

Você sabe o que é Domissanitários?

Domissanitário é um termo utilizado para identificar os saneantes destinados a uso doméstico. Os saneantes são substâncias ou preparações destinadas à higienização, desinfecção ou desinfestação domiciliar. São exemplos de saneantes, os detergentes, alvejantes, amaciantes, ceras, lustra móveis, limpa vidros, polidores de sapatos, removedores, sabões, saponáceos, desinfetantes, produtos para tratamento de água para piscina, inseticidas, raticidas, repelentes, entre outros.

A produção de saneantes domissanitários é regulada pela Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA). Todos os serviços envolvidos nessa cadeia, como a fabricação, armazenagem, distribuição e transporte devem estar em conformidade com as normas da ANVISA.

Mercado Brasileiro de Domissanitários

Itens essenciais na cesta de compras dos brasileiros, os produtos de limpeza que estão em alta. O Brasil é o quarto mercado mundial de produtos de limpeza e a região do país que mais consome esses produtos é o centro-oeste.

A cesta de limpeza é composta de sabão em pedra, detergente líquido para louça, detergente para lavar roupas, amaciante, inseticida, água sanitária, alvejante sem cloro, esponja de aço, esponja sintética, cera para assoalhos, cleaners e purificadores de ar.

A Abipla (Associação Brasileira das Indústrias de Produtos de Limpeza e Afins) reuniu importantes institutos de pesquisa em seu mais recente Anuário e apresentou um panorama consistente do setor. A edição, que se refere a 2012, aponta o acumulado no consumo dos produtos dos últimos cinco anos.

No período, as categorias com crescimento mais expressivo foram: pano de limpeza (94,4%), purificador de ar (64,5%) e concentrado de limpeza (58,8%) – que corresponde ao multiuso, limpador perfumado e limpeza pesada.

Categorias que remetem ao cuidado com a roupa, tais como detergente em pó e líquido, amaciante e água sanitária continuam em destaque, alcançando a marca dos bilhões de reais em faturamento.

O brasileiro gasta em média R\$ 271,68 ao ano com produtos de limpeza, correspondendo a R\$ 22,64 o gasto médio mensal. Esse valor representa um crescimento de 41,5%, em comparação com 2011.

Em 2014, o setor faturou R\$ 17,2 bilhões no Brasil, alta de 11% sobre o ano anterior. O volume subiu 8,5%, segundo dados compilados pela Abipla em anuário divulgado ontem. Neste ano, a entidade espera avanço mais relevante em volume que em faturamento.

Reflexo da busca do consumidor por preços mais baixos, o “atacarejo” – loja de atacado que vende também ao consumidor – foi o único canal de distribuição a crescer em participação de vendas em 2014, enquanto os demais modelos tiveram queda ou se mantiveram estáveis. A fatia do “atacarejo” passou de 7% para 8,4% em volume e subiu de 6,5% para 8% em valor. A fatia dos supermercados caiu de 54,6% para 54,4% em volume e manteve estabilidade em valor.

Outro destaque foi o crescimento das regiões Norte e o Nordeste, líder nos aumentos em participação, volume e valor do setor em 2014, enquanto a maioria das outras regiões teve números pouco expressivos, segundo a Abipla.

A categoria de inseticida elétrico foi a que mais cresceu em valor, apoiada em novas tecnologias e pela busca de proteção contra epidemias nas cidades, como a da dengue. Outros destaques foram produtos para cozinha, limpa vidros e desodorizadores sanitários, que ainda são categorias pequenas no país. Em segmentos maiores, as vendas de sabão para lavar roupas cresceram 14,7% em reais e tiveram pequeno recuo em volume, reflexo do avanço das embalagens concentradas.

O setor tem a seu favor a não dependência de crédito e o fato de os produtos serem considerados essenciais. O comprador costuma ser fiel às marcas que está acostumado. A “nova classe média”, que passou a adquirir mais produtos de limpeza nos últimos anos, pela melhora de renda e por programas como o “Minha Casa, Minha Vida”, deve seguir como propulsora da expansão do setor, diz a presidente-executiva da Abipla, Maria Eugênia Saldanha.

A Unilever lidera o mercado de limpeza no Brasil, com participação de 25,3%. Em seguida vêm Reckitt Benckiser (12,6%), Química Amparo (11,2%), Bombril (6,2%) e Procter & Gamble (5,7%).

O setor de limpeza profissional também vivencia crescimento. A expectativa é de que, até o final de 2016, o país se coloque como o terceiro maior mercado mundial de produtos de limpeza doméstica, subindo uma posição no ranking. Atualmente, o mercado brasileiro já tem potência suficiente para deixar atrás países como Estados Unidos, China e Japão.

Referências Bibliográficas:

<http://dzetta.com.br/info/index.php/produtos-e-servicos/saneantes-domissanitarios/>

<http://www.sebraemercados.com.br/o-mercado-brasileiro-de-produtos-de-limpeza/>

<http://www.datamark.com.br/noticias/2015/6/mercado-de-produtos-de-limpeza-cresce-8-5-em-volume-em-2014-174170/>