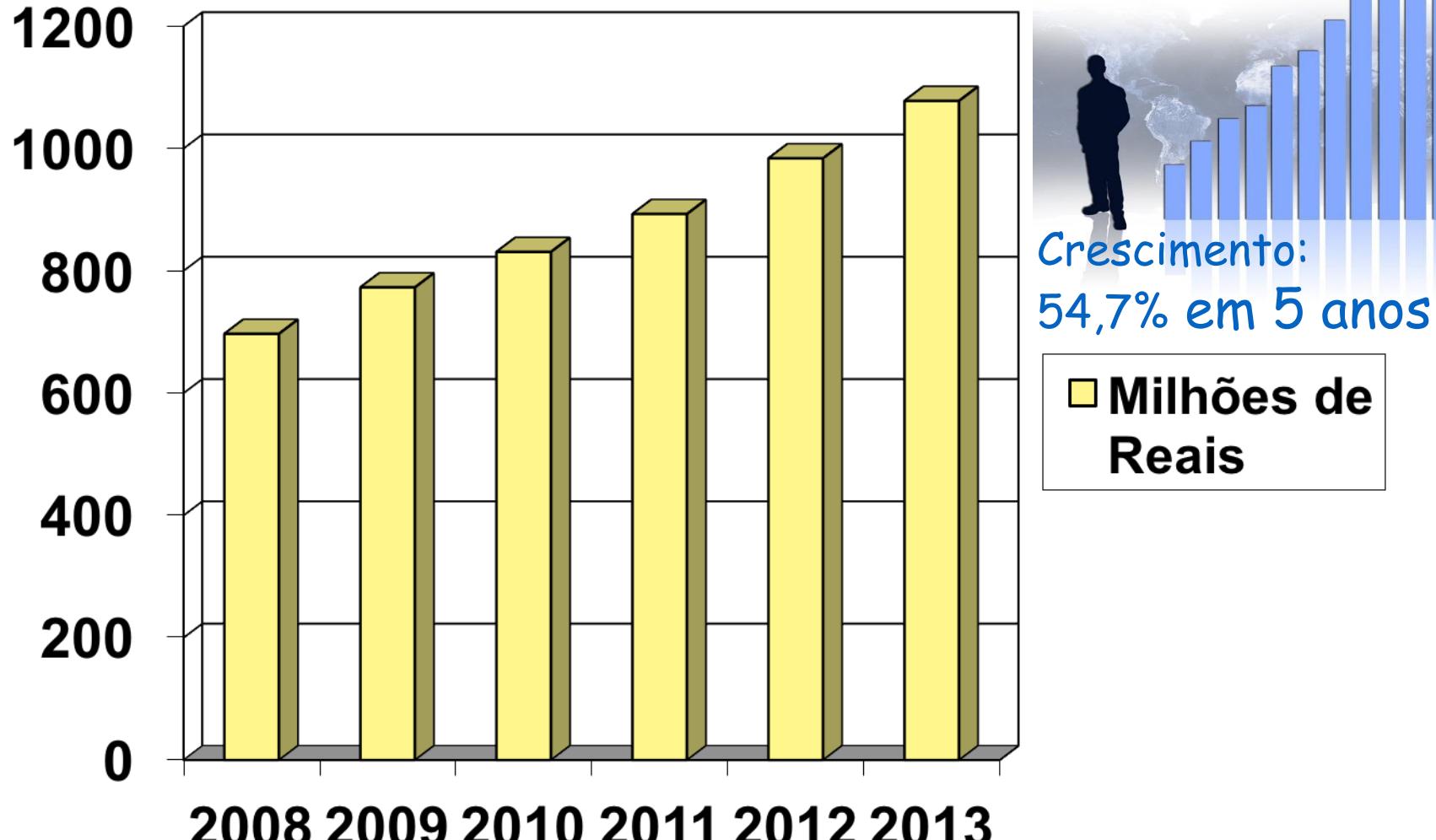
Evolução de Volume - Brasil



Fonte: NIELSEN - ABIPLA: Fechamento 2013

Mercado de lava-louças

Evolução de Valor - Brasil



Crescimento:
54,7% em 5 anos

■ 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) | Valor (milhões US\$) |
| | 85 milhões | 420 milhões |
| | 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.

Fonte: EUROMONITOR Fechamento 2013

Mercado de lava-louças

Lava-louças Líquido (Lavagem manual)

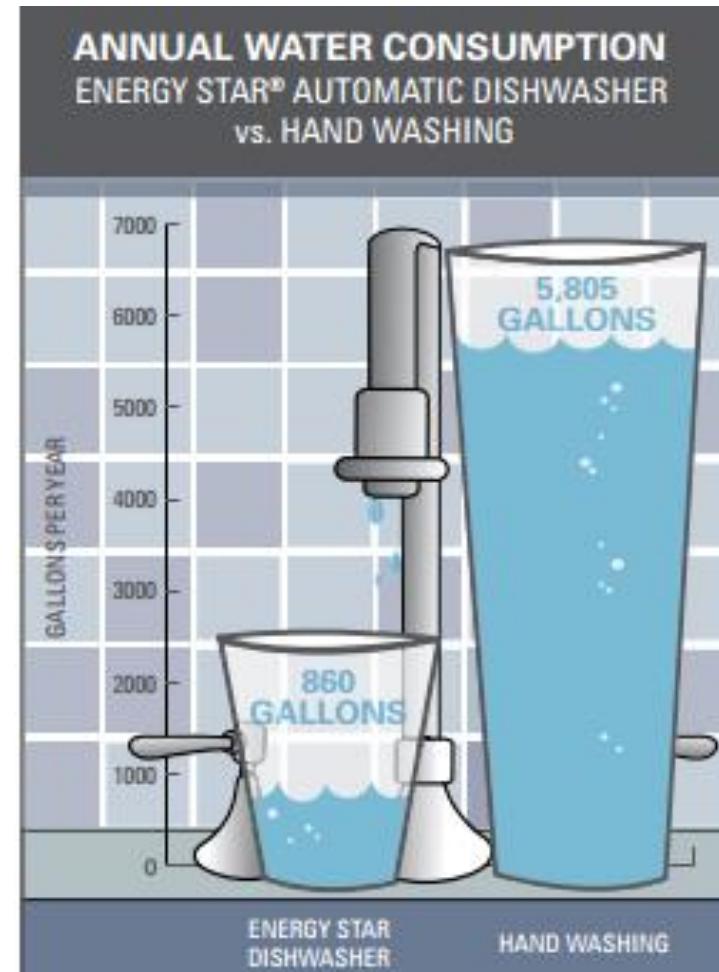
| | EUA | BRASIL |
|--|---------------------|---------------------|
| PREÇO MÉDIO POR 1L DE PRODUTO | US\$ 6,00 | US\$ 1,20 |
| MERCADO DE LÍQUIDOS VALOR (varejo) | US\$ 510 milhões | US\$ 503 milhões |

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 Mão 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)





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.



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 Mãoas

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 and/y
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 fosfato.

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, METHYLISOTIAZOLINONE, 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



3

18004

0

0

0

0

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
#MomentoEpicaz®

¿DUDAS O COMENTARIOS?

www.alan.com.mx
www.elicaz.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

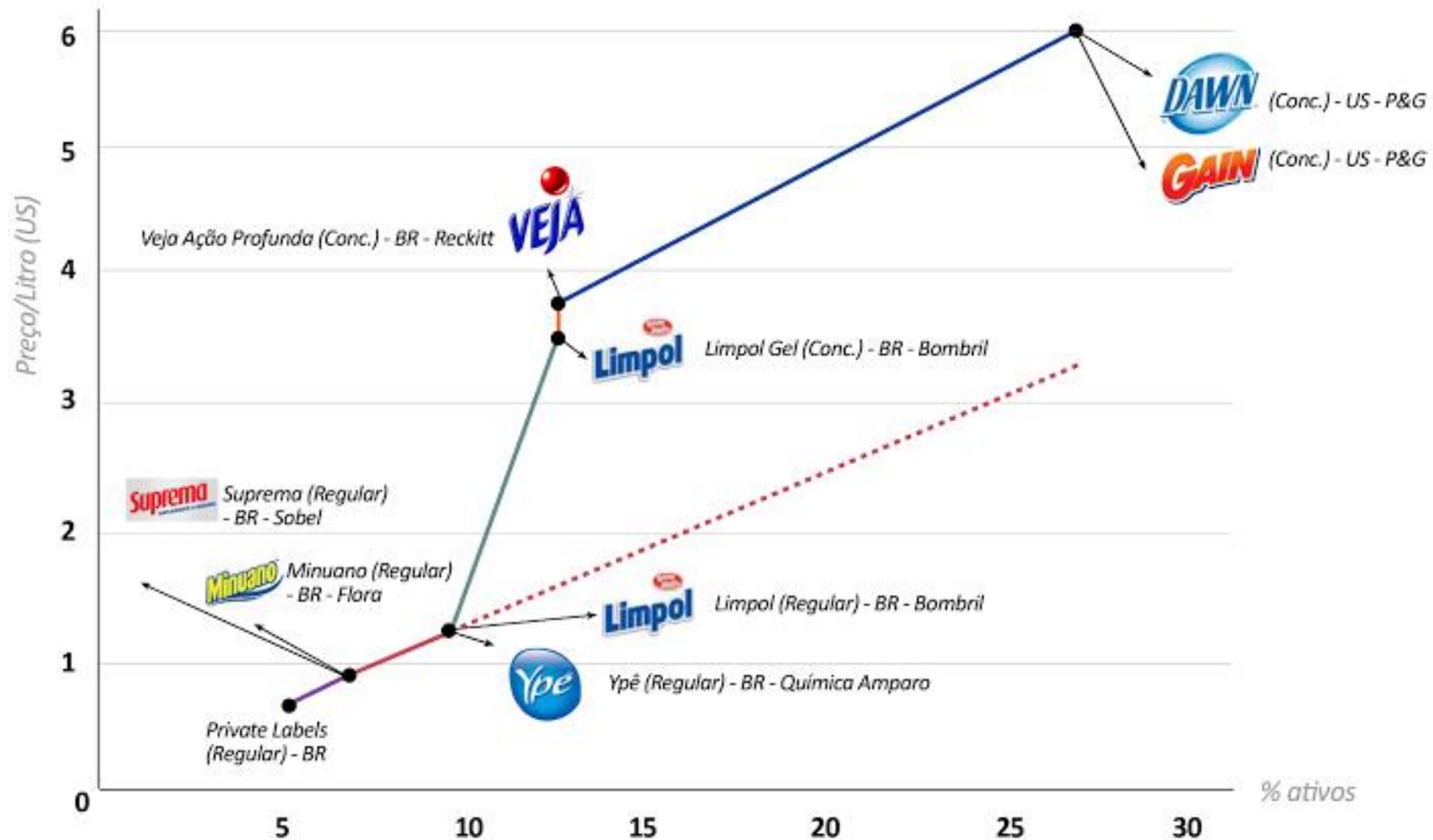
15 minutos. En caso de ingerir este producto llame al médico y aporta esta etiqueta.

Ingredientes: Agua, tensioactivos aniónicos y no iónicos, perfume (extracto de zumo de limón, aceites esenciales de romero y eucalipto), conservador y colorante. Fabricado y distribuido por: ALEN DEL NORTE, S.A. DE C.V. bajo licencia de INDUSTRIAS ALEN, 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 lavavajillas 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.

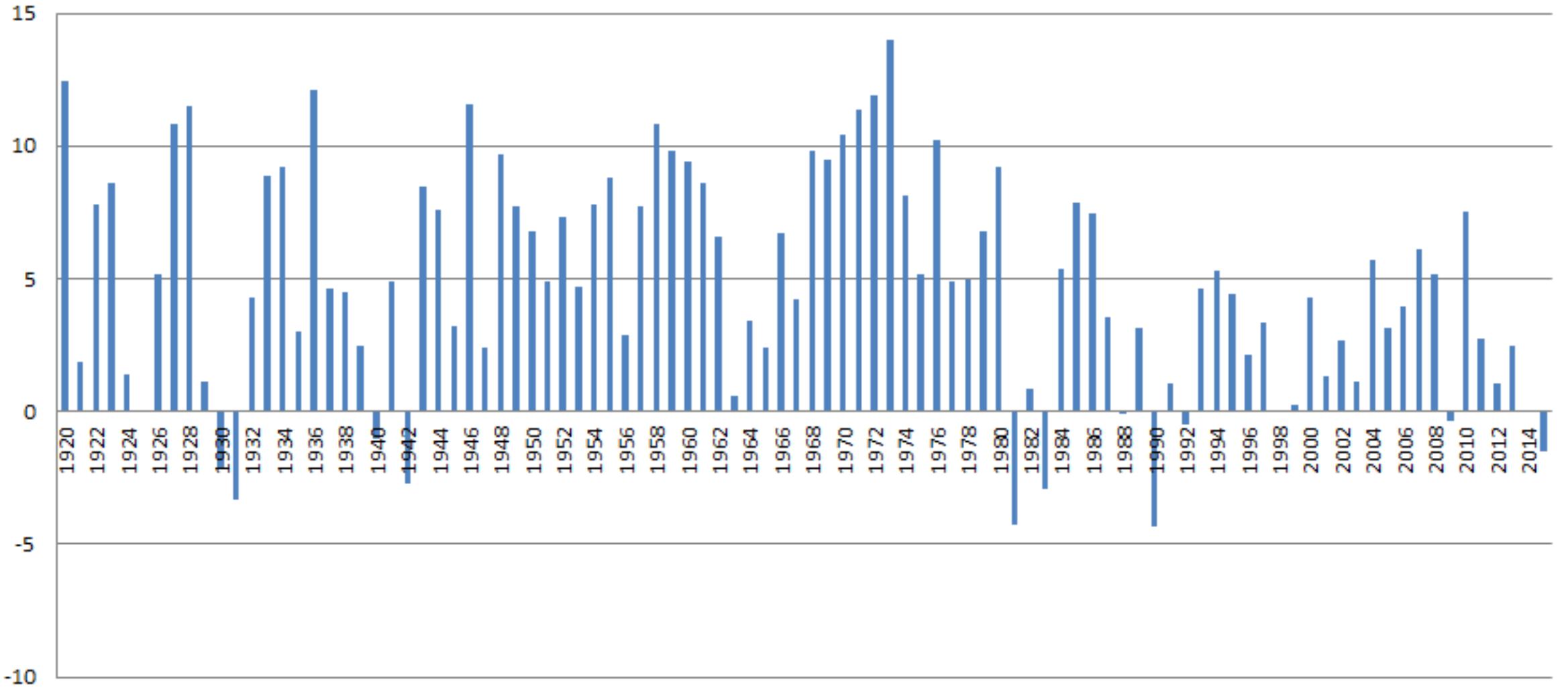
Rende por 4

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.

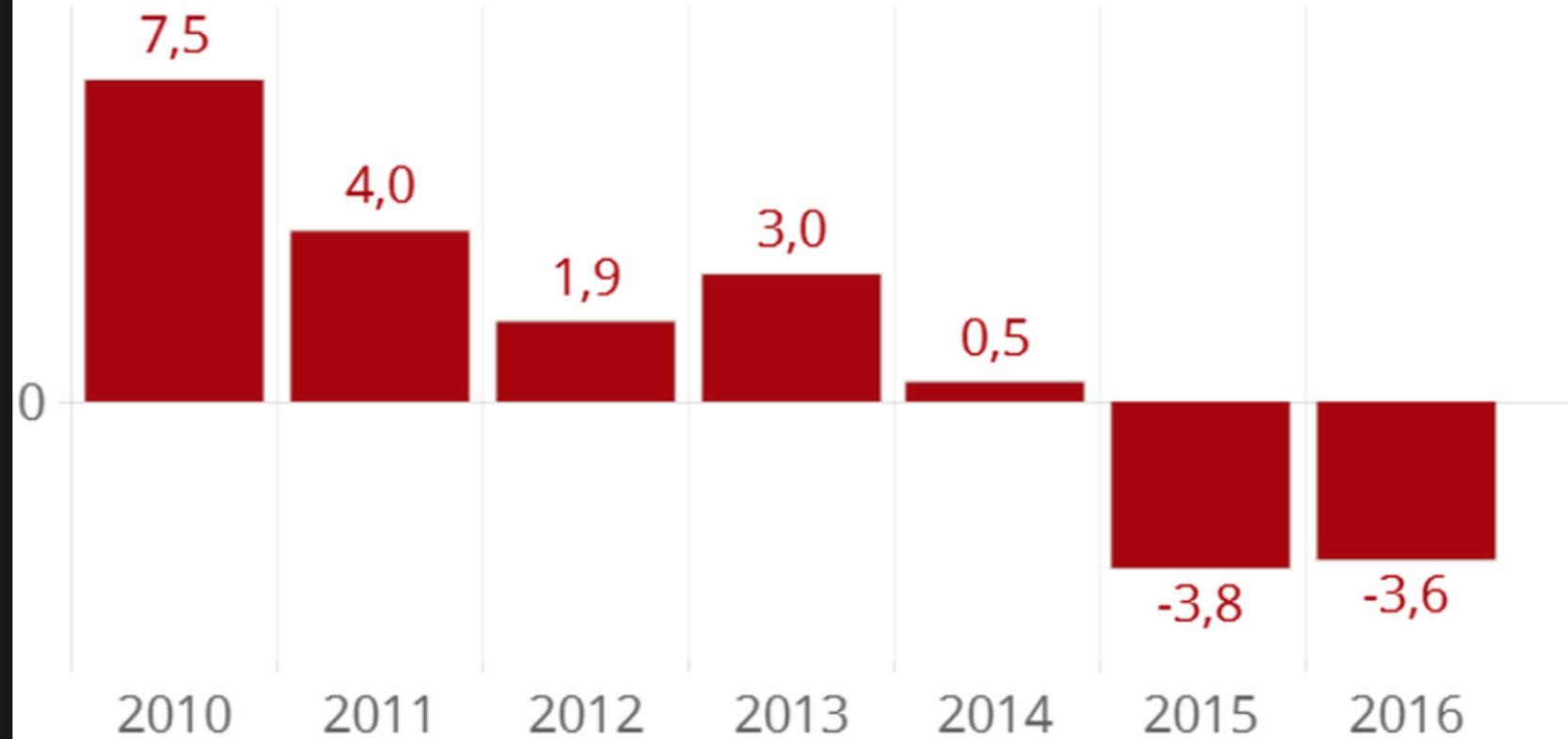
A photograph of a woman with dark hair tied back, wearing a light-colored t-shirt, standing at a kitchen sink. She is smiling and looking towards the camera. Her hands are in the sink, and there are several dishes and glasses on the rack behind her. The kitchen has white cabinets and shelves with white bowls and plates.

100 anos de crescimento do PIB no Brasil (%)



Evolução do PIB

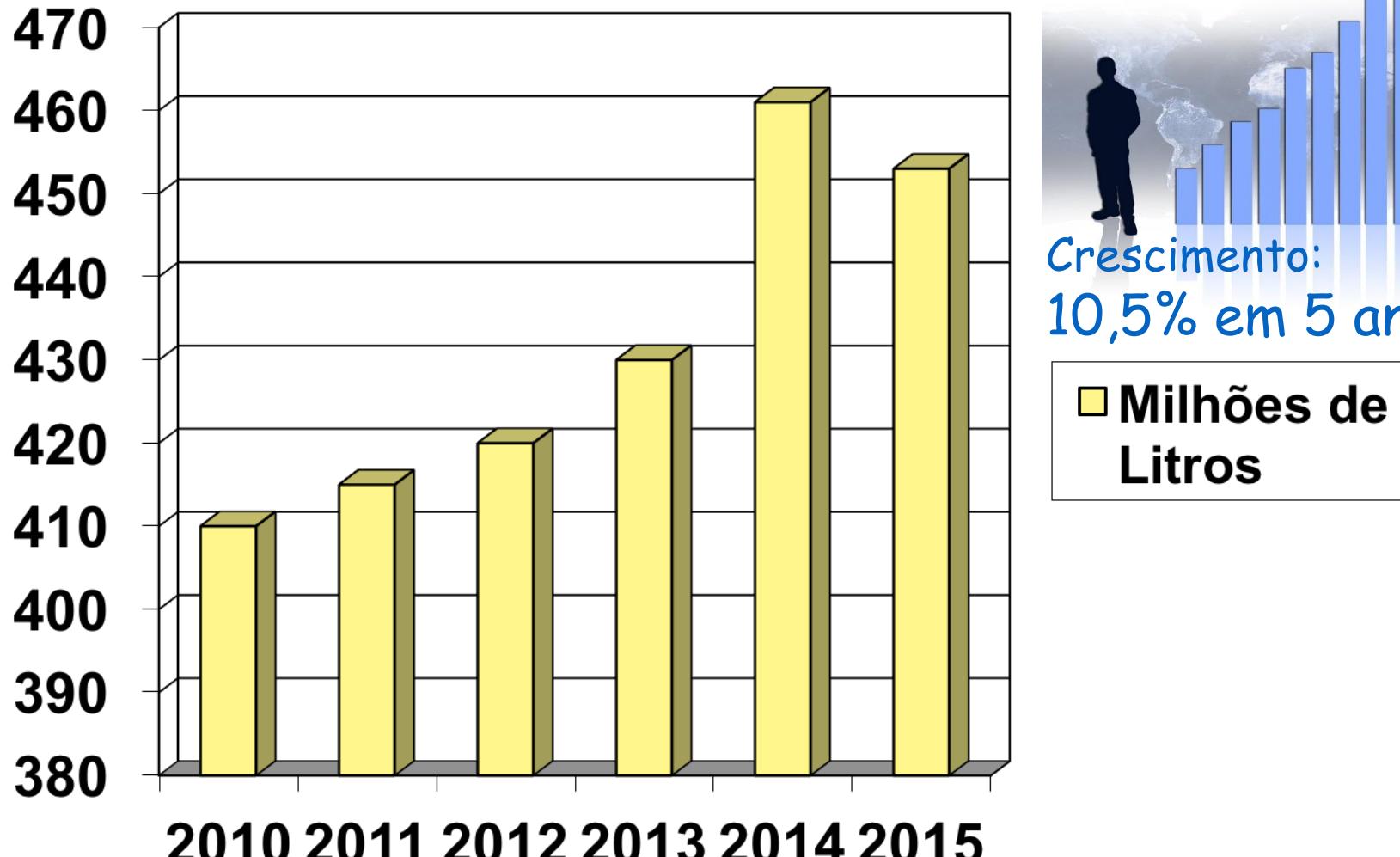
Ano a ano, em %



FONTE: IBGE

Mercado de lava-louças

Evolução de Volume - Brasil



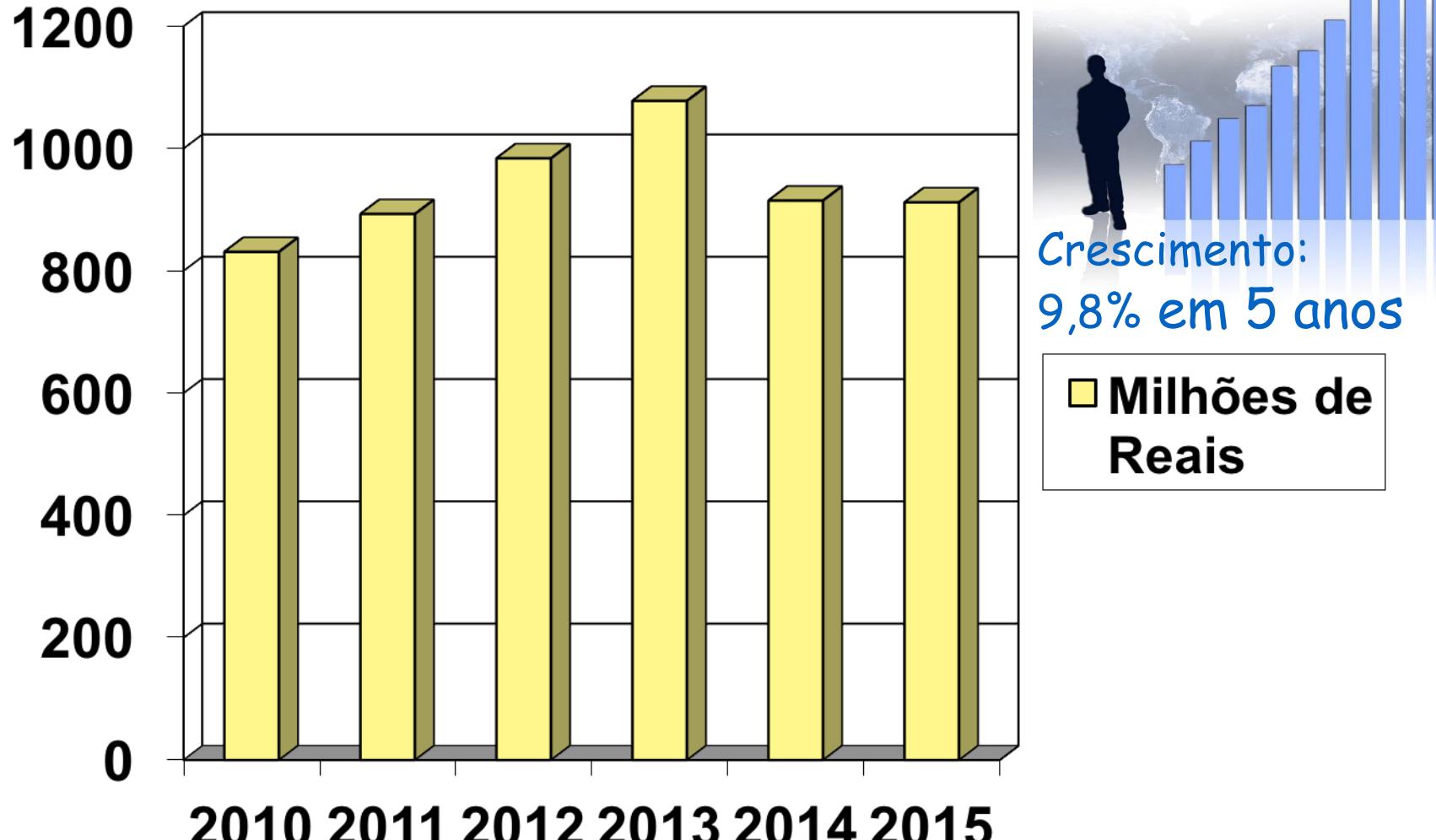
Crescimento:
10,5% em 5 anos

■ Milhões de
Litros

Fonte: NIELSEN - ABIPLA: Fechamento 2015

Mercado de lava-louças

Evolução de Valor - Brasil



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.





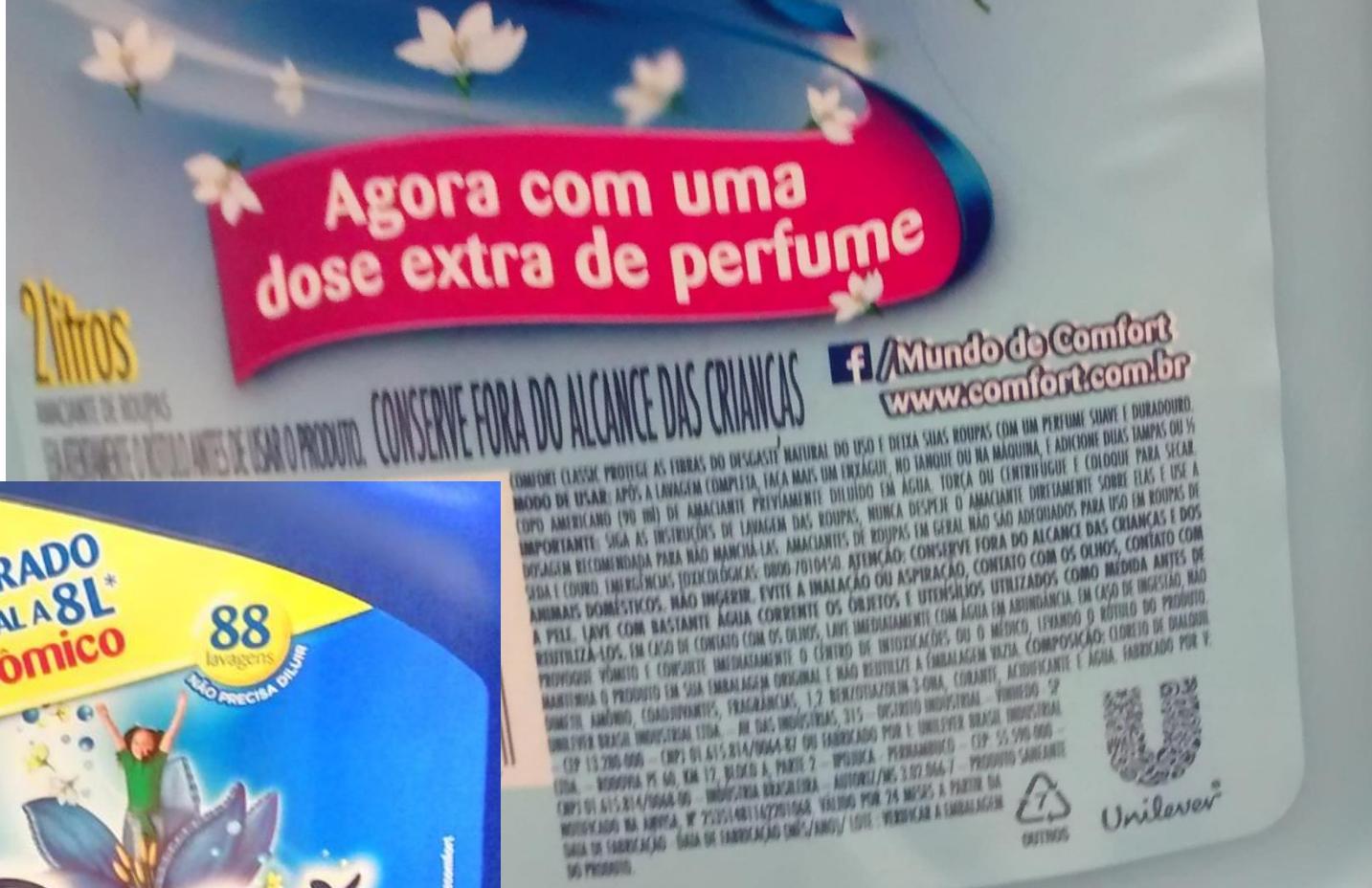
FABRIC SOFTENERS Euromonitor 2014
Movimento de crescimento das
variantes concentradas entre 2012
e 2013: 128%!

Os consumidores formadores de opinião estão aderindo à mudança.



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





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***

$\frac{2}{3}$ da tampinha (22,5 ml) é o ideal. Despeje o produto diretamente na água, no último enxágue ou no compartimento da máquina.

ROUPAS PERMANEÇAM FRESCAS

RENDE IGUAL A 4



CONSERVE FORA DA ALCA





VISTA-SE DE PERFUME
O DIA TODO.

SINTA
4X MAIS
PERFUME®

COM APENAS
MEA TAMPINHA

VISTA-SE DE PERFUME
O DIA TODO.



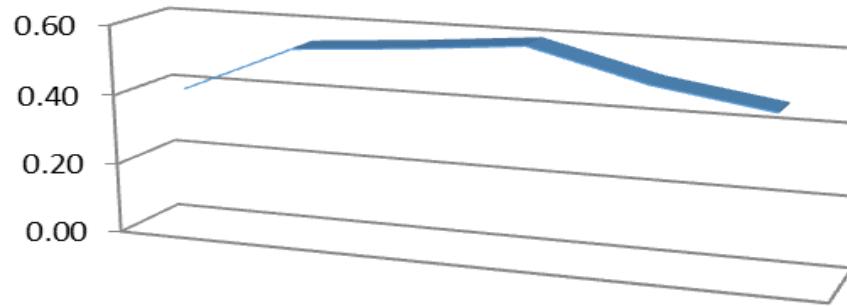
VISTA-SE DE PERFUME
O DIA TODO.

SINTA
4 X MAIS
PERFUME*

COM APENAS
MEA TAMPAH

Downy

R\$ / US\$



| Crescimento Anual por categoria (value) | 2008 2009 | 2009 2010 | 2010 2011 | 2011 2012 | 2012 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% |

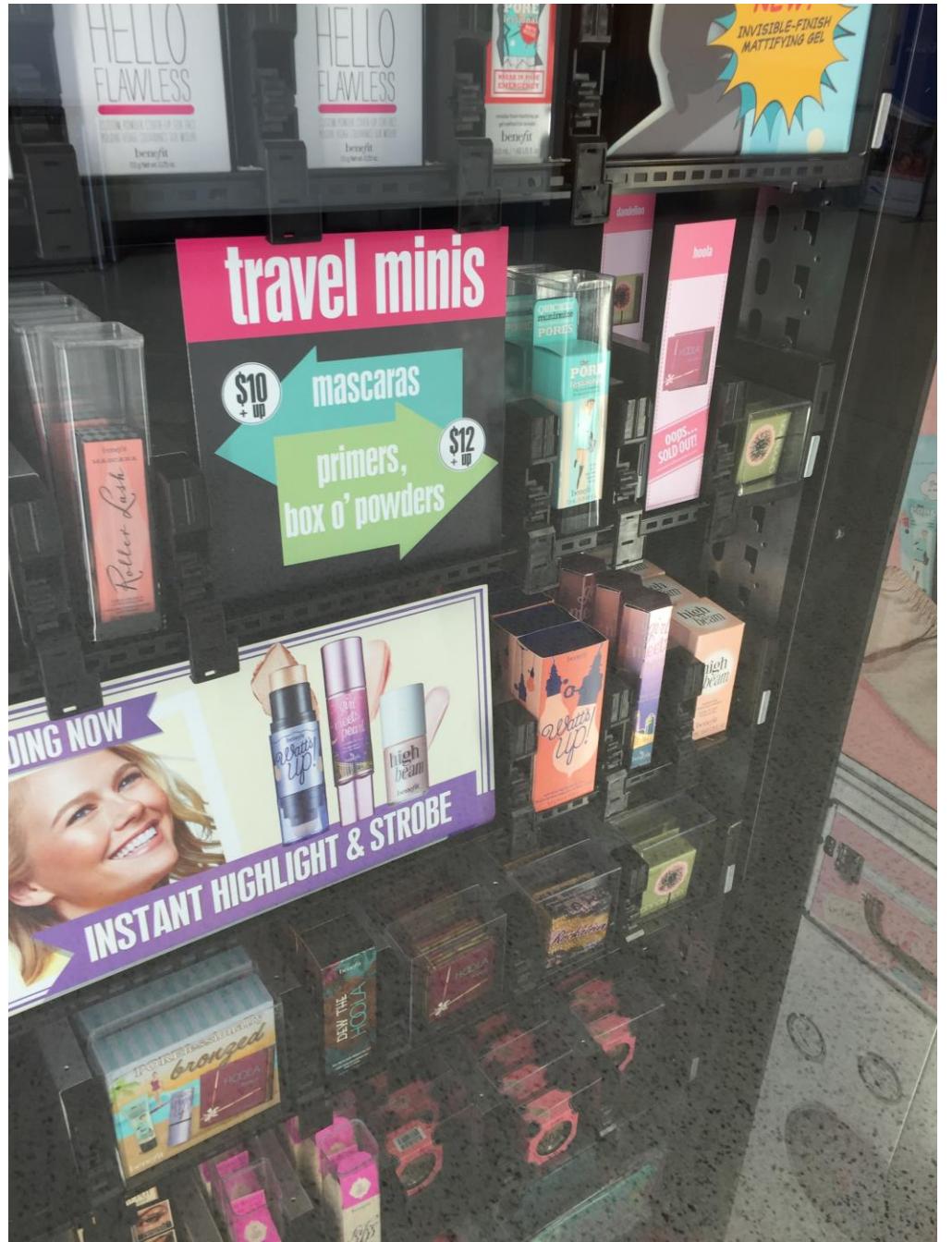




Coca-Cola







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

Professor MBA Jefferson Santos