



Cleaning  
Products 2017  
LATIN AMERICA

accoler  
recoger  
willkommen  
acoger  
etmek  
hazott  
hospedarrogan  
degenner  
aloxar  
bienvenue  
bienvenidos  
benvenuto  
welcome  
verwelkom  
accueillir  
hozta  
mpina  
accogliere  
mpina  
heten  
soulaiter  
Isten  
uvitani  
moguah  
ontvangen  
albergar  
menerima  
kabul  
dareacolher  
accipere  
welkom  
ikomna



ABIPLA 40  
anos  
DE HISTÓRIA

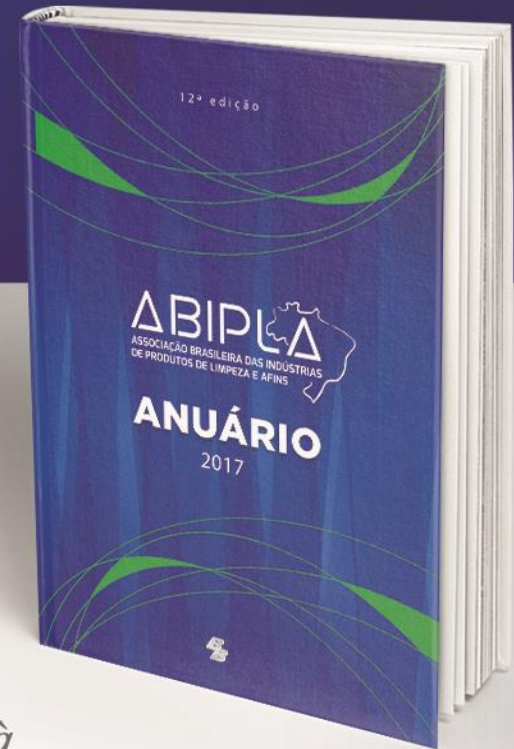


**AGUARDE!**

**O Anuário ABIPLA 2017 será lançado no segundo semestre!**

*"As informações que reunimos para a publicação de nosso Anuário se destinam a, não só estimular reflexão, mas como fonte dos dados e ações do setor. Atualmente, a ABIPLA trabalha com foco em três prioridades: combate à informalidade, tributação no setor e sustentabilidade. Na 12ª edição do Anuário ABIPLA, você irá saber mais sobre nossos resultados"*

*Antonio Calcagnotto, presidente da Associação Brasileira das Indústrias de Produtos de Higiene e Limpeza Doméstica e Profissional (ABIPLA).*



## 1 Quem faz o Anuário conosco?

O Anuário da ABIPLA 2017 se tornou nos últimos anos, com sua periodicidade e evolução editorial, uma referência para as empresas do setor de produtos de higiene e limpeza doméstica e profissional que buscam bases sólidas de informação no seu dia a dia. Por isso, a fim de fortalecer seus dados, a Associação congregou institutos de pesquisa de reconhecimento internacional que, com experiência, analisam o mercado nacional e internacional.

KANTAR W<sup>o</sup>R<sup>o</sup>LDPANEL

nielsen  
.....

 EUROMONITOR  
INTERNATIONAL

## Quem está ao lado da ABIPLA nesta nova edição?

Este anuário nunca foi feito sozinho. Além de uma equipe dedicada para entregar um material de qualidade ao setor, o Anuário ABIPLA só tem a força e a credibilidade que tem, pois cultivou e conquistou a parceria de empresas que são a cara do nosso setor. Conheça quem está conosco!





## Kantar Worldpanel

KANTAR W<sup>LD</sup>R<sup>LD</sup>PANEL

Dedicado a diagnosticar o comportamento e o consumo nacional, a Kantar registrou o perfil brasileiro em 2016 e como isso poderá impactar nas escolhas do setor.

### GASTO MÉDIO ANUAL POR DOMICÍLIO

<b>TOTAL</b>	<b>R\$ 389,32</b>
<b>AB</b>	<b>R\$ 470,19</b>
<b>C</b>	<b>R\$ 378,46</b>
<b>DE</b>	<b>R\$ 321,42</b>



classe A+ B foi a que mais aumentou o gasto médio anual com limpeza: 16% 2016 vs 2015

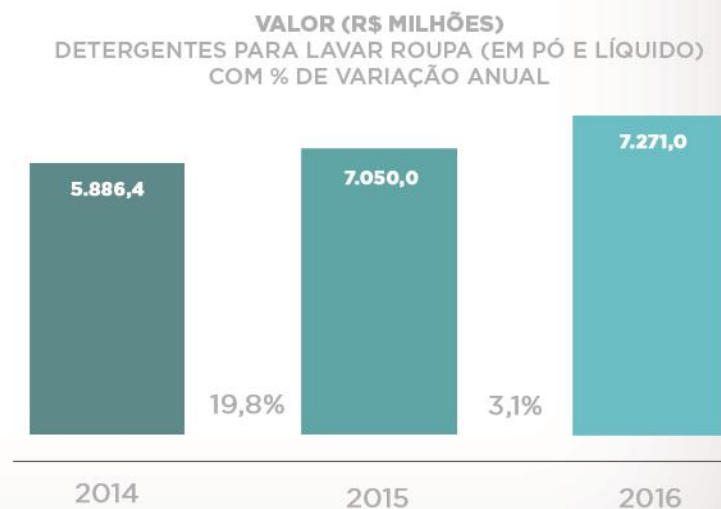
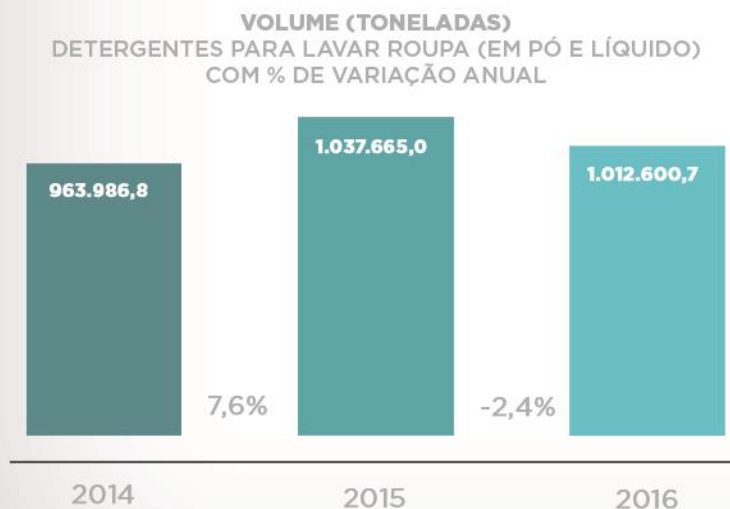
Fonte: Kantar Worldpanel - Painel Nacional de Consumidores

# Dados

**Nielsen**

nielsen  
.....

Investigando os números de valor e volume em 15 categorias do setor de produtos de limpeza, a Nielsen nos ajudou a identificar novos arranjos e escolha do consumidor.



Nota: Os dados de 2015 tiveram uma melhora - chamamos esse processo de Enhancement. Isso quer dizer que ocorreu uma melhoria na forma de coleta dos dados, permitindo uma amostra mais ampla, principalmente referente ao tradicional. Outros canais também foram validados para alcançarmos um maior volume de consumo (retrato mais fiel à realidade).

## **Euromonitor**



Ocupando a 4ª posição no mercado de consumo internacional, a Euromonitor reuniu nesta edição os principais números sobre a participação dos países no mercado e quais categorias estão em destaque.

### **VENDAS (US\$ MILHÕES)**

<b>PAÍSES</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>VAR. 16-15 %</b>
<b>EUA</b>	<b>25.530,0</b>	<b>27.456,7</b>	<b>7,5%</b>
<b>CHINA</b>	<b>15.512,8</b>	<b>15.402,4</b>	<b>-0,7%</b>
<b>JAPÃO</b>	<b>7.975,9</b>	<b>9.111,5</b>	<b>14,2%</b>
<b>BRASIL</b>	<b>5.861,4</b>	<b>6.162,3</b>	<b>5,1%</b>





# obrigado



**Cleaning  
Products** 2017  
LATIN AMERICA



**ABIPLA**  
ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS INDÚSTRIAS  
DE PRODUTOS DE LIMPEZA E AFINS