

NOVA

ED. 354 | MAR 2020 | ANO XXXII
WWW.GRUPOREVENDA.COM.BR

1
A NÚMERO
UM DO
SEGMENTO

REVENDA

construção

LOUÇAS E METAIS SANITÁRIOS

Design e funcionalidade
são as apostas dos fabricantes

FERRAMENTAS ELÉTRICAS E MANUAIS

O brilho das lojas

CORTADORES DE REVESTIMENTO CERÂMICO

A tecnologia garante
o bom corte

E MAIS:

- Argamassa e rejuntamento
- Produtos economizadores de água



construir

80 ANOS DE UMA HISTÓRIA QUE VOCÊ TAMBÉM CONSTRUÍU.

Presente nos lares e nas memórias de milhões de brasileiros, a Eternit comemora 80 anos construindo uma trajetória de sucesso junto com a sua, reinventando-se a cada dia para continuar oferecendo ao mercado o melhor em construção.

A legítima Marca da Coruja, presente de norte a sul do país, é sinônimo de tradição e qualidade!

80 anos Eternit.

Eternizada na mente de todo brasileiro.

orgulho

história

80

Anos

Eternit

Só chega aos oitenta quem sempre se reinventa.

Telhas | Sistemas Construtivos | Telhas Solares | Louças e Metais Sanitários

FUNDADOR

José Wilson Vieira de Andrade
jwilson@revenda.com.br

DIRETORIA

Ivete Nunes
ivete.nunes@revenda.com.br
José Marcello N. V. de Andrade
marcello@revenda.com.br
José Wilson N. V. de Andrade
wilson@revenda.com.br

DIRETOR EDITORIAL

Roberto Ferreira (roberto@revenda.com.br)

DIRETORA COMERCIAL

Juliana Tagliapietra (juliana@revenda.com.br)

GERENTES DE CONTAS

Carla Melo (carla.melo@revenda.com.br)
Marli Moço (marli@revenda.com.br)
Regina Mallol (regina.mallol@revenda.com.br)
Solange Castilho (solange@revenda.com.br)

GERENTE DE NOVOS NEGÓCIOS

Carla Passarelli (carla.passarelli@revenda.com.br)

ESTAGIÁRIAS

Laís Rodrigues (laim@revenda.com.br)
Mileni Alexandre (im@revenda.com.br)

ADMINISTRATIVO

Mislene Fernandes (mislene@revenda.com.br)

FINANCEIRO

Magda do Nascimento
magda@revenda.com.br

TECNOLOGIA

Carlos Contucci (carlos@revenda.com.br)

INTELIGÊNCIA DE MERCADO

Jéssica Oliveira (jessica.oliveira@revenda.com.br)

ESTAGIÁRIAS

Thais Mesquita (im@revenda.com.br)
Ana Flávia Tomazela (im@revenda.com.br)
Andreza Dutra (im@revenda.com.br)

DEPARTAMENTO JURÍDICO

Dr. José Paulo Palo Prado

ASSINATURAS

Vera Lúcia M. Lopes (vera@revenda.com.br)

REDAÇÃO, ADMINISTRAÇÃO E PUBLICIDADE

Rua Geraldo Flausino Gomes, 78 - conj. 53
(sede própria)
Brooklin - CEP 04575-060 - São Paulo - SP
Tel./Fax (011) 5503-2033

REALIZAÇÃO:

AJUDIDEIA
design

estudioduplaideiadesign.com.br

EDITORA: Alessandra Cacioli

EDITOR DE ARTE: Herbert Allucci

REVISÃO: Luis Carlos Barbosa

FOTOS: Shutterstock

**NOVA
REVENDA**

é uma publicação da Quinta Essência Editora, enviada mensalmente a executivos, proprietários, compradores, gerentes e encarregados das principais lojas de material de construção, material elétrico, material para pintura e atacadistas que trabalham com construção, responsáveis por 85% do volume de vendas do nosso setor. Opiniões e conceitos emitidos pelos colunistas e colaboradores não representam, necessariamente, os da revista. Todos os direitos são reservados. Registrada de acordo com a lei de imprensa. Marca Registrada no INPI.



Impressão: COAN Gráfica
Tiragem desta edição: 20.000 exemplares

COMO NOS **BONS TEMPOS**

O ano está praticamente começado. E parece que já está terminando.

As notícias econômicas, que eram sombrias no final do ano passado, continuam sombrias.

O último termômetro da ABRAMAT (Associação Brasileira da Indústria de Materiais de Construção) aponta que, para **65%** das empresas associadas, o faturamento no mês de **janeiro** foi considerado **“Regular”**. Para **22%**, o período foi **“bom”** ou **“muito bom”**, enquanto os **13%** restantes consideraram o primeiro mês do ano **“ruim”** ou **“muito ruim”**.

O mesmo relatório indica que fevereiro será um pouco mais positivo. O problema, para nós, é o tal do câmbio flutuante do dólar, que disparou na primeira quinzena de fevereiro. O ministro da economia, Paulo Guedes, diz que isso é bom para as exportações, mas péssimo para as importações. E como importamos bastante, principalmente da China, é de se esperar que os números no final do mês não sejam tão otimistas assim.

A produção industrial na China, nosso principal parceiro comercial, está com ritmo um pouco mais lento por causa do Coronavírus. E como a produção local foi bastante afetada, o resto do mundo, inclusive o Brasil, poderão ter escassez no ponto de venda. Nada alarmante, é verdade, mas poderá provocar alta nos preços.

Mas, chega de notícias ruins.

Fevereiro teve Carnaval. Desfiles de escolas de samba, blocos e muita alegria. E o nosso ritmo foi voltando ao normal, mesmo com o grande volume de chuvas que assolou o Sudeste, principalmente Minas Gerais.

Março tem a ExpoRevestir, que será um bom termômetro para balizar como será o restante do ano. Uma feira com muito charme, elegância, *design* e tecnologia.

Uma feira que atrai não apenas os fabricantes de pisos e revestimentos cerâmicos, mas empresas de outros segmentos, como louças e metais.

Afinal, não basta olhar apenas para baixo. O *design* está ao alcance dos olhos em todas as direções.

Boa leitura

Roberto Ferreira



A MANTA ASFÁLTICA preferida das mais importantes obras DO BRASIL Disponível para sua

LOJA



Arcos da Lapa - RJ

Ginásio Ipirabuera - SP

DENVER
IMPER
SUA OBRA SEM UMIDADE

www.denverimper.com.br

Revenda

EDIÇÃO 354 | MAR2020 | ANO XXXII



Foto: Merchán Vonder



08
MINHA HISTÓRIA

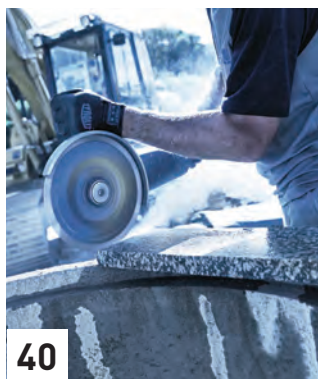
Nassim Katri, CEO da Pinta Mundi



14
FERRAMENTAS
Abre alas das lojas



30
LOJAS DE BAIRO PARTE 2
Dos fornecedores à internet



40
CORTADORES
A tecnologia no corte

LOUÇAS
Luxo para todos os ambientes



66



48
PISOS
O bom gosto ganha destaque



86
ECONOMIZADORES
De olho no futuro do planeta

- 06 | TOP OF MIND
- 36 | LOJAS DE BAIRO 3
- 60 | ARGAMASSA
- 92 | ARTIGO NEWTON
- 95 | SUA LOJA
- 98 | AGENDA

O mercado editorial é feito de distorções.
Cada um fala o que quer. E ninguém contesta.
Por isso, resolvemos esclarecer algumas.
Infelizmente, ainda existem pessoas que acreditam
que uma mentira, dita várias vezes, vira verdade!

Mentira dita várias vezes, não vira verdade não!!!

Há anos, a Editora Grau 10, empresa que edita a revista Anamaco se auto intitula “líder de mercado”, “a mais lida”, que, informam, ter 12 leitores por exemplar, e com tiragem de 25.000 exemplares por edição, auditada pelo IVC (Instituto Verificador de Comunicação), importante órgão que baliza as agências de publicidade para as campanhas dos seus clientes. Informações estas que constam no site da Editora Grau 10, aba “Quem Somos”.

Como poderão ver a seguir, nada, absolutamente nada, do que informam, refletem a verdade.

TIRAGENS DE JANEIRO A DEZEMBRO DE 2019

		REVISTA REVENDA	REVISTA ANAMACO
Janeiro	T	15.000	22.000*
	C	11.387	11.846
Fevereiro	T	15.000	15.000
	C	14.400	10.127
Março	T	15.000	22.000
	C	11.387	11.334
Abril	T	15.000	15.000
	C	6.265	6.198
Maio	T	15.000	8.000
	C	4.375	5.056
Junho	T	15.000	8.000
	C	14.372	5.056
Julho	T	15.000	10.000
	C	12.285	4.556
Agosto	T	15.000	10.000
	C	14.394	6.572
Setembro	T	15.000	10.000
	C	14.184	6.572
Outubro	T	15.000	10.000
	C	14.294	6.572
Novembro	T	15.000	10.000
	C	14.154	6.567
Dez/19 - Jan/20	T	30.000**	?***
	C	14.293	?***

TOP OF MIND

Revenda Construção

ÚLTIMOS DIAS DE VOTAÇÃO

A votação para o **Top Of Mind Revenda Construção 2019** está na reta final. Começou no dia 7 de janeiro de 2020 e terminará no dia 30 de março. As pesquisadoras do **Grupo Revenda** deverão realizar cerca de 100 entrevistas por dia para obter o resultado final das marcas mais votadas pelos revendedores de materiais de construção de todo o Brasil.

O **Top Of Mind Revenda Construção** terá 77 categorias divididas nos segmentos: Material de Acabamento, Itens para Banheiro, Itens para Cozinha, Esquadrias e Ferragens, Ferramentas, Material Hidráulico, Material Básico, Material Elétrico e Tintas e Acessórios.



Atacadistas e Veículos de Carga estão no segmento Especiais.

O resultado final será divulgado na edição 357/junho, da revista **Revenda Construção**.

Lembrando que o **Top Of Mind Revenda Construção** é uma pesquisa de lembrança da marca.

MÁQUINA PARA CORTE, ACABADORA DE SUPERFÍCIES E COMPACTADORES A GASOLINA

Excelente desempenho,
mobilidade e acabamento para
diferentes etapas da obra!

Fácil manuseio

LANÇAMENTOS

código: 66.59.036.000

Sistema
antivibração

Conheça a linha completa!

Coifa de
proteção



Motor HONDA



Acompanha
carrinho para
transporte



Visite o nosso stand
Rua Principal (F)

31/03
a
03/04 2020

**FEICON
BATIMAT**

Utilize o leitor de QR CODE e assista ao
vídeo dos Vibradores de Concreto e
Misturadores de Argamassa
pelo seu smartphone!



É bom trabalhar com

vonder®

Com os equipamentos certos, o trabalho tem muito mais energia! A escolha é sua e a qualidade é VONDER!

PINTA MUNDI: UM NOVO MODELO PARA O VAREJO DE TINTAS

Em linha com as tendências do mercado de varejo, que cada vez mais investe na capilaridade das marcas e em lojas reduzidas, a Pinta Mundi aposta no modelo de franquias para sua expansão e deve dobrar de tamanho até o final do ano. As novidades não param por aí e a marca já anuncia sua linha de tintas própria.

Após dobrar o tamanho de sua rede própria em pouco mais de um ano, Nassim Katri, da Pinta Mundi, está fazendo uma verdadeira revolução no negócio de varejo de tintas, ao criar um modelo de franquia de baixo custo e retorno rápido. “Quero fazer a diferença na vida das pessoas”, diz.

DE OPORTUNIDADES E ERROS SE FAZ UM (BOM) NEGÓCIO

De conversa fácil, Katri gosta de contar casos e histórias. Assim, ele narra que começou sua jornada empreendedora como jornalista, para realizar o sonho de comprar uma moto, ainda aos 16 anos. “No fim das contas, nem comprei a moto”, diverte-se. Na época, foi trabalhar com um parente e tinha a função de distribuir revistas para as bancas de jornal. Logo começou a também fazer as compras das revistas nas gráfica e a assumir todas as oportunidades de renda extra, trabalhando em feriados e outras folgas. “Aos 17 anos, eu já era o chefe de todo mundo”, orgulha-se. Como espírito empreendedor é o que não falta a ele, logo migrou para a área de confecção, montando um pequeno negócio em uma casa que a família mantinha desocupada na região da Pompéia, em São Paulo. “Foi por essa época que eu decidi me casar. Meu futuro sogro, um homem tradicional e dono de uma rede de quatro lojas de tintas, a FK Tintas, questionou se eu ganhava dinheiro suficiente para sustentar uma família. Eu não ganhava. Ele, então, me aconselhou a montar uma loja de ferragens ao lado da loja dele. Um mês antes da inauguração, me chamou novamente e disse: está tudo errado, você tem de

abrir uma loja de tintas! E foi assim que eu entrei nesse mercado”, relembra. “Eu tive um empurrão, uma oportunidade. Digo que sorte é a junção da oportunidade com a competência. Aí eu comecei e evolui em pouco tempo, com uma mentalidade mais moderna de negócios”.

Foram 25 anos desde que Katri começou com a primeira loja de tintas, até que seu sócio, a quem ele considera um mentor, avaliou o crescimento dos negócios e percebeu que estavam diante de um modelo altamente replicável. “Ele me disse que estávamos diante de ouro bruto: nosso desafio seria de lapidar e fazer funcionar”, relata. Isso foi em 2016, quando a rede de Katri, que à época ainda levava o nome herdado do sogro, FK Tintas, contava com seis lojas próprias. “Estávamos, nesse momento, exatamente onde o mercado de farmácias estava há 25 anos: as grandes redes de farmácia, que hoje contam com centenas de pontos, tinham, cada uma, cerca de 10 a 12 lojas”, compara. Foi então que deu início ao plano de expansão, com a abertura de mais seis lojas, dobrando o número de unidades em um ano e meio. “Um detalhe importante é que não me envolvi nessa operação: eu validava o ponto, que também não era escolhido por mim, e depois ia na inauguração. Foi um caos pra mim! Mas isso foi fundamental para passar todo o conhecimento que estava comigo, transformando em processos. Cometemos muitos erros, desde o uso de softwares até a compra de máquinas e colocação de prateleiras. Fomos escrevendo e corrigindo cada ponto. No final de 2017, estávamos com tudo pronto: fornecedores, processos, aprendizados. Esse foi o custo de preparar o negócio para ser uma franquia”, diz.



“Uma das coisas fundamentais para vender negócios é ter uma marca forte, impactante.”

**NASSIM KATRI,
Pinta Mundi**

DE VENDEDOR DE TINTAS A VENDEDOR DE NEGÓCIOS

Depois de um ano e meio abrindo as novas unidades próprias, Katri sentiu que estava pronto para iniciar a rede de franqueados. “Eu tive de aprender outro negócio. Franquia não é sobre você saber ter sucesso no seu negócio de tintas, o que eu sei fazer. É sobre como você consegue replicar um modelo e ir conti-

nuamente melhorando”, avalia. “Uma das coisas fundamentais para vender negócios é ter uma marca forte, impactante, porque é isso que o franqueado quer comprar”, dispara. “Por isso fizemos todo um trabalho de branding e chegamos primeiro ao nome Pinta Mundo e, daí, partimos para Pinta Mundi, que é mais lúdico, mais legal. É mais fácil de registrar”, segue.

“A primeira franquia que abrimos foi com um parente que esta-

va desempregado há um ano e meio, deprimido... e eu o ajudei no começo. Ele foi nossa 'cobaia' e pagou um pouco pra aprender com a gente, mas também teve alguns benefícios importantes”, lembra Katri. “O segundo franqueado também foi uma pessoa indicada por alguém do nosso relacionamento, e o terceiro foi um ex-funcionário nosso. Essa terceira experiência foi a loja mais acertada possível. Acertamos o modelo, o perfil do franqueado - que tem de ser alguém que more na região da loja, que conheça a comunidade em que está, o dono do posto de gasolina, da academia, a escola, os amigos, enfim, uma pessoa que tenha um rede de contatos. Percebemos que esse relacionamento alavancou os negócios, e acertamos na mosca. Ficamos um ano desenvolvendo essas três franquias a fim de afinar os detalhes antes de abriremos para uma segunda onda de expansão, o que fizemos a partir do final de 2018”, relata Katri.

“Nosso objetivo não é só ganhar dinheiro por ganhar dinheiro, é fazer a diferença. Queremos fazer as pessoas mudarem de vida. E foi o que aconteceu já com os três primeiros. O pulo do gato do franqueador é saber quem vai abrir as lojas. Então, hoje a gente recusa mais gente do que aceita, avaliamos perfil e a parte financeira. Cada território é muito importante... se eu escolho o perfil errado, a pessoa fica cinco anos lá e eu deixo de aproveitar uma área importante”, ressalta. Ele destaca que hoje a Pinta Mundi busca um perfil de empreendedor multifranqueado, ou seja, com capacidade para abrir diversas unidades. “Uma pessoa que só tem potencial para abrir uma única loja me dá o mesmo trabalho que aquela que vai abrir duas, até quatro pontos, então esse é o perfil que eu busco. Com isso, a gente consegue ter um crescimento maior. Outra vantagem do multifranqueado é que ele distribui o risco: quando você investe tudo em uma loja única, se der errado você perde tudo. Quando você tem três ou quatro lojas, e uma tem problema, você muda de ponto”, pondera.

Katri percebe que a maior parte dos nossos franqueados são casais. “Nossos franqueados têm qualidade de vida. Eles podem ter uma loja a três quadras de casa. Isso é outra coisa que eu busco: aliar trabalho com remuneração crescente, em que você não dependa de estação, de coleção, que tem uma sequência, uma carteira de clientes (depois de 2 anos a pessoa pinta a casa de novo), e uma vida com qualidade”.

UM MERCADO EM TRANSFORMAÇÃO

“Nossa grande sacada é olhar para o mercado de varejo, que



está mudando. Você não vê abrir um grande Carrefour, ou Pão de Açúcar. O WallMart saiu do Brasil. O que está dominando o varejo são as lojas pequenas, tipo Pão de Açúcar Minuto. Isso porque o consumidor mudou seu comportamento. As pessoas querem comprar perto de suas casas, e a forma de atender essa demanda é pela capilaridade”, analisa Katri. Ele conta que a distribuição das franquias segue estudos com geomapas para que a distância do cliente ao ponto-de-venda gire em torno de, no máximo, 10 minutos. “As pessoas não querem ir longe, muitos jovens já não

querem mais ter carros. A uma distância de 10 minutos, você coloca o produto em um Uber e vai”, afirma.

Para Katri, outro benefício da franquia é ter a presença do dono da loja. “Não é só funcionário, e isso faz toda diferença. O dono da loja está o tempo todo tentando fazer negócios, tem outro ritmo. Num home center, por exemplo, cada vez você será atendido por uma pessoa diferente, com uma solução possivelmente diferente. Numa loja da Pinta Mundi você volta e avalia cada situação com o dono da loja. Ele pode ir até a casa do cliente se alguma coisa deu errado, por exemplo, chamar um técnico, buscar outra alternativa. É outra coisa. O caminho está muito claro pra mim”, continua.

O executivo explica que o mix também é customizado para cada loja. “A unidade de Araraquara tem um mix diferente da Brasilândia, que, por sua vez, tem um perfil diferente da Pompéia. Uma loja em Francisco Morato, por exemplo, tem produtos, horários e hábitos de compras diferentes, porque é uma cidade dormitório. É uma loja que vende bem no sábado após o meio dia, enquanto outras, como a Pompéia, não tem ninguém nesse horário”.

O SEGREDO DA FRANQUIA: MODELO SIMPLES, RETORNO RÁPIDO

Katri explica que, após as três primeiras franquias, que funcionaram como piloto da marca, a Pinta Mundi está na segunda onda, e vendeu oito franquias em seis meses. “Acabamos de inaugurar a quinta loja dessa segunda etapa, e já temos uma carteira de candidatos. Vamos abrir em torno de 20 lojas novas esse ano, fechando com mais de 40 unidades. Está cada vez mais rápido, mais eficiente. Nessa última inauguração, eu praticamente fui só como convidado. Estou focando no fortalecimento da marca, no site mais interativo, comunicação com o mercado, branding”, celebra.

Para ele, um dos segredos do sucesso é a simplicidade. “O nosso

LINHA DE FERRAMENTAS A BATERIA INTERCAMBIÁVEL

A tecnologia a favor do trabalho! Mais funcionalidade, economia e praticidade, com alto desempenho!

- Sistema Intercambiável de Baterias: compartilhe a mesma bateria com diversas ferramentas!
- Maior autonomia e mobilidade no trabalho profissional!

LANÇAMENTOS

IMAGENS ILUSTRATIVAS. TODOS OS DIREITOS RESERVADOS. PROIBIDA A REPRODUÇÃO PARCIAL OU TOTAL DESTA MATERIAL E CONTEÚDO.



www.vonder.com.br

Sempre utilize equipamentos de proteção individual VONDER

Visite o nosso stand **31/03** a **03/04** 2020 **FEICON BATIMAT**
Rua Principal (F)

Utilize o leitor de QR CODE e assista aos vídeos da Linha de Ferramentas a Bateria Intercambiável pelo seu smartphone!



É bom trabalhar com

vonder®

Praticidade e inovação para um excelente desempenho no trabalho profissional! A escolha é sua e a qualidade é VONDER!

“Ensine as pessoas a pintar, transformando isso em um momento de prazer.”

NASSIM KATRI,
Pinta Mundi



negócio de tintas é ‘moving box’, que dizer: você compra caixa e vende caixa. Você não transforma, não tem quase nada de serviço além da venda. Mesmo a máquina tintométrica é simples, você programa e faz a tinta”, afirma.

Ele revela que o investimento total do franqueado, incluindo estoque, fica em torno de R\$ 189.000,00 em uma loja do modelo compacto, entre 80 m² e 100 m². Depois, existe um segundo modelo de loja que varia de 100 m² a 150 m², com investimento total de R\$ 259.000,00, uma diferença que representa o estoque maior e a estrutura proporcional para o espaço. As compras de reposição são feitas pelos proprietários de cada unidade, seguindo uma negociação da marca com os fabricantes, que garante uma faixa de preço mais competitiva. “O retorno é muito rápido, porque a gente consegue aliar esse lucro do varejo e do atacado, então a rentabilidade é muito boa. As lojas Pinta Mundi não são as que têm maior venda por metro quadrado, e não são as lojas com maior faturamento. A gente tem maior rentabilidade: o aluguel gira em torno de R\$ 3.500,00 a R\$ 4.000,00, com baixo custo de ocupação, apenas um funcionário contratado, reposição rápida de estoque, quase não há perdas. Com tudo isso chegamos a um payback que varia entre 18 e 24 meses. O nosso breakeven ocorre em torno de três meses. A nossa estratégia é conseguir um negócio de retorno rápido, porque queremos que o franqueado tenha múltiplas lojas. Nosso foco é muito bem direcionado para isso: como minimizar o risco, como aproveitar oportunidades, e como estar perto do cliente”.

O executivo afirma ainda que a rentabilidade da segunda loja chega a ser 50% maior. “O estoque é compartilhado, o franqueado não precisa mais ser treinado em vendas aqui na loja, ele já conhece o negócio. Para abertura de novas unidades, a gente faz outro tipo de treinamento, que é mais sobre gestão de múltiplas unidades, estoque compartilhado e por aí vai”.

Para apoiar o franqueado, a Pinta Mundi também oferece um sistema de gestão que pode ser acessado pelo celular ou tablet do franqueado. “Com o sistema é possível acompanhar em

tempo real as vendas, analisar gráficos de performance por vendedor, por marca, por horário, faturamento e até realizar liberações de descontos quando necessário”, ressalta Katri.

MARCA PRÓPRIA E PERSONALIZAÇÃO POR CLIENTE

Sempre de olho nas tendências e oportunidades, Katri anuncia que Pinta Mundi colocará em suas lojas, em breve, uma linha de tintas própria. “Existe uma demanda para produtos de primeiro preço, que são esses de menor custo, que a indústria tradicional não consegue suprir. É aí que vamos entrar. De novo, a exemplo do que as redes de supermercados já fazem super bem: oferecem os produtos das marcas tradicionais, mas oferecem, também, uma alternativa de custo menor com as marcas próprias”, conta. “Já testamos e temos um produto muito bom. Outra vantagem da linha própria é a fidelização do cliente: se ele compra e gosta, vai voltar pela marca”, acredita.

Ele anuncia que, com a nova marca, a Pinta Mundi passa a ter a cor de cada cliente gravada na máquina tintométrica. “Teremos registrada a cor ‘Sala do Roberto’, por exemplo, e quando ele indicar para alguém é só chegar na loja e pedir. E quando quiser pintar de novo da mesma cor, não precisa lembrar o nome ou o código. Ele tem a cor ‘Sala do Roberto’”, orgulha-se Katri. “Quando pensamos onde investir, é nesse tipo de solução que precisamos trabalhar, não podemos gastar dinheiro errado: o investimento tem de ser feito onde vai aumentar a venda de tintas. Tem de ser muito focado. E tem de achar nichos diferentes, maneiras diferentes de trabalhar. Não é só preço. Tem de ter valor”, declara.

“A gente contratou uma consultoria para perguntar como fazer para as pessoas gostarem mais de comprar tinta. O resultado foi: ensine as pessoas a pintar, transformando isso em um momento de prazer. É o que estamos buscando aqui na Pinta Mundi. Sou um apaixonado por tintas. Com uma pintura você renova, transforma sua casa”, conclui Katri.

BULBO



DISPONÍVEL EM :

4,8W - 7W - 9W
12W - 15W

LUZ QUENTE

3000K



LUZ FRIA

6500K



#Luz para Todos os Momentos



FERRAMENTAS

NA MÃO DE **TODOS**

BRASFORT®

CORTAG
REVOLUTION TOOLS

FERRAMENTAS
3R São Romão
De Profissional para Profissional

Fuzil

GAMMA
FERRAMENTAS

As ferramentas, manuais ou elétricas, são tão importantes dentro de uma loja de materiais de construção quanto o ar que respiramos. Difícil imaginar uma residência sem, ao menos, uma simples chave de fenda. Afinal, o espírito do “faz tudo” é cultural no mundo. Os brasileiros ainda não chegaram aos níveis dos norte-americanos e europeus, que têm autênticas oficinas em suas garagens, preparadas para resolver, ou fazer, tudo o que acontece no lar.

Os fabricantes têm investido em tecnologia, no caso das ferramentas elétricas, e muita qualidade do material, no caso das manuais, para atender às exigências do novo consumidor brasileiro.

BLACK+DECKER

Os produtos de destaque

são: Parafusadeira 4 V

Íon Lítio, que combina inteligência e praticidade,

ideal para consertar, decorar e instalar.

É a ferramenta ideal para se ter em casa, pois demanda pouco esforço e te ajuda no

dia a dia. Pode ser acionada apenas com uma mão devido a tecnologia Push & Go, com 5 níveis de controle de torque para não danificar os parafusos, além de ser sem fio e compacta.

Parafusadeira/ Furadeira 20 V Autosense, uma ferramenta sem fio, com luz led e indicador de bateria. A tecnologia autosense garante o aperto perfeito do parafuso sem danificar as peças.

BOSCH

Pedro Costa, diretor de vendas da divisão de ferramentas elétricas da Robert Bosch no Brasil, informa que, em 2019, dentre os lançamentos estavam as inovadoras baterias Bosch ProCore18V, que contam com tecnologias exclusivas e que proporcionam às ferramentas muito mais performance, autonomia e superioridade em vida útil.

Direcionada para uso em trabalhos intensos, que exigem alto rendimento, como no caso de aplicações industriais, a bateria Bosch ProCore18V de 12Ah, exclusividade da marca no setor de ferramentas a bateria, garante três vezes mais tempo de trabalho que as baterias convencionais. As novas baterias ProCore18V são 100% intercambiáveis dentro da mesma classe de voltagem, ou seja, se encaixam em qualquer ferramenta a



bateria Bosch de 18V, o que garante mais versatilidade aos usuários. Além disso, por ser uma ferramenta Heavy Duty (para uso intenso), tem dois anos de garantia Bosch.

Na linha de equipamentos de medição, foi lançado o nível laser verde GLL 2-12 G com alcance de 12 metros e custo-benefício atrativo, que chega ao mercado para completar a família de níveis laser verdes da Bosch, tecnologia quatro vezes mais visível do que o laser vermelho, fator este que facilita o trabalho mesmo em ambientes muito iluminados.

A Dremel Lite, uma microrretífica a bateria de íons de lítio com 4, é outra novidade. Ferramenta possui carregamento USB e realiza diversas tarefas com precisão, como: polir, gravar, afiar e lixar diversos materiais – vidro, metal, madeira, tecidos, couro e plástico. Leve, compacta, versátil e silenciosa, o produto se destaca pela liberdade que proporciona para ser utilizado em qualquer lugar.

“Para 2020, estão previstos lançamentos ao longo do ano na linha de ferramentas a bateria. Vale ressaltar que a linha de ferramentas a bateria atende às demandas de todas as fases de uma obra e proporcionam diferenciais que favorecem o trabalho dos profissionais, como maior potência, menos peso e mais liberdade. A Bosch tem uma gama completa de soluções intercambiáveis, versáteis e tão potentes quanto os modelos convencionais à cabo, que incluem: furadeiras com e sem impacto, parafusadeiras e chaves de impacto, bem como martelos, serra circular, serra tico-tico, esmerilhadeira, serra sabre, multicortadora, aspirador de pó e lixadeira”, diz Pedro.

Recomendações: “Cada vez mais atuamos com objetivo de que nossos clientes considerem a Bosch como um provedor de sistemas e soluções e não somente de produtos. Assim, investimos muito na capacitação técnica de nosso time, além de realizar treinamentos e amplo suporte técnico para os revendedores e seu time de vendas, que são fundamentais para assegurar que os produtos sejam conhecidos e apresentados de forma correta aos usuários.

Também auxiliamos os revendedores por meio de treinamentos e investimentos em pontos de vendas (displays, monitores, comunicação visual, etc) assegurando que os produtos estejam expostos de forma correta e de fácil entendimento para os usuários de ferramentas elétricas. Acreditamos que o vendedor é vital para o segmento de ferramentas, já que nem todos os usuários possuem conhecimento técnico e precisam de uma consultoria no momento da compra.

Além disso, também disponibilizamos em nossos canais digitais diversos vídeos bem objetivos sobre diferentes produtos do portfólio, desta forma, levamos informações para um número ainda maior de balconistas, vendedores e usuários.”

Diferenciais: “A divisão de Ferramentas Elétricas da Bosch no Brasil – que conta com as marcas Bosch, Dremel, Freud, Sia Abrasivos e Skil – está sempre apresentando novidades ao mercado e todos os produtos são pensados e desenvolvidos para que as necessidades dos usuários sejam atendidas, tendo como foco segurança, aumento de produtividade e qualidade.

Vale ressaltar que a Bosch constantemente realiza pesquisas de mercado para ouvir e entender as necessidades e expectativas dos profissionais a fim de aprimorar seus produtos e oferecer soluções que impulsionem a produtividade no dia a dia de trabalho.

Por conta de uma gama extensa de produtos, trabalhamos muito para que o usuário de ferramentas elétricas e a bateria, na hora da compra, adquira a solução correta. Assim, a Bosch orienta os revendedores sobre a importância de apresentar as ferramentas e seus acessórios no ponto de venda de forma que o cliente possa visualizá-los com facilidade e conhecer as soluções completas para sua necessidade. Além disso, a demonstração dos diferenciais de cada produto também é relevante para a decisão de compra. Além disso, trabalhamos em duas frentes: online e offline. No online disponibilizados em nossas mídias sociais vídeos explicativos que detalham as características técnicas dos produtos que podem ser acessados tanto por vendedores como por usuários. Já no off-line trabalhamos o ponto de venda (PDV) para que ele seja de fácil entendimento e auxilie no momento da compra. Materiais como displays, monitores e outros são essenciais para atingir este objetivo.”

BRASFORT

“Nós da Braft tivemos lançamentos para as duas marcas do grupo: Brasfort e Waft. O lançamento de jogos de fresas da marca Brasfort e para a Waft tivemos o lançamento de chave de roda telescópica, entre outros produtos no ano de 2019”, explica Bruno Joanna – Supervisor de Marketing.

E acrescenta que em 2020 está lançando, no primeiro trimestre do ano, Misturadores de Aço, “que tem como objetivo a mistura homogênea de argamassa e tintas para a marca Brasfort.

Para a marca Waft, também fizemos o lançamento do multímetro automotivo, o seu uso é voltado para mecânicos para a medição de rotação do motor e temperatura. Algumas especificações técnicas do produto para os entusiastas do segmento: Display LCD 2,3”; Leitura de Ângulo Dwell; Leitura de Rotação Tach; Iluminação no

Display; Acabamento Emborrachado; Suporte para Apoio; Cabo com Sensor de Temperatura”, explica.

Bruno reforça que o “nosso diferencial no mercado vem do expertise e da experiência de atuar há mais de 20 anos no mercado de ferramentas. Trazendo para o consumidor opções para utilizações em diversos ramos desde jardinagem até automotivo.”

DEWALT

A DEWALT, marca líder na fabricação de ferramentas para uso profissional e industrial, está lançando o Martelo Perfurador/Rompedor SDS MAX 1-3/4” (45MM) D25614K, ideal para quem precisa realizar uma perfeita perfuração de cerâmicas e concretos em obras de manutenção ou construção.

Em obras profissionais, devemos ir em busca das melhores ferramentas para obter melhores resultados e executar o trabalho com maior conforto, por isso, a DEWALT possui o sistema Perform&Protect (Desempenho e Proteção) que traz ferramentas com melhor desempenho e maior segurança, e lança o Martelo Perfurador/Rompedor SDS MAX 1-3/4” (45MM) com um sistema anti-vibração que reduz a vibração transmitida ao usuário em comparação as ferramentas sem esse sistema.

O Martelo Perfurador possui controle de velocidade constante que permite manter o RPM (rotações por minuto), independentemente da broca ou profundidade da perfuração, e 10.5 joules para perfurações rápidas e eficientes, mesmo nos concretos mais duros. Para maior conforto do usuário no manuseio ao perfurar e romper, possui empunhadura ergonômica emborrachada. Conta com um inovador sistema anti-rotação que diminui a força e a rotação automaticamente caso ocorra a perda do controle da ferramenta durante perfurações extremas, além de um seletor de velocidade variável para maior controle em perfurações iniciais e aplicações de rompimento.

FERRAMENTAS SÃO ROMÃO

“Nosso último lançamento foi a dobradiça quadrada, considerada um produto inovador por não ter solda no pino, além de ter o aço forjado como mais um de seus diferenciais”, informa o diretor Geraldo Ferreira Gomes.

Revendedores: “Constantemente, fazemos treinamentos técnicos e comerciais para revendedores, televendas e call centers do setor de construção. Desenvolvemos campanhas de venda e ações de marketing como fomento para a comercialização de nossos produtos. Estamos sempre anunciando em seus catálogos e tabloides e, também, com presença da marca nos pontos de venda. A nossa parceria com os revendedores é muito forte e





Na hora da troca, escolha qualidade. Vá de Amanco Wavin.

A Amanco Wavin é parceria além da obra. Por isso tem soluções completas e produtos com a melhor qualidade para a sua obra, do início ao fim. Quer praticidade? Acesse o aplicativo Meu Instalador e marque uma visita com um especialista.

	10 MATIAS ▲
	7 TÚLIO MARAVILHA ▼

estamos sempre em busca de estreitar os laços porque reconhecemos a sua importância em nossos negócios.”

Diferenciais: “Os nossos produtos são feitos com matéria-prima de excelente qualidade, além possuírem têmpera por processo indutivo e pintura eletrostática de base epox. Essa combinação faz com que nossas ferramentas tenha excelente custo x benefício.”

Mercado: “Em 2019, tivemos um crescimento de 10,50% e em 2020 nossa meta é crescer mais. A retomada da construção civil nos dá a certeza de um crescimento mais robusto em 2020. Economicamente, o Brasil tem apresentado algumas dificuldades nos últimos anos, mas continuamos investindo em tecnologia e inovação em nossos processos para que possamos contornar qualquer obstáculo que aparecer.

Estamos, cada dia mais, preparados para que nossa produção seja maior e melhor. Investimos muito esforço, também, na boa relação com nossos parceiros. Assim, seguimos otimistas, percebendo avanços na economia e, conseqüentemente, uma melhora no mercado.”

GAMMA

Em 2019 a Gamma Ferramentas lançou, com grande aceitação do mercado, a linha de ferramentas a bateria. Este lançamento ocorreu durante a realização da Feicon 2018. Composta por seis modelos de ferramentas: Parafusadeira Furadeira 3,6V, Parafusadeira Furadeira 12V, Parafusadeira Furadeira 16V, Parafusadeira Furadeira 21V, Parafusadeira Furadeira de impacto 21V e Chave de Impacto 21V, todas equipadas com baterias de íons de lítio, carregador bivolt, maleta plástica para transporte (exceto no modelo de 3,6V) e duas baterias (exceto no modelo de 3,6V). Ferramentas leves, ergonômicas, com excelente relação custo-benefício, ideais para instaladores de móveis, mecânicos, marceneiros, entre outros ramos de atividade.

“Também lançamos, em 2019, a linha de misturadores de argamassa G1962 e G1963, com 950 e 1600W de potência, respectivamente. Estas ferramentas destacam-se por serem capazes de homogeneizar diversos tipos de materiais, tais como: tintas, argamassas, gesso, grafiato e colas, entre outros materiais que necessitem ser misturados com rapidez e sem respingos, graças à rotação baixa e torque elevado”, informa o Coordenador de Produtos Alcides Matucheski. Para o ano de 2020 a Gamma Ferramentas está programando para o segundo semestre o lançamento e a melhoria tecnológica de várias ferramentas elétricas e acessórios utilizados em nossos equipamentos. São várias ferramentas elétricas que vão surpreender os clientes e o mercado nacional, aguardem.

A Gamma Ferramentas adotou a partir de 2019 a participação bianual em Feiras, assim, no ano de 2020, realizaremos uma série de eventos dedicados e direcionados aos principais parceiros de negócios e nichos de mercado que compreendem o



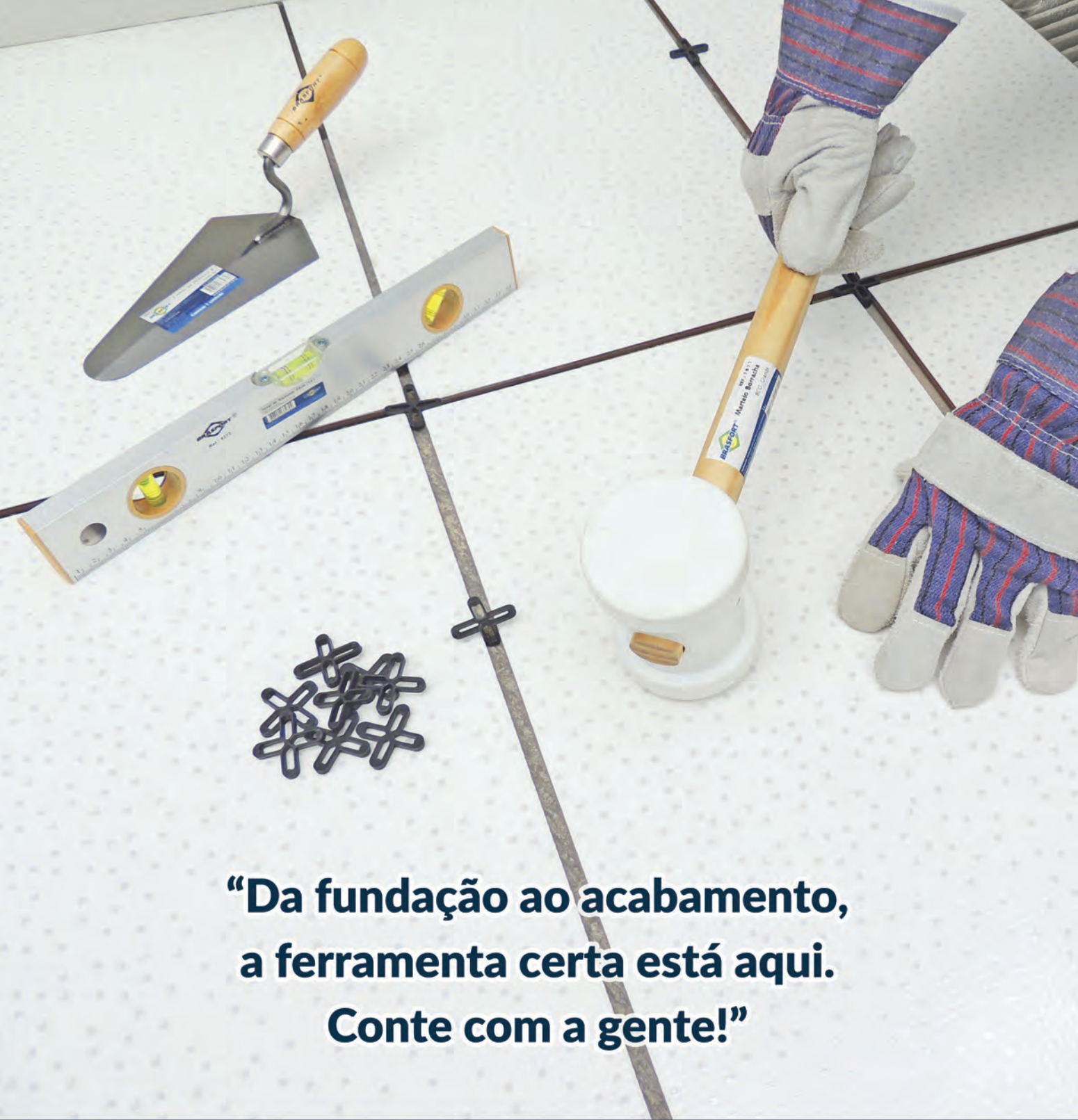
nosso público alvo, tornando o resultado e a visibilidade mais assertiva dentro da estratégia da empresa.

Revendedores: “A Gamma Ferramentas disponibiliza para seus parceiros de negócios revendedores de materiais de construção um vasto material de apoio para divulgação dos produtos nos pontos de venda. Este material consiste em banners, catálogos, expositores e faixas. Além disso, a Gamma Ferramentas auxilia os clientes na organização e distribuição dos materiais nos pontos de venda para melhor visualização dos consumidores. Outro ponto que podemos destacar é o trabalho realizado pela equipe de demonstração técnica, que realiza trabalhos de demonstração e teste dos produtos Gamma nos pontos de vendas, alavancando as vendas e gerando necessidade de compra nos consumidores.”

Diferenciais: “A Gamma Ferramentas se preocupa com a apresentação e a harmonização das embalagens dos produtos, para isso, contamos com uma equipe de marketing envolvida diretamente no desenvolvimento das embalagens dos produtos. Sempre buscando informar, de forma clara e objetiva, para que fim o produto se destina, qual a tensão de ligação, informações do produto e exemplo de uso a fim de diminuir as dúvidas do consumidor no ato da compra.”

Mercado: “Embora o Brasil tenha passado por um momento de crise em 2019, provocada principalmente por problemas políticos, o país ainda apresenta uma economia forte e sólida. O Brasil é um grande produtor e exportador de mercadorias de diversos tipos, principalmente commodities minerais, agrícolas e manufaturados. As áreas de agricultura, indústria e serviços são bem desenvolvidas e encontram-se, atualmente, em bom momento de expansão. Considerado um país emergente, o Brasil ocupa o 8º lugar no ranking das maiores economias do mundo (em volume de PIB de 2018). O Brasil possui uma economia aberta e inserida no processo de globalização. O resultado de 2019 não poderia ter sido melhor, com um aumento significativo das vendas em comparação a 2018. Estamos cada vez mais inseridos dentro do mercado de ferramentas elétricas, figurando entre as principais marcas e somos sempre lembrados pelos consumidores.

Nosso desafio para 2020 é continuar crescendo e despontando cada vez mais no cenário nacional, para isso contamos com o



**“Da fundação ao acabamento,
a ferramenta certa está aqui.
Conte com a gente!”**

BRASFORT®



empenho de toda nossa equipe de colaboradores que está sempre em busca de aprimoramento interno para a melhoria nos processos.”

IRWIN

Broca para Porcelanato – É a solução para a perfuração de porcelanato, cerâmica, granito e mármore a seco, com excelente acabamento. Tem borda diamantada e cera incorporada, além de encaixe cilíndrico.

Trena Profissional 5 metros/ 16 ft – É graduada em milímetros e polegadas, tem superfície emborrachada com design anatômico, além de ser resistente a impactos. Tem presilha para encaixe na cintura e imãs na ponta, para mais agilidade em medições de superfícies metálicas.

JAPI

Os lançamentos da Japi foram:

Trena de caixa fechada de ABS de alta resistência. Possui fita em fibra de vidro com pintura fosca antirreflexo, numeração contínua e graduação em milímetros e polegadas, clipe metálico na ponta da fita, manivela articulada para recolhimento da fita e alça emborrachada. É resistente à umidade e variações de temperatura

Fita Dupla Face: Possui excelente capacidade de resistência em aplicações internas e externas. Suporta até 300 g, fixação ultra forte, substitui a utilização de pregos e parafusos. Mede 19 mm x 2 m e está disponível na cor transparente.

Fita Silver – Japi: Fita adesiva multiuso reforçada com tecido, têm alta resistência e poder de adesão na maioria das superfícies. Pode ser usada em múltiplas aplicações: reparos provisórios, fixações diversas, proteção e outros. Mede 48 mm x 5 m e está disponível na cor prata.

Fita Crepe: Disponível em três dimensões: 18 x 50 mm, 24 x 50 mm e 48 x 50 mm. É um produto resistente e com excelente fixação, de muitas aplicabilidades no dia a dia.

Alicate descascador de fios : Alicate descascador de fios, descasca fios de 0,75 a 2,5 mm de diâmetro.

Embalagens: Todas as embalagens dos produtos Japi são autoexplicativas e os atributos que os revendedores podem destacar para auxiliar a venda são sua qualidade e o preço compatível com o mercado.

PACETTA

Erica Souza, do departamento comercial da Pacetta informa que o diferencial da Pacetta está na qualidade das suas ferramentas, que são forjadas e inteiriças. “A empresa possui mais 72 anos de tradição fornecendo materiais de qualidade tradição e durabilidade aos seus clientes”, explica. E acrescenta que

o ano de 2019 foi cheio de surpresas positivas: “Após o alinhamento de preços que fizemos em nível nacional, o crescimento veio em um momento importante para a empresa, que vem se recuperando e vai se manter no mercado.

Em 2020, aumentaremos nossa capacidade de produção para a diminuir o prazo de carregamento. Esperamos, ainda, abrir para mais regiões e atender nossos clientes nos quatro cantos do Brasil, entregando produtos com agilidade e qualidade.”

PARABONI

A Paraboni sempre trabalha na ampliação do mix de produtos, cadenciando seu desenvolvimento em novas soluções para tarefas tradicionais, mas, também, ativando categorias que passaram a figurar nas vendas de materiais de construção e ferragens, como as linhas de utilidades e bazar.

Dois novos produtos merecem destaques, lançados em novembro de 2019.

Desempenadeira de Aço Lisa com cabo aberto. A peça é produzida em aço relaminado e encroado. O acabamento é zincado e ela possui, ainda, cabo plástico injetado, o que a torna mais resistente (não enferruja); o cabo não solta; e o acabamento do trabalho, ao manusear a peça, é perfeito.

Cabo Angulado para Acabamento, produzido em polipropileno e acabamento amarelo, ideal para serviços de limpeza e acabamento com o auxílio de pincel, vassoura ou broxa.

Embalagens: as desempenadeiras, por serem um produto básico e de uso comum entre quaisquer trabalhadores da construção, não exigem embalagens muito elaboradas. Porém, é colada na desempenadeira uma etiqueta com todas as informações pertinentes ao produto, tais como características, prazo de garantia, qualidade, riscos à saúde e à segurança, além do prazo de validade. O que dá tranquilidade ao usuário ao adquirir uma peça.

O cabo angulado, por sua vez, é um produto diferenciado, assim, a embalagem plástica possui uma cartela que contém todas as instruções de uso e aplicabilidade do produto. Além disso, destaca as características, prazo de garantia, qualidade, riscos à saúde e à segurança, além do prazo de validade. Todas as embalagens ou etiquetas de produtos Paraboni contém esses dados informativos, o que traz segurança e confiança ao adquirir uma peça.

Diferenciais: a confiabilidade, a durabilidade e a tradição dos nossos produtos, suporte aos revendedores, conveniência (possuímos uma linha completa de ferramentas manuais). Todos os produtos Paraboni oferecem 90 dias de garantia contra defeitos de fabricação.



ACRÍLICO SUPER LAVÁVEL LUKSCLEAN SUPER PREMIUM DE VERDADE

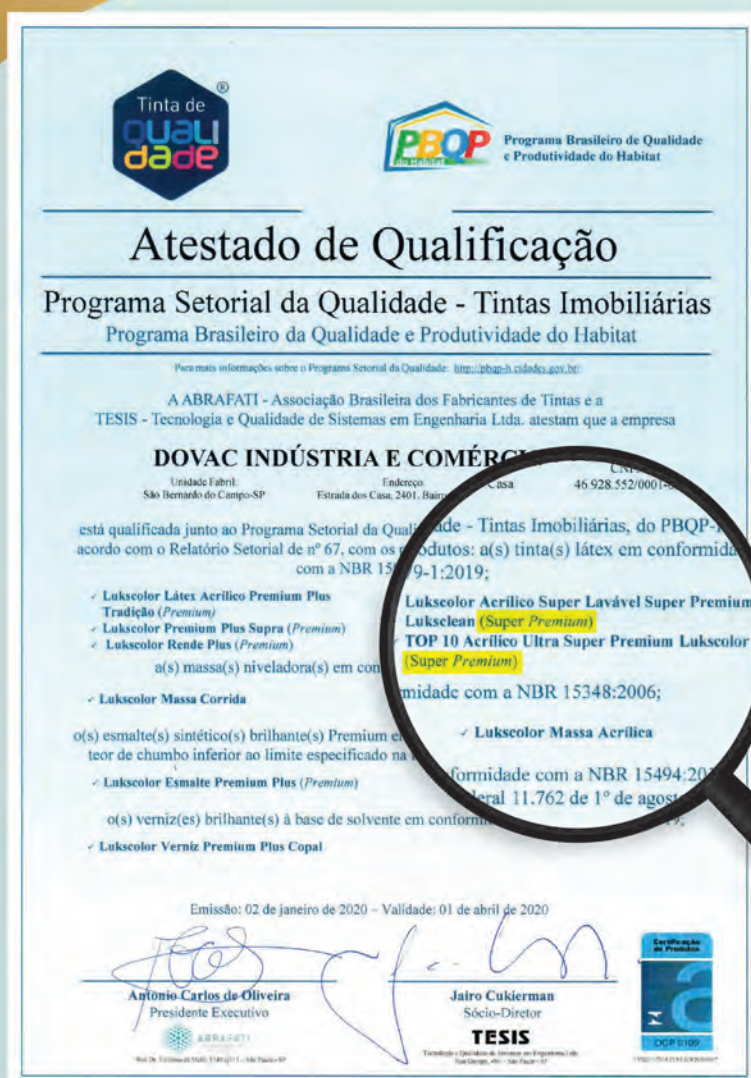
CERTIFICADO PELO PSQ-TI - ABRAFATI - TESIS*

EM TRÊS ACABAMENTOS:

- ✓ FOSCO
- ✓ SEMIBRILHO
- ✓ ACETINADO/SEDA



ESCANEE ESTE
QR CODE PARA MAIS
INFORMAÇÕES



INOVAÇÃO EM TINTAS TEM NOME: LUKSCOLOR

Instagram: @lukscolor tintas Facebook: lukscolor tintas YouTube: Lukscolor Tintas Pinterest: Lukscolor Tintas WhatsApp: Lukscolor - Luksapp

Website: www.lukscolor.com.br Phone: (11) 4344 - 3800



STANLEY

Esses dois modelos são inovações da linha e foram incorporados para um portfólio completo:

Furadeira de Bancada de 1/2" - Para quem busca trabalho perfeito e com segurança, com uma bancada de ferro fundido, que proporciona mais firmeza e precisão.

Martelo Demolidor de 10 kg. Com um potente motor de 1600 w, energia de impacto de 5 – 25 Joule, encaixe SDS MAX* e 6 níveis de controle de impacto, apresenta uma empunhadura em D, que ajuda no maior controle e ergonomia.



STARRETT

Em 2019 foi lançado o Disco para corte de madeira, e em 2020 serão lançados o lubrificante Starrett - LUB, a nova linha de serra copo diamantada e a nova linha de lâminas de serra sabre. Antônio Alberto D'Angelo, Gerente de Produto da Starrett informou que a empresa vai participar da FeiconBatimat com um estande de 140m² na rua D , expondo a linha completa para a construção civil.

Revendedores: D'Angelo informa que a Starrett tem uma campanha para os revendedores composta por oito displays em 12 opções de combos diferentes, para que o representante oferte ao seu cliente.

"Assim que o cliente escolher o combo de interesse, ele ganhará o display correspondente. São mais de 1.500 displays disponíveis", diz.

Diferenciais: "Embalagens autoexplicativas que atendem todas as normas. As embalagens são desenvolvidas para ajudar na melhor identificação dos produtos no ponto de venda. Temos QR code nas embalagens que levam ao nosso site com mais detalhes sobre o produto."

Mercado: "Em linhas gerais, a Starrett cresceu dois dígitos em 2019 e projeta um grande crescimento para 2020, com o aquecimento do mercado."

TRAMONTINA

No segmento de ferramentas manuais e elétricas, a Tramontina lançou novas caixas plásticas, maleta organizadora e trena a laser em 2019. As caixas plásticas foram projetadas para armazenar e transportar ferramentas e outros objetos. Disponível em três tamanhos, 13, 17 e 20 polegadas, são produzidas em polímero de alta resistência e possuem bandeja removível, o

que facilita o uso.

A maleta organizadora plástica 7.1/2", com seis compartimentos tem corpo e divisórias injetadas em plástico de alta resistência e a trava reforçada para um fechamento seguro. A tampa da

peça é transparente, auxiliando na busca dos materiais e pode ser usada, também, em áreas como eletrônica e pesca. O lançamento ainda pode ser armazenado dentro de outras caixas da mesma linha, expandindo o espaço.

Agora, a Tramontina Master conta com quatro opções de medidores com capacidade de 30, 40, 60 e 80 metros. O novo modelo possui faixa de medição de 0,5 a 30 metros, com corpo plástico que facilita a pegada e garante proteção contra pó e respingos de água (IP54). Além disso, permite o uso em cinco unidades diferentes de medida - metro, pé, polegada milesimal, pé/polegada e polegada fracionária - e acompanha duas pilhas alcalinas que garantem aproximadamente 10.000 medições antes da substituição.

Em 2020 a marca está lançando novas caixas plásticas, maleta organizadora, lavadora de alta pressão e caixa sanfonada de ferramentas.

A Caixa Sanfonada para Ferramentas com 5 gavetas possui corpo em aço conformado, tornando o transporte dos itens mais prático e seguro. Sua pintura eletrostática forma uma película protetiva tornando o produto ainda mais durável, além disso, garante um acabamento excelente e resistente à corrosão.

Disponível também, em versão com 60 peças que acompanham a caixa: chaves de fenda, alicates, chaves de aperto, soquetes, entre outros. Ideal para profissionais autônomos, que necessitam de produtos de alta qualidade.

Revendedores: A Tramontina procura estar próxima aos revendedores através da rede de representantes. Além disso, a empresa investe constantemente em exposição no PDV.

Diferenciais: Os grandes diferenciais dos produtos Tramontina são a tecnologia empregada nos produtos, além dos mais criteriosos testes de resistência, que resultam em itens com maior durabilidade.

Mercado: O ano de 2019 foi positivo para a Tramontina. De maneira geral, atingiram as metas propostas em planejamento estratégico, consolidamos novas linhas de produtos e seguimos no caminho da inovação, investindo em tecnologia, novos equipamentos e lançamento de produtos para ampliar a participação no mercado. Na Tramontina, o trabalho está na busca pela redução de custos, atuando de forma a nos tornar ainda mais competitivos em 2020.





Solução

para tudo,
para todos
para o **seu cliente.**

Inovação e confiança são palavras que orientam a estratégia de atuação da GAMMA FERRAMENTAS no mercado nacional.

Com um portfólio de ferramentas e equipamentos adequados à nova realidade do consumidor.

A Gamma fixa-se cada vez mais como marca referência presente nos principais distribuidores e especialistas em ferramentas do Brasil. Estamos preparados para os novos desafios e novos consumidores, **VAMOS JUNTOS?**

Conheça nossa linha completa em www.gammaferramentas.com.br



GAMMA
FERRAMENTAS

VONDER

A VONDER conta com um amplo mix de especialidades, que se destaca no mercado pela performance superior, durabilidade e rigor técnico incomparável no desenvolvimento de cada item. Respeitando esses aspectos, as linhas de ferramentas manuais e ferramentas elétricas da VONDER estão entre as mais tradicionais da marca. São produtos que, ao longo do tempo, se tornaram best-sellers da VONDER devido à preferência do mercado, em função de premiações recebidas, além do fato de que suas linhas são compostas por itens fundamentais para muitas atividades, com destaque para a durabilidade, funcionalidade e ergonomia, além do alto desempenho.

A maior parte dos produtos da linha de ferramentas manuais da VONDER, por exemplo, conta com cromo vanádio, um tipo especial de aço que é formado pela combinação de diferentes ligas, garantindo propriedades físicas, químicas e mecânicas de maior resistência. Isso significa que são ferramentas comprovadamente mais robustas e com maior durabilidade, que fazem a diferença para os profissionais que as utilizam. São itens desde os tradicionais alicates universais, passando por outros modelos de alicate como corte diagonal, bico chato, corte frontal, tensionador para abraçadeiras de nylon, cortador de cabos, furador, corta vergalhões e cabos, travador, bico meia-cana, electricista, crimpador e tantos outros; chaves grifo, para canos, estrela, combinadas, fixas, biela, de roda; martelos, chave canhão, de fenda, ponta Phillips, hexalobular, allen e muitos outros itens que fazem da VONDER uma das linhas mais completas do mercado.

Um destaque da linha são os Jogos de Ferramentas, com composições muito versáteis para as mais diferentes situações do trabalho profissional, variando desde modelos com 110, 49, 39 e 36 peças, ou até mesmo o clássico com 8 peças, muito funcional para diversas tarefas do dia a dia: martelo unha 23 mm, alicate universal 8", alicate bico meia-cana 6", estilete 18 mm, duas chaves de fenda (1/8" x 3" e 1/4" x 4") e duas chaves de fenda cruzada/Phillips (1/8" x 3" e 1/4" x 4").

A linha de ferramentas elétricas é outro carro-chefe da VON-

DER, com um dos mix mais completos e premiados do mercado, sinônimo de elevado rigor técnico, potência e alto desempenho. São furadeiras com e sem impacto, parafusadeiras, chaves de impacto, esmerilhadeiras, lixadeiras angulares, lixadeiras de cinta, lixadeiras multifunção, lixadeiras de concreto e de parede, lixadeiras orbitais, politrizes, microrretíficas, motoesmeris, sopradores, serras circulares, serras de esquadria, tupias, plainas, serras tico-tico, serras mármore, cortadores de parede, martelotes, vibradores de concreto, misturadores de argamassa e muitos outros. Itens que reúnem força, alto desempenho e segurança em uma linha profissional completa!

Entre os lançamentos de destaque, está a Esmerilhadeira Angular EAV 2200 VONDER, para cortes, desbastes e acabamentos em superfícies metálicas. O modelo possui punho auxiliar com três posições de fixação que atuam como apoio durante o manuseio da ferramenta; botão de trava do eixo, interruptor com trava de segurança, empunhadura ergonômica e cabo ajustável proporcionando mobilidade em diversos locais de operação.

Há também o Cortador de Parede CPV 3150 VONDER, ideal para aberturas e canais em alvenaria, a seco ou a úmido, para colocação de conduítes, tubulações, entre outras aplicações – deve ser utilizado obrigatoriamente com aspirador de pó no corte a seco. Possui potência de 3.000 W, rotação (rpm) de 7.000/min e deve ser utilizado com disco de 121 mm. O modelo trabalha com 5 discos diamantados em paralelo, agilizando o trabalho na abertura de canaletas e proporcionando maior precisão.

E ainda a linha de ferramentas com bateria intercambiável VONDER, apontada como uma das principais evoluções nas ferramentas elétricas e uma solução altamente moderna, ao combinar alto desempenho com maior autonomia, dispensando os cordões elétricos, por atuarem com baterias de alto desempenho que podem ser compartilhadas com outras ferramentas da mesma família. A linha da VONDER conta com mais de 20 itens, que compartilham a mesma bateria de íons de lítio com todos os produtos dessa família, ou seja, alta tecnologia a favor do trabalho profissional, com muito mais funcionalidade, economia, praticidade, além, claro, do alto desempenho, características presentes em todo mix de produtos da VONDER. Compõem a linha modelos de parafusadeira com impacto, parafusadeira/furadeira com e sem impacto, chave de impacto, esmerilhadeira, politriz roto-orbital, lixadeira multifunção, lixadeira de cinta, lixadeira roto-orbital e lixadeira delta. Também dois modelos de martelotes perfuradores e rompedores, além da Serra Sabre e Serra Tico-Tico. Na linha de jardinagem, o Aparador de Grama e Soprador/Aspirador, além do aspirador de pó e três modelos de lanternas de LED, todos com a inovação de uma única bateria compatível aos outros produtos da mesma linha!

Revendedores: O stand da VONDER tradicionalmente está entre os mais movimentados e com uma atenção especial do



público da feira, devido ao modelo de exposição, que tenta re-tratar um ponto de venda ideal, com a segmentação do mix por famílias, respeitando suas particularidades e deixando próximo também acessórios e consumíveis, como itens complementares para a venda consultiva mais assertiva. Também oferecemos as demonstrações dos principais destaques e lançamentos do ano, numa oportunidade para tirar dúvidas e verificar, na prática, o desempenho dos produtos para uma experiência ainda mais diferenciada a quem prestigia nosso stand.

Diferenciais A VONDER é reconhecida e premiada no mercado por seus produtos de alto desempenho, máxima qualidade, rigor técnico e um mix incomparável de especialidade, voltado para as mais diferentes atividades profissionais e industriais. Esse posicionamento é resultado, também, dos investimentos constantes para certificar aspectos como a potência de seus produtos, composição da matéria-prima tanto dos equipamentos quanto consumíveis, passando também pela durabilidade e resistência de suas linhas, realizando constantes testes em seu laboratório próprio, que atestam e comprovam esses atributos técnicos imprescindíveis em termos de segurança e qualidade, fatores muito importantes para as linhas em geral comercializadas pela VONDER.

Entre outros diferenciais da marca, destacam a cobertura lo-

gística e comercial com amplitude nacional, o maior mix de produtos do segmento, a maior rede de assistência técnica do setor e tantos outros serviços e compromissos, que fazem da VONDER uma marca cada vez mais presente junto a quem trabalha ou usa ferramentas em seu dia a dia, com a credibilidade e confiança de ter em mãos a ferramenta ideal para suas necessidades e aspirações.

Mercado: Estamos passando por um momento de transição e percebemos que o segmento de ferragens, ferramentas, máquinas e equipamentos em geral, indústria e tantos outros nichos da economia, acompanhou essa trajetória de retomada que norteou o mercado brasileiro de uma forma geral no ano passado.. Setores como a construção civil, indústria, agronegócio e tantos outros fazem projeções positivas para 2020 em termos de investimentos e crescimento, e a VONDER acompanha essa tendência otimista para nossa economia, até por oferecermos produtos que ajudam a sustentar setores que, tradicionalmente, dão respostas rápidas nas reações e comportamentos de consumo. De maneira geral, o cenário é de otimismo, balizado pela confiança das associações e do meio empresarial como um todo, e no ânimo dos revendedores e consumidores, os primeiros indícios de que essa retomada econômica do país tende a crescer e prosperar nos próximos meses de 2020.

Linha Profissional

Torquês
Ferrador
12"

Torquês
Corta-Casco
14"

Torquês
Carpinteiro
7" | 8"

Torquês
Azulejista
5" | 6"

Torquês
Pedreiro
8"

Torquês
Armador
10" | 12" | 14"

As mais vendidas do Brasil

Linha Premium

Torquês Armador
12" | 14"

Torquês Armador
Cromo Vanádio
13"



SAIBA
MAIS
SOBRE
NÓS



f @ SAOROMAO.COM.BR

45 anos de histórias que
constroem a nossa.

FERRAMENTAS

AJUDA DO LOJISTA

Os profissionais da construção, serralheiros e marceneiros são soberanos na compra de ferramentas. Por outro lado, cada vez mais o consumidor brasileiro se aventura pela cultura do “faça você mesmo”, seja motivado pelos muitos tutoriais da internet, por programas de TV ou pela crise econômica. Para atender a diferentes demandas, a indústria segue apresentando tecnologias para aumentar a produtividade, a mobilidade e proporcionar a melhor experiência a especialistas e hobbystas.

Apesar das várias oportunidades que essa combinação sugere, a competitividade no ramo de ferramentas é alta e as margens cada vez mais enxutas: nessa hora, uma boa exposição dos itens e uma venda consultiva fazem a diferença para melhores resultados, mais cross sell e clientes mais satisfeitos!

CONIBASE

De olho no profissional e no hobbysta

O gerente de compras da Conibase, Julio Cesar de Campos Correa de Moraes, reconhece a grande representatividade do segmento profissional para o mercado de ferramentas, tanto no setor de ferramentas elétricas (furadeiras, marteletes e parafusadeiras, entre outras) quanto manuais (alicates, pás, cavadeiras etc.). Mas o executivo destaca que uma mudança importante se configurou nos últimos anos. “Vejo que esse mercado vem passando por um momento de transformação e evolução, atingindo cada vez mais o consumidor final, tanto masculino quanto feminino, que vem crescendo bastante”, constata.

Ele vê uma grande diferença entre esses dois públicos. “O principal consumidor ainda é o profissional – serralheiro, pedreiro, vidraceiro etc. –, que procura máquinas de alta performance, cada vez mais potentes, leves, e de alta durabilidade, que proporcionem uma solução rápida e eficaz para o trabalho que será realizado. Entre os consumidores finais há um crescimento grande, seja em ferramentas elétricas, para algum reparo ou hobby, seja em ferramentas manuais, principalmente no setor de jardinagem”, avalia.

Em um segmento que investe fortemente em tecnologias, o executivo reconhece que o uso de baterias é o maior avanço dos últimos tempos. “Acho importante destacar a evolução que esse mercado vem apresentando nas ferramentas elétricas, com novas tecnologias vindas principalmente da China, onde atuam os principais fabricantes do mercado brasileiro. O ponto mais relevante é a migração das ferramentas elétricas para bateria. No curto prazo, esse mercado irá superar o tradicional, pela aceitação, tecnologia e trabalho que os fabricantes vêm fazendo na divulgação e lançamentos nesse segmento”, diz.

Para impulsionar as vendas, Julio Cesar percebe que lojas especializadas, home centers e revendas menores, de acordo com suas especificidades, investem muito na localização e exposição desses produtos. “Exemplo disso são as ‘bancadas funcionais’ nas lojas, além da divulgação dos produtos em mídias digitais e impressas, dentro e fora dos estabelecimentos”, conta. Ele lembra que hoje existem grandes fabricantes no mercado, comercializando máquinas parecidas em especificação e tecnologia. “Por isso, a indústria apoia e investe na apresentação dos produtos nas revendas. Os fabricantes ‘ganham’



“Com a forte concorrência do mercado, a margem de venda torna-se bem apertada.”

**JULIO CESAR DE MORAES,
CONIBASE**

os clientes pela divulgação da marca e por uma bela exposição dos seus produtos no PDV”.

Outro ponto fundamental é o cross sell. “É um setor que tem uma gama grande e necessita de muitos acessórios, então as lojas trabalham na exposição desses produtos próximos de seus itens principais, já que o consumidor terá, necessariamente, de comprar e repor esses itens”, indica. “Com a forte concorrência no mercado de ferramentas, potencializada pelos ‘marketplaces’, a margem de venda torna-se bem apertada. Por isso, explorar os itens complementares ajuda muito na rentabilidade e sustentação do setor, além de atender e satisfazer o cliente de maneira completa”, continua. “As lojas também exploram bastante os kits, nos quais o consumidor leva os acessórios junto com o produto principal. Essa não é uma forma explícita de cross sell, mas é um jeito bacana de fazer o consumidor comprar também os acessórios, além do lojista ‘sair’ da guerra de preços e explorar uma rentabilidade maior”.

O gerente ainda destaca que, por se tratar de produtos técnicos, em sua maioria as vendas são assistidas e para isso a parceria entre revendas e indústria mostra-se fundamental. “A indústria se preocupa principalmente com a capacitação dos vendedores, pois o vendedor preparado consegue especificar e mostrar as vantagens da ferramenta correta. Quando isso não acontece, a chance de não atender a necessidade do consumidor é grande, e muitas vezes ele acha que a ferramenta é ruim. Consequentemente, fica insatisfeito com a loja e com o

fabricante”, afirma. “Quando falamos de consumidores profissionais, normalmente eles já vêm com a especificação do produto, mas como disse anteriormente, cresce cada vez mais o nicho de consumidores finais, que são clientes que exigem uma explicação e direcionamento do produto mais indicado pra eles”.

Outra oportunidade está na venda pela internet. “Hoje nossa venda pela internet na Conibase está apenas começando, mas um dos segmentos em que apostamos bastante é o de ferramentas, principalmente máquinas elétricas. É um mercado muito promissor, porém vem sendo ‘canibalizado’ e a rentabilidade do lojista está cada vez menor. O crescimento desse mercado pela internet é certo, é algo que teremos que desenvolver para atender às necessidades do cliente no curto prazo. Os clientes finais cada vez mais têm pesquisado e comprado no mercado digital”, complementa.

Em relação ao mercado, Julio Cesar mostra-se otimista com o próximo ano. “Estamos com uma expectativa positiva para o ano de 2020. Claro que dependemos muito das situações políticas e econômicas, mas estamos evoluindo e nos preparando para esse aquecimento. Tivemos mudanças significativas em nossa estrutura de loja, deixando mais moderna e preparada para receber o consumidor final, com foco considerável no público feminino. Em paralelo, também melhoramos bastante nosso mix de produtos, acompanhando novas tendências e novas tecnologias”, conclui.

GOLD

A melhor opção para você





É DE CASA

Nova, mas com responsabilidade

Depois de 23 anos atuando no ramo da construção civil, Elisângela Barros abriu, há pouco mais de um ano e meio, a É de Casa. “Em nossa loja, atendemos dois tipos de público para a família de ferramentas. O consumidor final, que é aquele que, normalmente, compra ferramentas manuais para efetuar pequenos trabalhos em sua residência, e os profissionais prestadores de serviços”, conta. Ela explica que, enquanto o grupo de consumidores finais opta por ferramentas ‘hobby’, que têm menor custo, os profissionais são bem mais exigentes no quesito qualidade. “As ferramentas que os especialistas adquirem devem proporcionar bom desempenho para agregar valor a seu trabalho, e devem ter também vida útil longa. Outra curiosidade desse público é que, quando se deparam com as ferramentas expostas, eles as ‘vestem’ para ver as que melhor se ajustam à sua mão”, diz. “O contato com a ferramenta é fator essencial para decisão de compra, daí a necessidade de a indústria se preocupar em colocar no mercado diversidade de formas e tamanhos, para se adequar ao maior número possível de profissionais”, adverte.

Elisângela revela que na É de Casa 90% dos produtos são ex-

postos no formato autosserviço. “A exposição de poucas peças de cada modelo, despoluindo as prateleiras, proporciona melhor visualização, o que acarreta melhores vendas”, declara. Para ela, o conhecimento técnico dos vendedores e balconistas ajuda muito para que os clientes tomem a melhor decisão na hora da compra. “O cliente, muitas vezes, não atenta para todos os recursos que a ferramenta lhe proporciona. Quando esses recursos são de conhecimento do vendedor e este transmite essa informação ao cliente, o valor, que inicialmente parecia alto, deixa de ser, em função dos benefícios apresentados”, informa a gestora, que revela ainda que, hoje, a maior fonte de informação são os tutoriais que os fabricantes disponibilizam na internet.

“Nossa loja ainda é um ‘bebê’ que precisa de uma atenção especial para o público presencial. Estamos focados nesse trabalho, para depois nos estruturar para as vendas via internet”, explica. “Principalmente para as ferramentas elétricas, quando a compra é um desejo e não uma necessidade imediata, as lojas físicas muitas vezes funcionam apenas como ‘vestiário’ e a venda acaba acontecendo por outros canais, por conta de menor custo”, conclui.





PANORAMA DAS LOJAS DE BAIRRO 2019: **DOS FORNECEDORES À INTERNET**

Dando sequência ao artigo da edição anterior, abordaremos novas questões relativas ao dia a dia dos lojistas de bairro, no que diz respeito aos temas: pedreiros, presença feminina na loja, Faça Você Mesmo, programas de fidelidade e cursos a distância. Utilizaremos, ainda como base, a pesquisa *Panorama das lojas de bairro 2019*, realizada pelo **DataMkt Construção** – sistema de inteligência de mercado cogerido por Leroy Merlin, Eucatex, Votorantim Cimentos e Deca –, que entrevistou 720 lojistas de bairro divididos nas quatro maiores regiões do Brasil, entre os dias 04 e 24 de outubro de 2019.

Na matéria anterior, vimos detalhadamente como os lojistas estão se desenvolvendo ao utilizar a internet para a divulgação de suas lojas e venda de produtos, simultaneamente a outras modalidades mais tradicionais. E, nada mais tradicional no setor do que a relação entre Lojas de Bairro e Pedreiros.

PEDREIROS E CADERNETA DE COMPRA

Mesmo com as evoluções tecnológicas nas formas de pagamento, a caderneta de compra ainda tem um espaço significativo no cotidiano das lojas. Também, pudera, pedreiros e executores, em geral, possuem uma estreita relação com as lojas próximas a obra em que estão trabalhando.

Apenas para reforçar esse aspecto, na pesquisa do ano passado, que foi publicada na edição de janeiro de 2019 da revista **Revenda Construção**, detectamos que o principal perfil dos clientes das Lojas de Bairro era o do dono (a) da casa em que estava sendo feita a obra, acompanhados (as) pelos pedreiros, pintores, eletricitistas etc.

Por isso, 43,5% dos lojistas entrevistados disseram abrir contas para que os pedreiros peguem o que precisam durante a realização da reforma. Na região Sudeste, esse número sobe para 48,9%, seguida pelo Sul e Centro-Oeste, ambas com 46,7%, e, bem mais distante, pelo Nordeste, com apenas 31,7%, como podemos ver no **gráfico 1**.

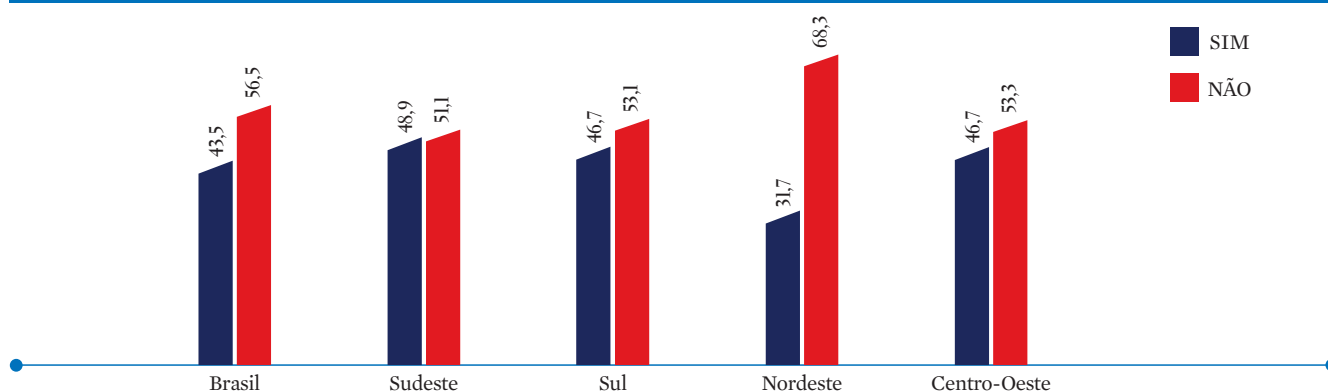
É provável que esse descolamento do Nordeste em relação ao restante do Brasil, tenha a ver com a inadimplência ou alta incidência de calote, o que faz com que os lojistas dessa região se demonstrem menos dispostos a conceder crédito por meio de caderneta para os executores.

Mas o fato é que, se resgatarmos dados do Painel Comportamental do Consumo de Materiais de Construção 2018 - realizado pelo DataMkt Construção, que entrevistou 900 consumidores brasileiros que haviam feito obras residenciais, entre setembro de 2017 e agosto de 2018, 66,7% disseram que os pedreiros recomendaram a loja na qual poderiam ser comprados materiais para as reformas, sendo que, 30,9% indicaram Lojas de Bairro; 20,5%, Depósitos de Materiais Básicos (que é um outro nome dado para as Lojas de Bairro); 17,4%, Home Centers/Lojas Grandes e, 14,9%, outros tipos de lojas, numa média de 1,4 indicação de loja por pedreiro contratado.

Aos fornecedores pode ser interessante o estudo e adoção de mecanismos tecnológicos e mais confiáveis para a concessão de crédito aos pedreiros por meio do ponto de venda, reduzindo eventuais inadimplências, calotes e estreitando ainda mais essa relação.

O que parece ser um sistema ultrapassado, na verdade, é um desafio para aprimoramento e aumento de rentabilidade.

GRÁFICO 1 LOJISTAS DE BAIRRO QUE ABREM CADERNETA DE COMPRA PARA OS PEDREIROS (%)

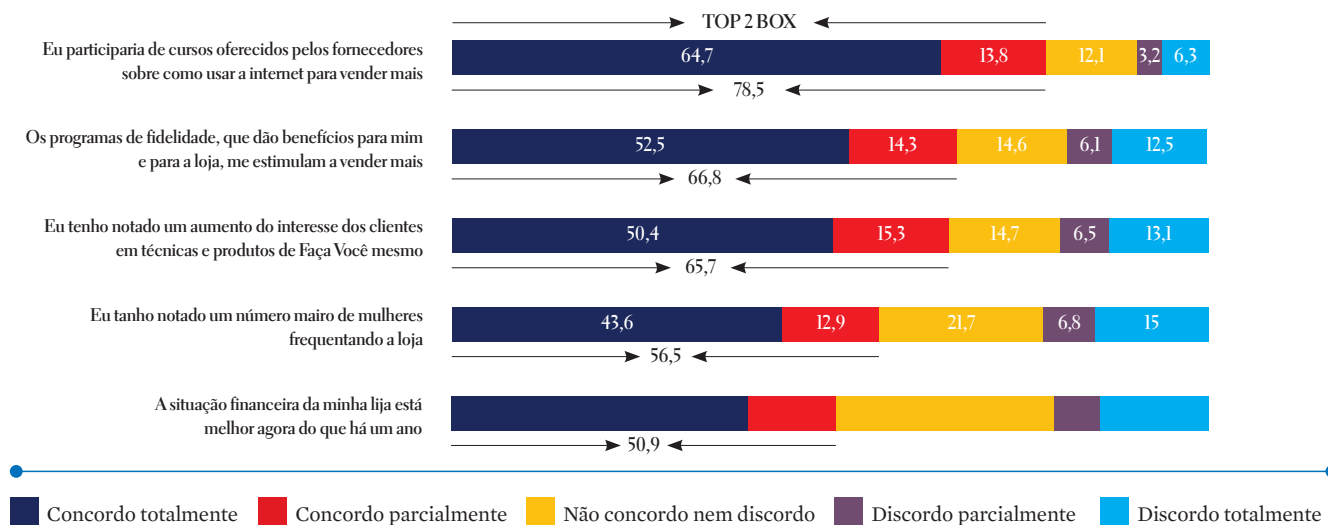


Atualmente, você costuma abrir conta para os pedreiros pegarem os materiais que precisam para as obras?

Amostra Total: 720 / SE 180 / S 180 / NE 180 / CO 180

GRÁFICO 2

ÍNDICE DE CONCORDÂNCIA LOJISTAS DE BAIRRO NAS QUATRO REGIÕES (%)



Estamos quase acabando, gostaria que você desse notas para cada uma dessas 5 afirmações, usando uma escala de 1 a 5; sendo 1 como “DISCORDO TOTALMENTE” e 5 como “CONCORDO TOTALMENTE”
 Amostra Total: 720/SE 180/S 180/NE 180/CO 180

INTERNET

Um dos pontos mais relevantes do artigo anterior, diz respeito ao descompasso entre utilização de sites das lojas e uso das mídias sociais para promovê-las. Enquanto apenas 40,3% dos lojistas de bairro nas quatro regiões possuem sites, 62,4% desses mesmos lojistas, usam as mídias sociais para promoverem seus negócios e venderem mais.

Ora, a criação e utilização dos sites demandam um rigor técnico e investimento muito maior do que, simplesmente, postar promoções da loja no Facebook, por exemplo. Criar uma Fanpage é extramente fácil, enquanto que, colocar um site no ar, não.

Sobre esse aspecto, quando confrontados com cinco afirmações para estabelecer graus de concordância, “eu participaria de cursos oferecidos pelos fornecedores sobre como usar a internet para vender mais” foi a que obteve o maior grau nas quatro regiões, com concordância total de 64,7%, e, parcial, de 13,8%, totalizando 78,5% (Top 2 Box).

Essa é uma conjuntura favorável para a formatação e a aplicação de programas de treinamento e inclusão digital: a utilização, ainda que de maneira pouco profissional da in-

ternet, com resultados positivos e somados a uma vontade de aprender mais.

Interessante que esse desejo é notório no Nordeste e Centro-Oeste, com Top 2 Box de 80,5% e 80%, respectivamente, enquanto no Sul e Sudeste, caem para 78,9% e 74,5%, respectivamente, sugerindo que cursos com esse escopo, possuem também a vantagem de proporcionar a descentralização do conhecimento.

PROGRAMAS DE FIDELIDADE

A segunda afirmação com maior grau de concordância foi “os programas de fidelidade, que dão benefícios para mim e para a loja, me estimulam a vender mais”, com 52,5% concordando totalmente e, 14,3%, concordando parcialmente, com Top 2 Box de 66,8%.

A região Centro-Oeste é a que se mostrou, destacadamente, mais favorável para essa modalidade de relacionamento fornecedores/varejistas, com Top 2 Box de 76,1%; seguida pelo Sul, com 66,1%; Nordeste, com 64,5% e, Sudeste, com 60,6%.



“Sabemos que ao se dirigir para o balcão da loja, o comprador espera resolver seu problema com um atendimento dedicado e qualificado. Por isso, na grande maioria das vezes, cerca de 93%, sua visita resulta em compras. A Atlas, sabendo disso, não só vende para o nosso parceiro lojista mas ajudamos a vender com diversas atividades dentro da loja. Nossa atuação é dividida em três pilares: treinamentos da equipe de loja, organização da exposição e atividades de sell out. Quando se fala em treinamentos, temos a máxima que é: Como vender o que não se conhece? Para solucionar esta questão, fazemos algumas palestras direcionadas nas dúvidas dos clientes e também aplicações práticas no PDV. Outro pilar, o da organização da exposição, trabalha o conceito de ferramentas adequadas nos lugares certos. Mas não só isso: expositores bem abastecidos, limpos e organizados e ao alcance dos olhos dos consumidores. E, as atividades de Sell-Out com ações de promoção dos produtos, divulgação da marca, promoções de vendas e outras atividades para impulsionar as vendas fecham o tripé de sustentação de uma boa relação com o varejo. Desta forma nos aproximamos mais dos nossos parceiros e entendemos a real necessidade do cliente.

GUILHERME FEHLBERG GOMES,
Gerente de Marketing e Trade
Marketing Atlas



“Nós da Casa Cardão acreditamos que o ano de 2020 será muito promissor. Com muito trabalho, ética, dedicação, investimento em capital humano e em inovação, esperamos crescer junto com os nossos fornecedores e clientes, promovendo parcerias perenes e de sucesso. Nossa paixão é servir. Temos o propósito de oferecer uma experiência rápida e eficiente, no momento da compra até o serviço de pós venda. Continuaremos sendo movidos pela tecnologia e desenvolvimento sem perder de vista o calor humano e a excelência que fazem parte dos pilares da Casa Cardão!”

CLARISSA CARDÃO
Diretora de Operações

De qualquer maneira, a oferta de cursos está, intrinsecamente ligada aos programas de fidelidade e premiações por vendas, criando assim, um círculo virtuoso: aquisição de conhecimento atrelado aos resultados comerciais, resultados comerciais atrelados à aquisição de conhecimento.

FAÇA VOCÊ MESMO

Já, “eu tenho notado um aumento do interesse dos clientes em técnicas e produtos de Faça Você Mesmo”, obteve, nas quatro regiões, 50,4% de concordância total, e 15,3% de concordância parcial, com Top 2 Box de 65,7%.

Destques para as regiões Sul e Centro-Oeste, com Top 2 Box de 71,7% e 70,6%, respectivamente, caindo nas regiões Nordeste e Sudeste, com 61,1% e 59,4%, respectivamente.

É interessante notarmos que, no Sul, talvez pela ascendência europeia e vocação industrial, exista a percepção de que os clientes têm procurado mais produtos com esse tipo de abordagem e utilização, porém, por outro lado, no Nordeste, há uma menor procura ou, quem sabe, outro nome: autoconstrução.

PRESEÇA FEMININA NAS LOJAS

Por fim, nas quatro regiões, quando estimulados a concordarem ou não com a afirmação “eu tenho notado um número maior de mulheres frequentando a loja”, 43,6% concordam totalmente, e 12,9%, concordam parcialmente, com Top 2 Box de 56,5%.

Essa é a única afirmação cujos resultados ficaram em linha nas quatro regiões, com Top 2 Box de 57,8% no

Sudeste; 55,6% no Nordeste; 56,1% no Centro-Oeste e, 55,6% no Sul. Essa linearidade acima de 50% demonstra abrangência e profundidade comportamental.

O FUTURO DAS LOJAS DE BAIRRO

Como frisamos no artigo da edição anterior, os lojistas de bairro, devido a sua proximidade com os clientes e fornecedores, costumam fornecer indicativos brutos, sem os filtros das lojas de maior porte, porém válidos para efeito analítico de todo o mercado.

Esses lojistas estão procurando maneiras de se relacionar com os clientes por meio da internet, utilizando as mídias sociais (só não sabemos se de maneira correta), logo, demonstram grande receptividade aos cursos sobre o assunto, eventualmente oferecidos pelos fornecedores, cursos esses que são, inclusive, bem-vindos como benefício de programas de relacionamento. Também, a procura de produtos associados ao mercado do Faça Você Mesmo, e, a maior presença feminina em suas lojas, é percebida pela maioria dos entrevistados.

Por fim, como podemos ver no **gráfico 2**, sobre esse item e os demais, 39,2% concordam totalmente com a afirmação de que “a situação financeira da minha loja está melhor agora do que há um ano”, e, 11,7%, concordam parcialmente, com Top 2 Box de 50,9%.

Em outras palavras, nesse momento, a metade dos lojistas avalia que os negócios melhoraram nesse ano. Ao que tudo indica, com o atual andamento da economia, na pesquisa de 2020, a outra metade achará o mesmo.



O comportamento de compras dos consumidores vem mudando numa velocidade gigantesca nos últimos tempos.

Para quem pensou que um dia o mundo seria apenas digital, hoje se depara com o Omnichannel.

Além de estratégias para impactar o consumidor pelos meios digitais, é necessário prezar pela excelência no atendimento, balconistas bem treinados, já que a venda nas lojas tem uma tendência a ser mais consultiva, pois em nosso segmento existem muitos produtos técnicos.

A Construjá está empenhada em ajudar a desenvolver o mercado distribuidor. Temos inovado o jeito de comprar dos lojistas e buscamos estar sempre próximos oferecendo um mix de produtos adequado e uma equipe capacitada para atender nossos clientes.

Lojistas, contem com a Construjá!

WERA LÚCIA,
Gerente de Marketing



Com projeções de crescimento do setor da construção civil neste ano, a CSM Máquinas e Equipamentos entende a importância e os benefícios de permanecer mais próximo ao cliente e atender as suas comodidades e as Lojas de Bairro são canais excelentes para proporcionar ao consumidor uma experiência melhor dos nossos produtos. Para esse ano de 2020 a CSM prevê aumento das ações de promotoria técnica junto a este canal visando a capacitação do lojista, além de reforço da marca com inserção de peças de PDV apresentando nosso mix de produtos. Acreditamos que esses investimentos fortalecerão ainda mais nossas relações, trazendo melhores resultados tanto para o lojista quanto para nossos clientes.

FERNANDO DA SILVA,
Gerente Comercial da CSM

EMPRESAS FORTES;

LOJAS FORTES



As lojas de bairro dão forte sustentação ao mercado da venda de materiais para a construção civil. Segundo elaboração DataMkt Construção, combinando dados secundários da Varese Retail, da Sociedade Brasileira de Varejo e Consumo (SBVC), da GS&MD – Gouvêa de Souza, do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) e do IBOPE Inteligência, o faturamento do varejo de materiais de construção, em 2018, foi de, aproximadamente, R\$126,6 bilhões.

Desse montante, os cinco maiores Home Centers responderam por, aproximadamente, 8,2% (R\$ 10,4 bilhões). Outros Home Centers e Lojas Grandes foram responsáveis por 28,3% (R\$ 35,8 bilhões) das vendas. E as Lojas de Bairro (pequenas, médias, multicategorias ou especializadas) por 63,5%, o equivalente a R\$ 80,4 bilhões.

De olho neste “gordo” mercado, empresas tradicionais e com muita força no mercado investiram, de diferentes formas, nas lojas de bairro. A plataforma Juntos Somos Mais, marketplace

fundado pela Votorantim Cimentos, Gerdaul e Tigre, desenvolveu um modelo de negócio de fidelidade que, até o final de janeiro deste ano, tinha cadastrados quase 39 mil CNPJs (comércios de materiais de construção). A LafargeHolcim, outra gigante produtora de cimentos, está investindo na sua marca Disensa, modelo de franquias de lojas com mais de 48 anos que começou no Equador e tem mais de 1.500 lojas na América Latina - a marca recebeu investimentos de R\$ 15 milhões para se estabelecer no Brasil. A operação teve início em 2018 e tem 131 lojas no Rio de Janeiro, Bahia, Pernambuco e Paraíba. Agora chegou a São Paulo e anunciou a inauguração das três primeiras lojas, em março, no bairro do Ipiranga, na capital, e nas cidades de Mogi das Cruzes e Santo André.

DISENSA

Com 48 anos de atuação em 8 países da América Latina e mais de 1500 lojas, a empresa chegou ao Brasil em 2018 com a expectativa de converter 500 lojistas de bairro em 5 anos.

Seu grande diferencial é empoderar estes pequenos lojistas, mantendo-os ainda na liderança do negócio. Para Natalia Cid, gerente geral de varejo da Disensa, o relacionamento e a proximidade destes comerciantes com seus clientes são extremamente relevantes. O que a empresa faz, então, é dar todo o apoio e capacitação para que eles fidelizem os consumidores atuais e atraiam novos moradores da região e entorno.

A empresa oferece a estes lojistas de bairro um programa de capacitação voltado às áreas de gestão de negócios e pessoas, marketing, tecnologia e treinamentos em vendas, além de suporte no desenvolvimento do leiaute para modernização da loja, construindo um ambiente mais amigável e atraente para o cliente. A Disensa oferece ainda as melhores negociações com fornecedores, o que torna o negócio mais competitivo e sustentável para atender um público cada vez mais exigente.

Na outra ponta, a empresa apoia seus consumidores oferecendo benefícios como microcrédito, assistência técnica, kits para as diferentes fases da construção, além de proporcionar soluções para facilitar a obra com planos de financiamento, atendimento com especialista e tutoriais em vídeos.

“São Paulo representa 40% de nossa demanda nacional e a expansão para o Estado faz parte da estratégia da Disensa desde o início de nossa operação no Brasil. A recuperação da economia é uma ótima oportunidade, um cenário promissor de crescimento do segmento de materiais de construção após cinco anos de retração. No ano passado, mesmo com a demanda retraída, nossas lojas tiveram um aumento médio de 40% no faturamento”, conta a executiva.

A executiva conta que a Disensa fez um estudo de demanda e o mercado de São Paulo pode representar 40% do potencial de faturamento da Disensa. “A Disensa é um negócio dentro



“São Paulo representará 40% de nossa demanda nacional e a expansão para o Estado faz parte da estratégia da Disensa desde o início de nossa operação no Brasil.”

NATALIA CID

da LafargeHolcim que, há mais ou menos quatro anos, decidiu implementar o sistema no Brasil.

Este conceito começou no Equador, como uma iniciativa local, há 48 anos. Depois, passou a ser uma grande oportunidade de negócios para soluções para a construção e não apenas na parte de cimentos. O case de sucesso no Equador serviu de inspiração. O Brasil acabou entrando um pouquinho depois. Hoje temos quase 2 mil lojas na América Latina, e no Brasil começamos em 2017, com muita pesquisa de mercado, pois o mercado brasileiro tem uma complexidade muito grande, em função do tamanho do país, da concorrência e da pulverização das lojas”, diz Natalia Cid.

O Rio de Janeiro foi a porta de entrada, apesar da crise econômica pela qual passa o Estado, pois a marca tem uma força muito grande na região.

Cid destaca o poder das diversas redes associativas que existem no Brasil, mas enfatiza que a Disensa é um modelo de negócio diferente. “Olhamos com muito respeito as iniciativas para a formação de redes, inclusive as associativas, mas não existe algo como nós. O nosso objetivo não é comprar lojas. Nos diversos estudos que fizemos, entendemos que havia uma grande oportunidade para trabalhar com lojas familiares, que estão no mercado há mais de 20 anos, com muito sacrifício, empreendedores em um mercado onde há muita concorrência”, explica.

E cita como exemplo outros segmentos que se organizaram e fizeram redes que se tornaram sucesso, como óticas, farmácias, além de bens de consumo. “Então, é uma oportunidade de fortalecimento e profissionalização destas lojas. Se já existe o ponto do lojista, por que vamos inventar? A visão das redes associativas é de união e fortalecimento. A nossa visão é olhar para o consumidor final”, diz.

A Disensa utiliza uma grande carteira de clientes da LafargeHolcim para chegar aos possíveis franqueados. “Queremos



A NOVIDADE QUE VOCÊ PRECISAVA

O produto **Fundo Branco Fosco Equilibrium** está sendo disponibilizado ao mercado em embalagens de **3,6L** e **900mL**.

Este Fundo foi formulado para evitar manchas e acelerar a secagem do Esmalte Equilibrium. Também é indicado para utilização antes da aplicação de esmaltes Base Água.

Indicado para nivelar superfícies de madeira nova, podendo ser aplicado tanto em ambientes internos, quanto externos.



FÁCIL
APLICAÇÃO



FÁCIL
DE LIXAR



SECAGEM
RÁPIDA



BOA
COBERTURA



lojas franqueadas entre médio a grande porte. Uma loja que tenha uma área de 100 m2 pode usar a bandeira Disensa. Nossa estratégia não é a da de reinventar a roda, temos um olhar de fortalecer esta rede, oferecendo a união, o poder de compra, além de todo um pacote de serviços e a parceria com cerca de 80 fornecedores, para que disponham dos melhores preços para trabalhar.”

Com a experiência no varejo adquirida na empresa Raizen, de distribuição de combustíveis, Natalia destaca que a Disensa quer entender os consumidores: “Quem são eles, o que eles compram, quantas vezes vem às nossas lojas, como trabalhar esse consumidor. Temos um projeto de inteligência de negócios que, agora, começa a se fortalecer. No ano passado, conseguimos atingir 100 lojas no Brasil e projetamos um ritmo de crescimento de 100 lojas por ano. Na primeira fase, queremos atingir 500 lojas em 5 anos”.

Ser franqueado Disensa exige um investimento inicial de R\$ 120 a R\$ 150 mil e isso inclui todo o pacote de comunicação visual, renovação das gôndolas, projeto, consultoria, sistema de informática, pintura da loja, financiáveis em 3 anos, com juros subsidiados.

A Disensa dá preferência por lojas com autoatendimento, uma demanda do novo consumidor. Mas não descarta o modelo de balcão, mas isso é avaliado de acordo com a localização e/ou rentabilidade.

“A nossa chegada não vai resolver todos os problemas dele, mas é um braço que aporta uma quantidade grande de serviços para o seu negócio, ajudando-o a se preparar para a competitividade. Temos campanhas de incentivo para os nossos franqueados e, em março, vamos reunir 1000 franqueados da América Latina em Cancun, no México, para um grande evento”, adianta.

Por enquanto, a Disensa ainda está dentro da estrutura de cimento da LafargeHolcim. “Mas, aos pouquinhos, vamos ter a representatividade de uma bussines unit”, finaliza.

JUNTOS SOMOS MAIS

O Juntos Somos + foi criado em 2014 pela Votorantim Cimentos como um programa de relacionamento. Desde o início, a proposta era profissionalizar varejistas e balconistas, contribuindo, assim, para a sustentabilidade da cadeia por meio da geração de novos negócios. Contando com os sócios Gerdau e Tigre, o Juntos Somos + se transformou em uma empresa independente, a Juntos Somos Mais, um ecossistema que pretende revolucionar o varejo da construção civil, fortalecendo e qualificando o varejista. Atualmente, a empresa conta com mais de 60 funcionários. No programa, já são mais de 65 mil lojas e mais de 250 mil profissionais cadastrados. Até o fim de 2020, a empresa planeja investir R\$ 50 milhões na expansão do programa e no aprimoramento do ecossistema, adicionan-



“A nova plataforma possibilita uma maior aproximação entre varejistas e indústrias, contribuindo para a formação de um ecossistema com mais oportunidade para todos.”

ANTONIO SERRANO

do novas funcionalidades, além de incrementar os benefícios para os participantes.

A Juntos Somos Mais anunciou os resultados do trabalho de expansão de sua Loja Virtual, maior marketplace B2B do varejo da construção. A plataforma agora conta com 7 novas empresas: Eternit, Corfio, Nairapack, Alternativa Descartáveis, Telas São Jorge, Aquário e Art Print.

A loja virtual, que já contava com a participação da Votorantim Cimentos, Gerdau e Tigre, faturou R\$ 6,5 bilhões em 2019, registrando ticket médio de R\$ 5.300 dos quase 39 mil CNPJs que utilizaram a plataforma no período, realizando mais de 100 mil pedidos por mês.

O potencial de impacto é grande: a iniciativa deve movimentar cerca de R\$ 10 bilhões até 2021, fruto de uma estratégia que atende à demanda já existente no mercado B2B, área em que 93% dos compradores preferem fazer compras por canais digitais, segundo a consultoria Forrester - o motivo mais citado pelos entrevistados foi a facilidade de realizar as compras. A empresa aposta que o e-commerce B2B chegará à casa dos trilhões nos próximos dois anos.

Para impulsionar ainda mais o desenvolvimento e a transformação da vida dos profissionais do segmento, a Juntos Somos Mais otimizou seu marketplace depois de uma pesquisa com 475 lojistas e vendedores, sessões de design thinking e validação de protótipo para simplificar o acesso e apostar na experiência do usuário.

A plataforma foi desenvolvida pela Beesby, empresa especializada em soluções para e-commerce, que atua com o objetivo de facilitar o relacionamento comercial da indústria com o varejo.

Segundo Antonio Serrano, CEO da Juntos Somos Mais, “a nova plataforma possibilita uma maior aproximação entre varejistas e indústrias, contribuindo para a formação de um ecossistema com mais oportunidades para todos”. O head de marketplace da empresa, Lucas Azevedo, que liderou o projeto de expansão da plataforma, explica que, com o novo formato, “o processo ficou mais rápido, totalmente seguro e com possibilidade de incluir demais indústrias do setor em pouco tempo, simplificando cada vez mais o dia a dia do varejista”.

A expansão do projeto acompanha o movimento de otimismo no setor. De acordo com a Câmara Brasileira da Indústria da Construção (CBIC), a construção civil deve crescer 3% ao longo de 2020, com potencial para a criação de 150 mil postos de trabalhos formais até dezembro - um aumento de 2% em comparação com os registros de 2019. Essa recuperação vem, principalmente, do setor informal: o varejo da construção, que já conta com aproximadamente 140 mil lojas no Brasil, movimentará mais de R\$ 100 bilhões por ano.

A Juntos Somos Mais tem mais de 65 mil lojas cadastradas; 250 mil profissionais cadastrados e 1,2 bilhão de pontos emitidos. Para este ano estão previstos R\$ 50 milhões em investimentos.

CORTANDO COM PRECISÃO

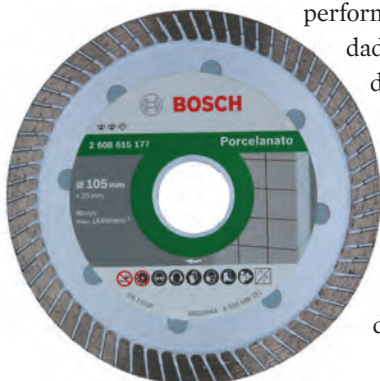
Os cortadores de revestimento cerâmico são utilizados, cada vez mais, pelos profissionais nas obras. Compactos, podem ser transportados facilmente pelos profissionais, por isso são importantes produtos para se ter no ponto de venda. Para ajudar na comercialização, há uma infinidade de acessórios disponíveis no mercado.

BOSCH

Em 2019, dentre os lançamentos da Bosch, estavam as inovadoras baterias Bosch ProCore18V, que contam com tecnologias exclusivas e proporcionam às ferramentas muito mais performance, autonomia e superioridade em vida útil.

Direcionada para uso em trabalhos intensos, que exigem alto rendimento, como no caso de aplicações industriais, a bateria Bosch ProCore18V de 12Ah, exclusividade da marca no setor de ferramentas à bateria, garante três vezes mais tempo de trabalho que as baterias convencionais. As novas baterias ProCore18V são 100% intercambiáveis dentro da mesma classe de voltagem, ou seja, se encaixam em qualquer ferramenta à bateria Bosch de 18V, o que garante mais versatilidade para os usuários. Além disso, por ser uma ferramenta Heavy Duty (para uso intenso), tem dois anos de garantia Bosch.

Já no portfólio de acessórios, houve o lançamento do novo disco diamantado para porcelanato, que proporciona melhor performance, durabilidade, facilidade de corte com mais estabilidade e menos vibração, ideal para corte de revestimentos duros, incluindo placas de mármore e granito. Além disso, o acessório tem efeito de resfriamento, que evita aquecimento e danos no disco.



Para 2020, estão previstos lançamentos ao longo do ano na linha de ferramentas a bateria. Vale ressaltar que a linha de ferramentas a bateria atende às demandas de todas as fases de uma obra e proporcionam diferenciais que favorecem o trabalho dos profissionais, como maior potência, menos peso e mais liberdade. A Bosch tem uma gama completa de soluções intercambiáveis, versáteis e tão potentes quanto os modelos convencionais a cabo, que incluem: furadeiras com e sem impacto, parafusadeiras e chaves de impacto, bem como martelos, serra circular, serra tico-tico, esmerilhadeira, serra sabre, multitorçadora, aspirador de pó e lixadeira.

Pedro Costa, diretor de vendas da divisão de ferramentas elétricas da Robert Bosch no Brasil, informa que a Bosch vai ter várias ações este ano. “Na Feicon estaremos presentes em parceria com a empresa Walsywa. Neste ano, também estaremos na Expo Revestir, destacando a linha de medição da Bosch, além disso, também participaremos da ForMóbile”, diz.

Pedro Costa destaca a boa relação com os clientes: “Atuamos com objetivo de que nossos clientes considerem a Bosch como um provedor de sistemas e soluções e não somente de produtos. Assim, investimos muito na capacitação técnica de nosso time, além de realizar treinamentos e oferecer amplo suporte técnico para os revendedores e seu time de vendas, que são fundamentais para assegurar que os produtos sejam conhecidos e apresentados de forma correta aos usuários”, diz.



Pedro informa que a divisão de Ferramentas Elétricas da Bosch no Brasil, em 2019, obteve resultado alinhado com as demandas do mercado. Para este ano, as perspectivas do setor de construção civil no país indicam crescimento e estamos otimistas com o aquecimento do mercado.

“A Bosch acredita no Brasil, onde está presente há mais de 50 anos a fábrica da divisão de Ferramentas Elétricas, e para reforçar a confiança e o compromisso da empresa com o país, constantemente investe em tecnologia de manufatura para a produção de novos produtos que estão alinhados com as demandas e realidade do mercado local. Além de investir em qualificação profissional, em pesquisa e desenvolvimento, em centros de distribuição e de treinamentos regionais, bem como em ações para atendimento aos usuários e na geração de demandas voltadas à indústria e ao varejo.”

CORTAG

A Cortag irá participar da ExpoRevestir e Feicon, pois as feiras do segmento são oportunidades importantes para evidenciar a marca Cortag e demonstrar seus lançamentos e excelência dos produtos aos clientes.

Os principais lançamentos de 2019 foram:

Cortador Elétrico ZAPP 1550 G2: O cortador elétrico ZAPP 1550 G2 é a solução para cortes retos e em chanfro, em peças com até 1,55 m de comprimento.

Indicados para revestimentos cerâmicos, porcelanatos, már-

mores, granitos e pedras naturais, com superfícies lisas, ásperas ou em relevo, com espessuras até 3,5 cm.

Cortador Profissional Infinity: O cortador profissional INFINITY é indicado para cortar pisos cerâmicos e porcelanatos com até 8 mm de espessura. Possui capacidade de corte de até 3,40 m de comprimento com o conjunto padrão, podendo ser aumentado com a aquisição de novos trilhos.

Este ano, terão estes lançamentos: **Aplicador de argamassa:** O aplicador de argamassa é indicado para aplicação de argamassa em grandes áreas, otimizando tempo de aplicação. Possui grande capacidade de carga e 4 modelos de dentes para adequação à necessidade.

Gabarito angular multifunção: O gabarito angular multifunção auxilia na marcação de pisos e revestimentos para assentamento em superfícies com ângulos e formatos irregulares, proporcionando perfeito alinhamento e posicionamento.

Sistema de Movimentação Infinity:



O Sistema de Movimentação Infinity garante uma movimentação de revestimentos de grandes formatos com ergonomia e segurança, tanto do profissional quanto do próprio revestimento.

Sistema de Transporte Infinity 2020: O Sistema de Transporte Infinity é indicado para grandes formatos de porcelanatos e revestimentos. Proporciona segurança para os revestimentos com sistema que evitam a queda das peças, facilitando também o esforço que este tipo de trabalho demanda.

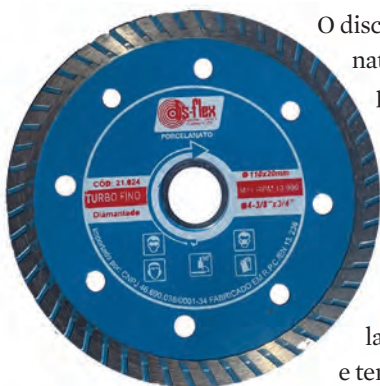
Disco de Corte diamantado Porcelanato Best Quality: O Disco de Corte Diamantado Best Quality é indicado para cortar porcelanato e revestimentos cerâmicos com qualidade superior no acabamento.

Disco de Corte diamantado Porcelanato Durokort: O Disco de Corte Diamantado Durokort é indicado para cortar pisos e revestimentos de alta dureza.

Desempenadeira Float: A desempenadeira Float é ideal para a aplicação de rejuntas, convencionais e epóxi, facilitando a remoção de excessos de rejuntamento sobre o revestimento.

A empresa destaca que 2019, assim como os últimos anos foi desafiador, devido às instabilidades econômicas e políticas, porém conseguiram superá-las. É esperado que em 2020 o cenário político econômico seja mais favorável e, com isso, continuarão almejando resultados positivos.

DISFLEX



O disco diamantado turbo para porcelanato 110 x 20 mm e as brocas wídia para porcelanato e vidro Disflex, foi o principal lançamento.

João Carlos Donato Junior - diretor administrativo, diz que o Disco diamantado turbo para porcelanato é mais fino e tem um desenho especial que evita lascas no porcelanato durante o uso e tem um alto poder de corte!

“As brocas wídia para porcelanato e vidro Disflex têm wídia de alta performance e um desenho exclusivo, que garante alta resistência, desenhada para furar porcelanatos, pisos de alta densidade e vidros, sem lascas a peça e pode ser usado, ainda, como broca de wídia para concreto devido a seu desenho com canais para remoção de rejeito de furação”, informa.

Junior destaca que “em 2019, mantivemos os mesmos resultados de 2018, porém com margens menores e investindo muito em marketing e inclusão de novos itens em Mix de produtos. Creio que em 2020 teremos um resultado melhor,

resultante de todo o trabalho feito em 2019 e alavancado pela nova onda de financiamentos com juros mais baixos na construção civil”, encerra.

GOZILLA

A Gozilla destaca os seguintes lançamentos: disco extrafino #sou-cunheiro 110 x 22.2 x 10 – disco para corte de porcelanato com furo 7/8” para usar na máquina esmerilhadeira. Acompanha bucha de redução para usar também na serra mármore.



Disco extrafino Teya 110 x 20 x 10 – disco diamantado para corte de materiais nobres, porcelanato, dekton, silestone, com tecnologia no desing da liga para melhor acabamento e rendimento do produto, uso seco e úmido.

Os diretores Renan Caldas e Francisco Caldas atenta para os diferenciais da Gozilla. “São produtos inovadores com qualidade, durabilidade e segurança. Somos uma empresa especializada em ferramentas diamantadas para corte, furo, desbaste em porcelanato, mármore, granito e pedra decorativa, entre outros materiais. Nosso objetivo é trazer sempre a melhor experiência de uso para o operador, pedreiro, azulejista, marmorista.”

O ano de 2019 foi repleto de grandes conquistas, superação e crescimento para a empresa. “Esperamos muito aprendizado em 2020, novos caminhos que estamos buscando e maior visibilidade no mercado de lojistas, atacadistas de ferragens e ferramentas no Brasil”, informam os diretores.

NORTON

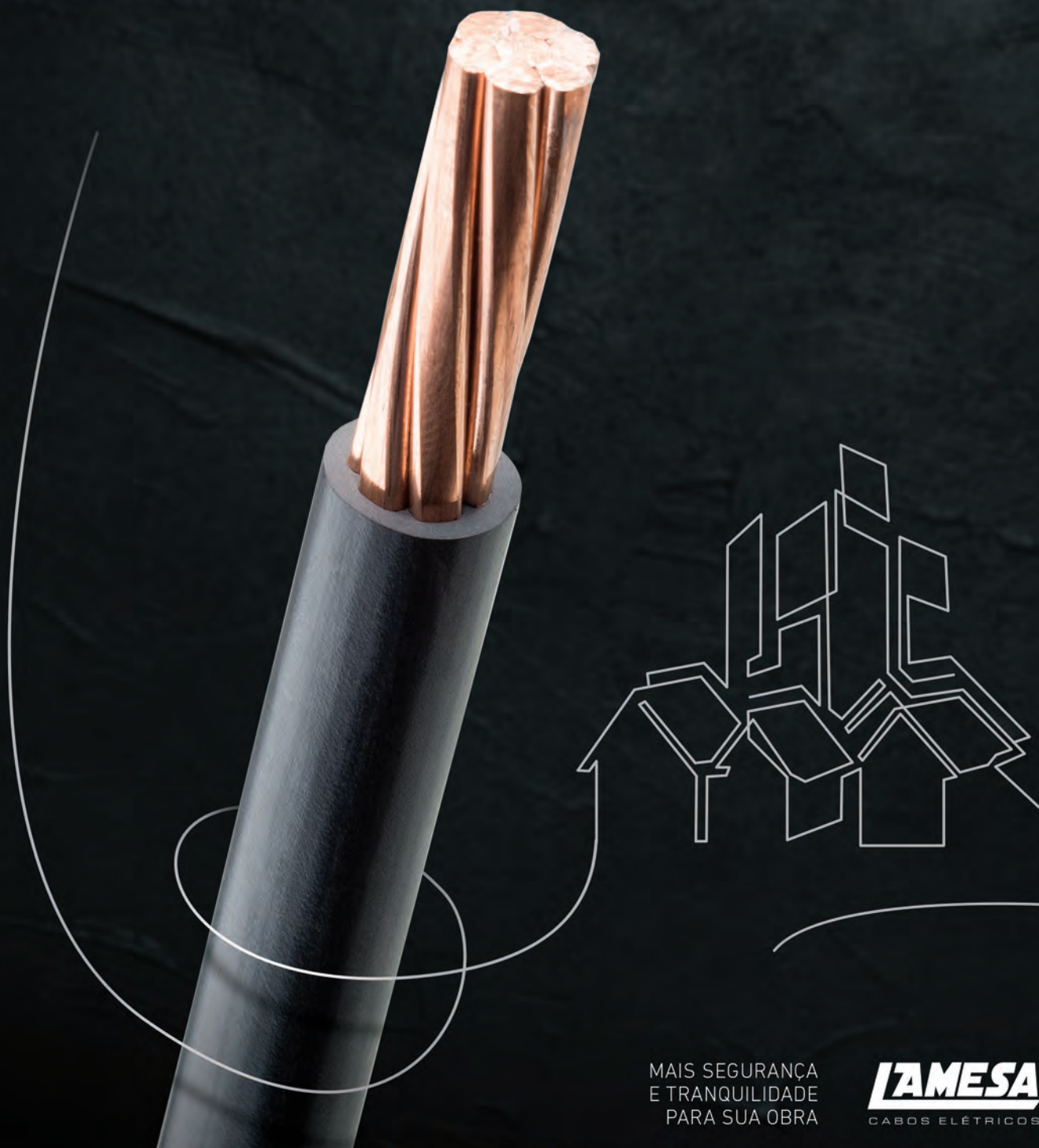
Vivian Marques, Diretora de Marketing Saint-Gobain Abrasivos, informa que Norton Clipper é referência no mercado da construção, com máquinas desenvolvidas para



aliar conforto e segurança à alta performance.

“E para deixar a linha ainda mais completa, apresentamos a nova Cortadora de Porcelanato TR222. Desenvolvida para cortar pisos cerâmicos, azulejos e porcelanatos até 90cm, a TR222 é leve, compacta, fácil

QUEM COMPARA
QUALIDADE
SEMPRE PEDE
LAMESA.



MAIS SEGURANÇA
E TRANQUILIDADE
PARA SUA OBRA

LAMESA
CABOS ELÉTRICOS

de transportar e possui corte suave com menos ruídos. Ideal para profissionais da construção civil, como assentadores de pisos, pedreiros etc.”, explica.

No portfólio de produtos Norton Clipper destasques, ainda, para a TT200, cortadora portátil para pisos de até 45cm, e a TR202, para pisos de 65cm e a TR232, para pisos de até 1,20m. Vivian Marques acredita na retomada do mercado. “Existe uma crescente no mercado que demanda por melhores performance e acabamento nesse tipo de material”, finaliza.

TYROLIT



Em 2019 a Tyrolit fez importantes lançamentos para complemento de sua linha, visando expandir a participação nos mercados de construção civil e industrial. “Lançamos o disco de corte de tungstênio, que tem sido um dos nossos campeões de venda, ideal para corte de madeira, MDF, aglomerado, compensado, pisos lamina-

dos e plásticos. Também lançamos a folha de lixa a seco voltada para o mercado madeireiro, indicada para lixamento a seco de moveis e madeiras em geral. Além de ampliarmos o mix com a nova família de discos flaps com grãos de oxido de alumínio para aplicação em aço, os quais proporcionam maior economia para o usuário e, também, do canal, pois os grãos de oxido de alumínio são mais versáteis com relação a aplicação e com custo menor, comparado a outros grãos”, informa Marcelo Domichilli, Supervisor de customer service e marketing – TYROLIT do Brasil.

E adianta que para 2020 estão trabalhando na ampliação da linha top seller de discos de corte, a linha SECUR, que contará com discos de desgaste também. “A linha SECUR é nosso carro chefe no que diz respeito a participação de mercado, pois com ela atuamos de forma competitiva em todo território nacional. Também lançaremos uma linha de discos de desgaste de maior performance, nas categorias Premium e Standard, nos principais diâmetros, partindo de 115 mm até 230 mm, nas espessuras de 6 e 7mm.

Teremos a novidade do disco de lixa de 9” com e sem furos para aplicação em paredes através da chamada máquina “girafa”. Este item é muito importante para compor a nossa linha, principalmente para atender o mercado de construção civil em geral”, explica. Marcelo adianta que a empresa vai participar da Feicon em 2020, “pois entendemos que é uma das melhores feiras do mercado e nos ajuda a impulsionar nossa marca, além de ser uma feira com o perfil bem diferente das outras de que

participamos, porque atrai muitas empresas dispostas a fazer e fechar negócios importantes durante o evento. Além de ser uma forma de promover nossa empresa e nossos produtos para um público seletivo.”

O treinamento é um dos pontos fortes da empresa. “Constantemente treinamos nossos revendedores. Temos uma equipe de gestores muito bem preparada e focada em dar resultados para a revenda, seja qual for a região do país. Nossos programas de treinamento envolvem desde a teoria, com uma imersão na linha de abrasivos, até a prática, com testes e aplicação dos produtos e isto ajuda muito a equipe comercial da revenda, pois eles tiram suas próprias conclusões acerca de nossos produtos, o que facilita a venda. Temos também um grande portfólio de itens de marketing para trabalhar o ponto de venda, como displays, flyers, catálogos, tendas, banners, além de trabalharmos em projetos especiais, que são aqueles em que a revenda nos concede a oportunidade de criarmos um espaço TYROLIT dentro da loja. Todas estas ações estão à disposição de nossos clientes e, de maneira geral, contribuem para aumentar a parceria e ajudar a revenda a vender nossos produtos.

Entre os diferenciais, o executivo destaca as categorias de produtos: “Quando falamos de abrasivos, diferentemente de outras marcas, nós possuímos três categorias de produtos, que classificamos como: Premium, Standard e Basic. Estas três categorias permitem ao lojista atuar em qualquer tipo e nível de mercado, tornando-o extremamente competitivo em preços utilizando a linha Basic; e/ou quando o cliente final requer alto rendimento e o máximo de desempenho, pode oferecer a linha Premium. Já a linha Standard é o combate do dia a dia. Portanto, não há situações de mercado para a qual não tenhamos alguma alternativa e, este sem dúvida, é nosso diferencial.”

VONDER

Quando se fala em acabamentos na construção civil, os revestimentos de cerâmica e porcelanato estão entre os campeões na preferência, com uma infinidade de modelos, cores, estampas



PURIFICADOR DE ÁGUA

EASY

Special Edition

**ELEGÂNCIA
COM UM TOQUE
DE COR**

Sempre atenta às tendências de mercado, a Acquabios desenvolveu versões especiais do Purificador EASY, nas cores **Rosé Gold, Dark e Ruby.**

Os tons especiais são sinônimo de elegância e contemporaneidade, ideais para a composição de ambientes sofisticados.



e tratamentos que simulam texturas especiais, que ajudam, inclusive, na aparência e decoração dos ambientes. Essa ampla utilização em obras e reformas permite que o mercado invista cada vez mais nesses itens. Claro, o segmento de ferramentas e equipamentos não fica de fora, com soluções que facilitam o corte e instalação das peças, a favor da agilidade e do melhor acabamento, imprescindíveis em toda a obra e com uma atenção ainda mais especial na fase do acabamento.

Entre os lançamentos da VONDER para essa atividade, um destaque é o Cortador de Cerâmicas e Porcelanatos CCV 550, um modelo prático e fácil de transportar, indicado para corte a úmido de pisos cerâmicos, azulejos e, principalmente, porcelanatos. Tem potência de 550 W, rotação (rpm) de 3.600/min e capacidade de corte de 400 mm, mesa com regulagem de ângulo para até 45°, disponível nas tensões 127 V- ou 220 V-. Deve ser utilizado com disco diamantado de 180 mm (acompanha) e possui as seguintes profundidades de corte: 0° - 33 mm e 45° - 8 mm. É um equipamento muito versátil e prático de usar, com excelente mobilidade, por isso muito utilizado por instaladores de pisos em geral e que não pode faltar no mix comercializado pela sua loja!

Ainda nessa linha, a Vonder destaca outros dois recentes lançamentos: os Cortadores de Cerâmicas e Porcelanatos com bancada CCV 1250 e CCV 900, ambos com o diferencial da bancada para corte e pernas dobráveis com rodízio, facilitando o transporte e o armazenamento. Dois modelos mais robustos, com potência de 1.100 W (CCV 1250) e 900 W (CCV 900), com tensão de 220 V-, ideais para trabalhos contínuos e de maior porte.

A VONDER tem, mais uma, vez participação confirmada na FEICON, com uma expressiva área de exposição, com mais de 1.160 m², reconhecendo o potencial e a excelente oportunidade de geração de novos negócios, para estreitar relacionamento com clientes, prospects e consumidores, além de aproximar nossa marca do mercado em que atuamos e posicioná-la como um dos principais players do nosso segmento em todo o país e, até mesmo, internacionalmente.

São 14 anos de participação consecutiva na FEICON, com o compromisso da VONDER em inovar constantemente, seja na exposição e apresentação dos lançamentos no segmento de ferragens, ferramentas, máquinas e equipamentos, com muitos modelos apresentados em primeira mão ao público, respeitando o posicionamento do evento como principal vitrine, foco de atenção especial de toda cadeia da construção civil e arquitetura no Brasil e América Latina.

O stand da VONDER tradicionalmente está entre os mais

movimentados e recebe uma atenção especial do público da feira, devido ao modelo de exposição, que tenta retratar um ponto de venda ideal, com a segmentação do mix por famílias, respeitando suas particularidades e disponibilizando também acessórios e consumíveis, como itens complementares para a venda consultiva mais assertiva. Também oferecemos as demonstrações dos principais destaques e lançamentos do ano, numa oportunidade para tirar dúvidas e verificar, na prática, o desempenho dos produtos para uma experiência ainda mais diferenciada a quem prestigia nosso stand.

A VONDER é reconhecida e premiada no mercado por seus produtos de alto desempenho, máxima qualidade, rigor técnico e um mix incomparável de especialidade, voltado para as mais diferentes atividades profissionais e industriais. Esse posicionamento é resultado, também, dos investimentos constantes para certificar aspectos como a potência de seus produtos e a composição da matéria-prima, tanto dos equipamentos quanto dos consumíveis, passando também pela durabilidade e resistência de suas linhas, realizando constantes testes em seu laboratório próprio, que atestam e comprovam esses atributos técnicos imprescindíveis em termos de segurança e qualidade, fatores muito importantes para as linhas comercializadas pela VONDER.

WORKER



Para esse primeiro trimestre, a Worker traz ao mercado o lançamento de uma linha completa de ferramentas elétricas. São produtos de altíssima qualidade, com sistemas sofisticados e modernos de utilização.

Em 2019 foram vários lançamentos. Um dos recentes destaques foi a linha de Disco Diamantado para Corte de Metais Diamond Ultra Performance. Disponível em três medidas, é ideal para cortar aço, aço inoxidável, barras de reforço, chapa metálica, ferro fundido e metais não ferrosos. Apresenta alto desempenho e maior vida útil quando comparado a um disco comum, sendo capaz de fazer mais de 1.000 cortes sem a necessidade de troca, aumentando a produtividade e diminuindo o custo por corte. A Worker preparou um estande de 600 m² na Feicon e apresentará seus destaques e lançamentos na linha de ferramentas elétricas e manuais e estará acompanhada das marcas Kala, Liege e Collins com o intuito de trazer uma grande diversidade de produtos.

O departamento de marketing da empresa destaca que a A Worker dispõe de uma equipe técnica para atuação em todo o território nacional, com o objetivo de desenvolver ações e treinamentos focados na linha de produtos em todas as suas formas de utilização e aplicações. O PDV também é um dos pontos de grande importância para visualização da marca, desde a implantação de expositores até ações de vendas e comunicação em parceria com a loja. Todas as ações são pensadas para atrair a atenção do consumidor e facilitar a escolha na hora da compra.

E entre os diferenciais estão as embalagens Worker que são desenvolvidas para oferecer uma excelente apresentação do produto, são funcionais e autoexplicativas, além de promover maior segurança para manuseio e armazenamento. O mix de produtos contempla uma família de produtos bem abrangente, que auxilia o consumidor a escolher a melhor opção para sua necessidade junto ao lojista.

LIXAS TATU

Giovana Cruz Tavares, Gerente Comercial Regional/Marketing, informa que em 2019 foi lançada a Lixa Seco T273, uma

lixa de alto rendimento e acabamento, destinada ao lixamento a seco de chapas, primers, lacas, seladoras e vernizes, nos mercados automotivo e moveleiro. Camada de anti empastante podendo ser encontrada em folhas e discos com pluma. “Em 2020, entram em nosso portfólio: Luva 4 fios Tatu pigmentada, Nova Fita Antiderrapante e A291 Disco de 9” para lixadeira girafa”, diz.

Revendedores: “Todas as ações da Lixas Tatu estão focadas em treinamentos para capacitação dos vendedores/balconistas das lojas.

A competitividade de marcas atualmente é muito intensa, e nosso trabalho não está focado somente em preço e sim em agregar valor ao produto.

Além deles, os profissionais formadores de opinião (pintores profissionais, profissionais da hidráulica etc) também são constantemente treinados para que possam recomendar aos seus clientes os produtos corretamente.”

Diferenciais: “A lixa é um produto commodity e que 75% das lojas de materiais de construção tem no ponto de venda mas podemos ressaltar a relação custo x benefício de nossos produtos pois tem preço competitivo e ótima qualidade.”

CONHEÇA OS PRODUTOS DA RADIAL
LINHA DE INTERRUPTORES . TOMADAS . PLUGUES
SOQUETES . RECEPTÁCULOS . CANALETA . EXTENSÃO
PROTECTOR DE LINHA . PLAFON . SENSORES / RELÉ



RADIAL

www.radial.ind.br
sac@radial.ind.br

NOVA LINHA DE FITA ISOLANTE



REVESTIMENTOS CERÂMICOS





LUXO PARA TODOS!

Para todos os gostos e bolsos. Os revestimentos cerâmicos deixaram de ser produtos inacessíveis para todas as classes sociais. E isso porque os fabricantes investiram em tecnologia e design para produtos que possam agregar beleza, conforto térmico e com bom custo.

A feira ExpoRevestir, realizada a cada ano, em São Paulo, mostra as tendências dos revestimentos cerâmicos, que podem ser utilizados nos pisos e revestimentos, para este ano. Realizar sonhos está cada vez mais ao alcance de todos.

ADAMÁ DESIGN

O arquiteto Edan Shoher, diretor criativo da Adamá, informa que pela primeira vez a empresa vai participar da Expo Revestir. “Para 2020 temos novos modelos de ladrilhos hidráulicos com design autêntico brasileiro, bordas atérmicas de piscinas modernas, pisos em grandes formatos, ralo linear de concreto, além da linha para calçadas e rampas em Fulget”, diz.

A Adamá é uma marca brasileira comercializada exclusivamente em boutiques de revestimentos. Não só pelo padrão dos produtos, mas também porque o atendimento especializado nesses estabelecimentos comerciais é mais apropriado para auxiliar no momento da venda, tanto para os profissionais quanto para os clientes. “Nossos produtos são muito arquitetônicos e oferecem, além do design moderno, e arrojado, as soluções técnicas também.

A linha Beiramar por exemplo, é um sistema. As peças se encaixam como os cantos, quinas, bordas especiais e têm, inclusive, ralo linear, que fica quase imperceptível no piso. As peças da Adamá são de grandes formatos, oferecem muitas opções de leiaute, por isso a importância de serem comercializadas em lojas especializadas”, explica.

E acrescenta: “Acreditamos que 2019 foi um ano de reconheci-

mento para a Adamá: e iniciamos 2020 com expectativas positivas, uma delas em razão da nossa primeira participação na Expo Revestir. Temos muitos projetos acontecendo ao mesmo tempo, como nossos novos showrooms, na Alameda Gabriel Monteiro da Silva, em São Paulo, em Orlando (Flórida) e uma nova sede da Adamá em Sorocaba-SP. O momento é muito importante, queremos que a Adamá se torne uma referência em design autêntico brasileiro. Essa é a nossa missão, valorizar nossa raiz. E esse será nosso maior legado”, explica.





CERÂMICA ATLAS

A Cerâmica Atlas estará presente na Expo Revestir 2020 apresentando novos revestimentos com ampla variedade de cores e formatos.

No formato de azulejo, com 20 x 20 cm, apresentaremos os revestimentos Calla, Camélia, Cosmos, Dill, Líquen, Malva, Marfim, Murta, Náutico e Nero.

Já no formato hexagonal, com 22,6 cm, as novidades são as peças Líquen, Magma, Merlot e Nave.

Cristina Ricciardi Brisighello, diretora de marketing, destaca que a “Cerâmica Atlas já é reconhecida pela variedade de cores e, este ano, unimos esta característica com grandes formatos, criando peças ideais para quem busca um projeto diferente, surpreendente e inovador. Os formatos 20 x 20 cm e o hexagonal 22,6 cm são vantajosos e bonitos, o que garante uma estética diferente e está super em alta no segmento de decoração. Outra característica interessante é que as peças possuem um apelo visual que garante a sua aplicação em projetos dos mais diferentes estilos, desde os mais clássicos até um ambiente moderno ou retrô.

Em relação às cores, mergulhamos em experiências ousadas para a criação de novas tonalidades, trazendo não apenas um tom de cada cor, mas diferentes propostas para uma mesma cor. Além de clássicos, como o preto e branco, que aplicados juntos garantem um visual moderno e divertido - destacamos também a paleta de tons pastel, também chamadas de candy colors, uma super tendência que voltou e que garante um visual delicado, romântico e até mesmo descontraído.

Destacamos também que nossos revestimentos podem ser aplicados em áreas internas, externas, úmidas e, no caso de pisos, é uma opção perfeita já que são fáceis de limpar.”

2019 foi um ano em que a empresa investiu na união do artesanal com o melhor da tecnologia para inovar e oferecer revestimentos de qualidade em novos formatos e cores, o que foi muito bem recebido pelo mercado. “Neste ano, seguimos com a intenção de inovar e apresentar novos produtos que atendam os mais diversos estilos de projetos, por isso, estamos sempre em busca de pesquisar, estudar as tendências, conversar com profissionais do setor e mergulhar em experiências ousadas para entregar produtos diferentes e especiais.

DURATEX

Pensar outras formas, imaginar novas perspectivas, oferecer diferentes usos. Essa é a essência dos produtos da Duratex: auxiliar na criação de projetos originais, funcionais e que encantem. É este princípio que motivou a empresa a lançar uma nova coleção de painéis de revestimento, denominada Essência, composta por onze padrões que resgatam aquilo que é natural e nativo. Lançado no acabamento de alto brilho da linha Cristalino, o padrão Pau-Ferro Natural resgata os móveis clássicos da década de 70, trazendo um clima de nostalgia para o mobiliário. Com tonalidade aquecida e desenhos marcantes, o padrão apresenta movimento em veios bem marcados, destacando a autenticidade da árvore nativa. Ainda na linha Cristalino, a empresa também traz os padrões Croma e Ultramarino. Acompanhando os padrões metalizados da linha, o Croma apresenta coloração red gold, enquanto o Ultramarino traz a essência do azul, com um toque esverdeado.



arte
inovação
design



VENHA NOS VISITAR
NA EXPO REVESTIR
TRANSAMÉRICA EXPO CENTER
10 A 13 DE MARÇO
PAVILHÃO D - RUA 23 E 24 - STAND 2444



lorenzettioficial



lorenzettisa



App Store
Google Play

0800 015 02 11

www.lorenzetti.com.br

LORENZETTI

Mais do que você imagina

Na linha Essencial Wood, que tem como característica os padrões que ressaltam a beleza da madeira natural, chegam o Cumaru e os Carvalhos Luar e Eterno. Com tons de mel queimado, o Cumaru possui desenho uniforme e textura que oferece inúmeras possibilidades de aplicação.

Conhecida pelos padrões que exploram e criam conexões com os elementos como o aço, o concreto e o couro, a linha Conceito traz mais duas novidades para agregar ao portfólio de padrões únicos. Inspirado pela textura e cores da rocha sedimentar, chega o Arenito. Em tom areia, o padrão apresenta “um quê” de rusticidade e leva o conceito de revestimento mobiliário a um outro nível. Outro lançamento da linha é o Hong Kong, que reproduz as características de uma trama envelhecida, proporcionando as sensações de conforto, aconchego e harmonia.

E os desenhos geométricos seguem em alta também na Coleção Essência. Depois dos recentes lançamentos de padrões como o Artesanal e Gepeto, a Duratex aposta na madeira de fundo aplicada à geometria no novo padrão Maranta. Com um desenho composto por diversos tons e madeiras, que facilitam o corte, o Maranta será comercializado na linha Design.

Outra novidade da linha Design é o Brise. Desenvolvido a partir de um processo de co-criação com arquitetos e marceneiros, o padrão se assemelha ao tradicional ripado, trazendo aspectos surpreendentemente fiéis ao do acabamento em madeira natural.

ELIANE/DECORTILES

Em janeiro de 2020 a Eliane completa 60 anos, por isso, a empresa traz uma ampla gama de novidades – tanto para Eliane quanto para Decortiles – para celebrar a data. Entre os lançamentos da marca Eliane que estarão presentes na Revestir destaque para a coleção Boreal, com releituras de grandes sucessos, além do lançamento Poente, na cor Red Velvet (pensada para festejar o aniversário da Eliane). As coleções Neo, Urbanite, Brera, Rodin, Decora, Sílex e Acervo, dedicada aos formatos XL, são destaque para este ano, com atenção para o revestimento Azul Bahia, da coleção Mineral, inspirado no primeiro porcelanato decorado da Eliane.

Já a marca Decortiles apresenta entre os lançamentos a coleção Pólen, assinada por Calu Fontes, Vime, Artesan, Alvorada, Mube, Xingu, Célula, Patch Glam, Arts e Maestro - com destaque para o revestimento Amazonite, inspirado na pedra de mesmo nome, que traz a cor do ano Decortiles.

Rogério Longoni, diretor comercial da Eliane Revestimentos, informa que “são coleções conectadas às tendências mundiais de decoração, com diferentes tipos de acabamento, cores e estampas. Além disso, os produtos trazem toda a chancela de qualidade de uma empresa com experiência de 60 anos no



mercado. Um dos destaques entre os lançamentos é a coleção Sílex, produzida com tecnologia exclusiva, que confere ao produto resistência e dura-

bilidade. O revestimento mantém o mesmo aspecto em toda a peça, sendo ideal para ambientes de alto tráfego.”

E aproveita para destacar que 2019 foi um bom ano para a empresa. “Atingimos índices superiores aos que foram divulgados pelo setor. Foi um ano de comemoração de conquistas como a inauguração da Casa Brasil Eliane, o melhor showroom do segmento, aberto para receber clientes do mundo inteiro. Outro fator importante foram os 10 anos da Decortiles, marca voltada exclusivamente para lojas especializadas, hoje consolidada nacional e internacionalmente. Conquistamos o prêmio Best in Show durante a Expo Revestir, em março, comprovando o sucesso dos nossos produtos. O ano também marcou um investimento significativo em tecnologia e indústria, com a construção de uma nova fábrica de porcelanatos esmaltados de grandes formatos, inaugurada em fevereiro, bem como o novo Centro de Distribuição. Em 2019, formamos a primeira turma da Academia de Liderança, escola de formação de líderes da Eliane que muito nos orgulha, por poder contribuir com o crescimento e desenvolvimento de pessoas”, encerra.

EUCATEX

A Eucatex estará na Expo Revestir e apresentará diversas novidades, entre elas o lançamento do Eucafloor LVT, com duas linhas: a Basic e a Working, além do novíssimo padrão Botticino, na linha Gran Elegance de Pisos Laminados Eucafloor, que traz inspiração do mármore de mesmo nome e o padrão Freijó Âmbar na linha New Elegance.



Qualidade e requinte fabricados no Brasil



Linha Creative Collection

Personalize com o acabamento
que mais combina com você

LAFONTE
ASSA ABLOY



Flavia Athayde Víbiano, gerente de Marketing & Serviços da Eucatex informa que no estande, estarão também os rodapés Eucafloor, como as linhas Estilo, Composit, Flexível e a linha Acqua, com 12 opções de cores e vários modelos.

Os painéis de MDF estarão presentes com novos padrões, dentre os quais o Botticino, permitindo que uma das tendências do Salão de Milão possa ser usada tanto no piso como nos móveis. Além disso, a empresa também exhibe no estande as divisórias Novitá, a sua linha de Portas Eucadoor e tintas imobiliárias com a marca Tintas Eucatex.

“No Estande Eucatex serão expostos em forma de ambientes várias combinações, demonstrando a sinergia dos produtos Eucatex, ou seja, Pisos Laminados e LVT Eucafloor combinados com as Tintas Eucatex, os Painéis MDF Eucatex e as Portas Eucadoor”, explica Flavia Víbiano.

O ano passado apresentou crescimento modesto, “mas dentro do que tínhamos planejado. Esperamos para 2020 um crescimento maior, devido à retomada da Construção Civil e ao otimismo do mercado”, encerra.

GRUPO FRAGNANI

O Grupo Fragnani apresentará os lançamentos de sua marca In Out Porcelanatos na EXPO REVESTIR 2020.

Além dos novos modelos, o estande será assinado por jovens arquitetas. São elas Daniela Alencar, da Bahia, e as paulistas Duda Senna, Anna Parisi e Natália Salla. Moodboards interativos serão criados pelas arquitetas da Matú Arquitetura.

O revestimento vencedor do Prêmio de Design Grupo Fragnani também será apresentado pela primeira vez ao mercado. Fernando Rocha, estudante de Arquitetura e Urbanismo da UFMG, foi o vencedor da edição com a criação da Estampa Pixel, que se apoia na memória afetiva das gerações anteriores. A inspiração veio do tema da edição: “Como o revestimento cerâmico contribui na percepção do bem-estar?”.



Produzido com a qualidade da Incefra, os porcelanatos In Out são feitos de forma mais sustentável que os porcelanatos comuns, pois utilizam no processo produtivo 65% menos água, 30% menos energia térmica e emitem menos CO₂. Com peças inspiradas em elementos da natureza, os lançamentos possuem formatos diferenciados, alta resistência mecânica e máxima precisão no acabamento. São 18 lançamentos nas medidas 52,5 x 52,5 cm e 17 nas medidas 56 x 56cm, entre eles brilhantes, acetinados e granilhados.

INCEPA

A Roca Brasil Cerâmica – com suas marcas Roca Cerâmica e Incepa – estará presente na Expo Revestir. Ao todo, a empresa apresenta mais de 70 lançamentos que vão de encontro com as principais tendências do setor, divididos nos estandes de Roca Cerâmica (com 369 m²) e Incepa (203,32 m²).



Roca Cerâmica: Neste ano, o carro-chefe fica para os novos grandes formatos de Roca Cerâmica: são lastras de 1,2 x 2,5 m e lâminas de 1 x 2 m, ambas com apenas 7 mm de espessura. Desenvolvidos para facilitar o transporte e aplicação, as peças possuem formato inteligente. As lastras possuem o tamanho do pé-direito padrão, o que evita cortes na hora de aplicar, diminuindo os resíduos de obra e gerando economia. O segundo formato, por sua vez, pode ser transportado por elevador, evitando içar as peças. A exemplo estão as linhas Topázio e Paraná, ambas de 1,2 x 2,5 m.

A Roca Cerâmica também investe nas linhas de porcelanato de 1,2 x 1,2 m, com faces que evocam com perfeição os materiais naturais – como o mármore, a madeira, cimento queimado. Peças decorativas, que flertam com uma estética artesanal, são apresentadas nos formatos 20 x 20 cm. São linhas artísticas, com grafismos delicados ou estética retrô.



A Incepa, por sua vez, lança olhares para os revestimentos de parede. São linhas decoradas ou que apostam no efeito tridimensional – uma forma elegante de levar protagonismo e personalidade para os ambientes. Bom exemplo são as linhas Spin e Seattle, que ainda trazem uma estética urbana ao se valer da imagem do cimento queimado.

A impressão HD aparece com força em suas peças de maiores formatos – como as de 120 x 120 cm – permitindo que a estética do material natural seja reproduzida com perfeição nos porcelanatos. Os diversos acabamentos da Incepa – seja antiderrapante, polido ou acetinado – permitem ainda que essas linhas sejam aplicadas em ambientes com diferentes necessidades, integrando-os visualmente.

Bruno Borer, managing director da Roca Brasil Cerâmica, destaca como diferencial da empresa: “A tecnologia, visão de futuro e design em benefício das pessoas e do planeta foram as principais diretrizes dos lançamentos da Roca Brasil Cerâmica – com suas marcas Roca Cerâmica e Incepa – apresentados durante a Expo Revestir. Ao investir em maquinários para produzir os novos formatos gigantes – de 1,5 x 2 e 1 x 2 m – a empresa estudou o mercado e optou por tamanhos inteligentes, que evitem ao máximo desperdícios e facilitem todo o processo de obra – do transporte à aplicação.

Com a tecnologia Contínua+, os formatos gigantes podem ser produzidos com apenas 7 mm, o que os torna extremamente leves e de fácil aplicação. A impressão HD ainda reproduz, no porcelanato, a estética perfeita dos materiais naturais, com seus veios, nuances e faces variadas.

Falando especificamente dos formatos, as lastras foram cuidadosamente pensadas para facilitar o transporte e aplicação. O formato gigante, de 1,2 x 2,5m, por exemplo, tem a medida perfeita para o pé direito padrão, o que evita cortes e desperdícios, gerando economia e, por consequência, a redução dos resíduos gerados. As lâminas no formato de 1 x 2 m podem ser transportadas no elevador, evitando a necessidade de içar as peças”, explica.

A Roca Brasil Cerâmica fechou 2019 com uma visão positiva. Empresa sólida e referência mundial no mercado de revestimentos cerâmicos e porcelanatos, a Roca Brasil Cerâmica te-

ve alta aceitação de suas linhas, validando suas estratégias de marketing, inovação e relacionamento. O resultado revela o alinhamento da estratégia comercial da Roca Brasil Cerâmica, que, sempre conectada com principais tendências mundiais e às aspirações do mercado brasileiro, compôs em 2019 um portfólio completo, com linhas para área interna de ambientes comerciais e residenciais, além de externas e até revestimentos para o segmento de mobiliário.

Além da infinidade de padrões estéticos, a empresa atendeu uma expectativa crescente quanto aos tamanhos dos revestimentos – algo que pretende continuar investindo em 2020, com o lançamento de seus revestimentos de tamanhos gigantes. Vale ressaltar que a Roca Brasil Cerâmica é a única empresa a fabricar nacionalmente revestimentos nos formatos 1,2 x 2,5 m, reforçando seu caráter pioneiro.

SANTA LUZIA

“Apresentaremos novidades em perfis decorativos e revestimentos sustentáveis, com destaque para a nova coleção Multilinha na ExpoRevestir. Ela reúne ripados em diferentes cores e acabamentos para aplicações em painéis, móveis e divisórias. Fernanda Furtado, gerente de marketing da Indústria Santa Luzia, explica que é uma solução que agiliza a criação de painéis ripados, além de oferecer uma alternativa sustentável e prática ao uso da madeira convencional.

Fernanda avalia que 2019 foi um ano de retomada do crescimento e do otimismo não só na construção civil, mas na economia como um todo. “Vamos trabalhar muito para oferecer aos nossos clientes, a exemplo dos nossos lançamentos na Revestir, soluções completas em materiais de construção para literalmente construir um futuro melhor”, diz.

A marca apresenta soluções em Isopor® reciclado e madeira certificada para criar painéis ripados em móveis, paredes e divisórias.



Com a nova coleção Multilinha, a Indústria Santa Luzia une a beleza atemporal dos ripados com sua expertise em fabricar perfis decorativos ecológicos de alto padrão, como rodapés, rodameios e rodatetos.

Alternativa ao uso predominante de madeira natural neste tipo de aplicação, os ripados da coleção Multilinha colaboram com a destinação correta a plásticos do cotidiano, como o poliestireno expandido, conhecido popularmente pela marca Isopor® ou pela sigla EPS. Além disso, não mofam, não apodrecem e não são atacados por pragas como o cupim.

Se não é possível abrir mão da madeira, a coleção oferta ainda ripados feitos de madeira pinus certificada, com árvores cultivadas em fazendas da própria Santa Luzia.

A instalação é prática, rápida e limpa, bastando utilizar a Dupla Face ou o Super Adesivo, ambos da Santa Luzia, para aplicações horizontais e verticais em qualquer superfície.

SAVANE CERÂMICA

Este ano a Savane apresentará ao mercado de cerâmica o lançamento da Linha Up com grandes formatos na tipologia Gres: 74 x 74, 20 x 120 e 60 x 120, além dos revestimentos para paredes no formato 38 x 74 cm com relevos ousados, aplicação de novas técnicas e efeitos.

“Com 25 anos de história, a Savane é pioneira no desenvolvimento tecnológico de produtos exclusivos com formatos especiais de cerâmica.

A excelência na produção traz para a Savane os investimentos constantes em novas tecnologias que integram seu parque fa-



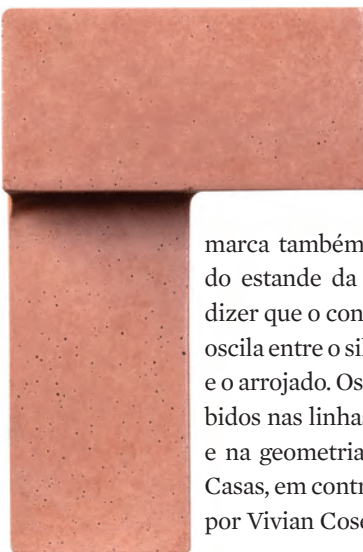
bril e que permite imprimir, no revestimento cerâmico, relevos únicos e diferenciados. Outro destaque é a linha de revestimentos de parede com sistema de encaixe perfeito e design exclusivo.

Ao longo de sua trajetória, a Savane Cerâmica é considerada pelo mercado brasileiro como referência no meio cerâmico e orgulha-se dos títulos de Melhor Cerâmica do Ano (2017) e a conquista, em 2019, pelo terceiro ano consecutivo, do Prêmio Nacional de Design, concedido pela Aspacer”, conta Valmir Severino Carnevali, Presidente da Savane Cerâmica.

E acrescenta que 2019 foi um ano atípico, “sobretudo pela instabilidade econômica do país, o que, de certa forma, nos motivou a nos reinventar, criar produtos diferenciados e investir em novos formatos, técnicas e efeitos. Somos referência em inovação e qualidade e, estes diferenciais são reconhecidos pelo mercado, o que contribuiu muito para fortalecer o relacionamento com os nossos parceiros. 2020 promete ser um ano de fortalecimento da marca Savane, especialmente entre os profissionais especificadores.”

SOLARIUM REVESTIMENTOS

A coleção 2020 que a Solarium Revestimentos apresenta na Expo Revestir, traz assinaturas de três reconhecidos arquitetos:



Arthur Casas, Rodrigo Ohtake e Vivian Coser. Além das peças concebidas pelos designers, a Solarium vem ainda com uma linha de piso de criação própria. Este ano

marca também a mudança de localização do estande da Solarium na Feira. Pode se dizer que o conceito da Solarium neste ano oscila entre o silêncio e o barulho, o simples e o arrojado. Os extremos podem ser percebidos nas linhas curvas de Rodrigo Ohtake e na geometria reta e concreta de Arthur Casas, em contraste com as cores utilizadas por Vivian Coser, que apresenta peças limpas e ao mesmo tempo intensas.

“Misturar estilos, tendências e correntes sempre fez parte do nosso perfil”, explica Cristiano de Souza Gomes, diretor comercial da Solarium Revestimentos. “Buscamos sempre um portfólio original e exclusivo, e que atenda aos nossos diferentes públicos, desde grandes construtoras e incorporadoras, até arquitetos e clientes finais, que valorizam os produtos assinados, uma das nossas marcas sempre”, resume.

DETALHES QUE FAZEM TODA A DIFERENÇA

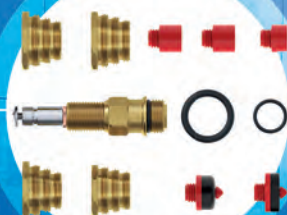
Para que tudo funcione adequadamente, é necessário observar detalhes que são extremamente importantes que evitam vazamentos ou aumentam a economia de água. Pensando nisso, e em sempre levar soluções para os consumidores, a Censi desenvolve produtos com a maior segurança e eficiência do mercado.

Quem quer o melhor, escolhe Censi.

RESTRITORES E REDUTORES DE VAZÃO



REPAROS PARA REGISTROS



MECANISMOS PARA CAIXA ACOPLADA



ACESSÓRIOS PARA BANHEIRO



SIFÕES - TUBOS EXTENSÍVEIS





VILLAGRES

A Villagres lançará, na Revestir 2020, diversas opções de mármore, com veios mais marcados, gráficas exclusivas e de alta definição. Destaque para a grande variedade mundial em pedras, cores e composições. Além dos cimentícios que continuam muito forte na paleta de cores dos profissionais de arquitetura e design de interiores.

Sobre os diferenciais, Renato Salvatti, Gerente Comercial e Marketing da Villagres, diz que “a informação qualificada é raiz para as empresas, como nós da Villagres, que respiramos e investimos nos mais altos padrões de equipamentos, matérias primas, estúdios etc.. Entre nossas principais ações estão os critérios rigorosos adotados em nossa linha de produção, utilizando a indústria na sua maior eficiência. Produção cuidadosa, numa cadência que permite alta definição de impressão, polimento etc. Nosso foco não é escala de produção e sim qualidade na produção.

A comunicação com nossos clientes é sempre muito transparente, transmitindo total confiança e segurança.”

Renato comenta que o ano de 2019 foi mais um excelente ciclo para

Villagres. “Ampliamos nossa unidade industrial, adquirimos equipamentos para a produção dos grandes formatos, sendo a primeira indústria do estado de São Paulo a produzir formatos acima de 90 x 90 cm. A Villagres tem registrado crescimento orgânico, sempre trabalhando com produtos nobres em todo o Brasil. 2019 foi um ano com crescimento de vendas acima de 10%. Para o ano de 2020 todas as perspectivas são positivas, consolidando nosso mercado para os grandes formatos.”

WEIKU

Na Revestir 2020, o principal lançamento da Weiku será o Corstone. Composto por um vidro laminado com espessuras de 4 a 12 mm, o Corstone permite a inclusão de imagens entre duas chapas, sendo totalmente personalizáveis pelo cliente. O produto garante a versatilidade da escolha total do revestimento que mais se adequa ao ambiente, com toda a proteção e durabilidade de um vidro de alta resistência, criando uma nova atmosfera em ambientes residenciais ou comerciais.

Michael Lochner, Gerente de Marketing destaca os diferenciais: “Nas janelas e portas de PVC da Weiku do Brasil, o isolamento térmico e acústico, aliado ao design e tecnologia alemã, juntamente com a experiência de mais de 20 anos de mercado e mais de 20.000 obras realizadas no Brasil com certeza são o nosso destaque.

Outro destaque é o lançamento do Corstone, composto de um vidro laminado fabricado com duas chapas de 4 a 12 mm, que permite a personalização através de imagens ou tecidos em ambos os lados. Ele chega ao mercado para ser um aliado na customização de ambientes, deixar o espaço com sua cara e sua personalidade.”



NovaCor®

Piso Premium

Alexakis



- MAIS RESISTENTE
- RENDE ATÉ 380 m²

MILHARES DE CORES DISPONÍVEIS



SHERWIN-WILLIAMS.
COLORSNAP®



A GARANTIA
PARA O BOM

ACABAMENTO



Pisos e revestimentos são os bons filhos em uma grande família. Mas existem os agregados, que não só tem beleza aparente, como garantem o desempenho e a longevidade dos produtos aplicados sobre eles.

As argamassas e os rejuntamentos têm papel fundamental na colocação dos pisos e revestimentos cerâmicos. Por isso, o revendedor deve ter, ao lado dos expositores de pisos e revestimentos cerâmicos, produtos que vão aumentar a lucratividade nas vendas.

BOSTIK FORTALEZA

Em 2019 o foco da Bostik Fortaleza foram as ações no ponto de venda, junto aos profissionais, fortalecendo ainda mais nosso relacionamento com os clientes e capacitando os profissionais das lojas e aplicadores sobre a linha de produtos Fortaleza, como explica Luis A. Laguna, National Marketing Manager: “Através destas ações, nossos clientes nos transmitiram a necessidade de um rejunte Extra Fino para juntas de até 5 mm, que fosse de fácil aplicação e proporcionasse um acabamento aveludado no rejuntamento de peças nobres e porcelanatos.

Lançamos, então, em outubro, o Rejunte Fort Fine, que vem acompanhado de um kit completo de aplicação (rejunte + copo medidor + espátula de aplicação + esponja de limpeza), facilitando o manuseio na obra durante a mistura e aplicação, além de proporcionar um acabamento Premium.

Em 2020 teremos algumas novidades, uma delas é a reformulação das cores dos rejuntas. Conversamos com alguns arquitetos, analisamos as tendências do mercado dos novos revestimentos e, em breve, lançaremos novas cores de rejunte. Ainda este ano traremos uma linha completa de selantes, adesivos e produtos para Flooring de alta tecnologia com a marca Bostik (uma das maiores empresas do mundo no segmento).” Laguna explica como a empresa faz o relacionamento com os lojistas: “Acreditamos que a melhor maneira de comunicação e informação junto ao lojista é estar presente fisicamente na loja através de um representante da empresa, ajudando nossos parceiros a comercializar e divulgar os produtos Bostik Fortaleza.



Cada vez mais, estamos investindo em eventos com os lojistas e seus clientes a fim de aproximarmos a marca e os produtos Fortaleza do mercado. Esta ação, além de fortalecer o relacionamento, passa confiança aos aplicadores e clientes da marca”, diz.

Quanto ao desempenho

em 2019, Laguna não tem queixas. “O foco no atendimento e no relacionamento com os clientes e a melhoria do mercado brasileiro, especificamente da construção civil, fizeram com que a Bostik Fortaleza continuasse crescendo de maneira sustentável no ano de 2019.”

E encerra explicando que a Bostik Fortaleza compartilha com onda de confiança dos revendedores. “Continuaremos investindo, em 2020, na modernização do nosso parque fabril, na contratação de profissionais e em novos produtos, com a finalidade de nos prepararmos ainda mais para o crescimento sustentável do mercado e, assim, atendermos com excelência os nossos clientes.”

FCC

Atenta às transformações do mercado, a FCC, indústria gaúcha de Campo Bom, busca apresentar soluções para atender as demandas do segmento de construção civil. A mais recente inovação apresentada pela empresa é a argamassa polimérica DunDun cerâmica, lançamento indicado para uso em paredes e pisos e que busca substituir a argamassa colante tradicional. “Nos últimos 5 anos foram 2,6 milhões de m² deslocados em revestimentos cerâmicos internos. Com isso, percebemos que tínhamos um mercado para entrar com a solução para um problema recorrente do segmento, buscando aumentar a produtividade e gerar economia”, aponta Phelipe Curti, gerente de negócios de construção civil da FCC.

Phelipe destaca que um dos principais benefícios do lançamento é o aumento de produtividade, já que a DunDun cerâmica rende cinco vezes mais e é duas vezes mais produtiva que a argamassa colante cimentícia. “Com a argamassa colante são necessários 10 kg para fazer 1 m²; com a DunDun cerâmica você precisa de apenas 2 kg para fazer a mesma metragem”, esclarece. Entre os diferenciais que o produto oferece há, ainda, a flexibilidade. “A argamassa colante é muito rígida e não tem capacidade para absorver a movimentação estrutural e a dilatação higroscópica da cerâmica, resultando no deslocamento das peças por tensão de cisalhamento”, explica Curti. Nesse sentido, a flexibilidade é de extrema importância, pois permite a absorção dessas movimentações. “Com a DunDun cerâmica temos, no mínimo 90%, de redução nos deslocamentos cerâmicos”, complementa.

Além da proposta inovadora, o lançamento também vai ao encontro de outro pilar da empresa: a sustentabilidade. “A DunDun cerâmica é altamente sustentável, pois, naquilo que controlamos, isto é, a produção, reduzimos em 10 vezes a emissão de gás carbônico na atmosfera”, destaca Curti, lembrando que a cada tonelada de argamassa colante produzida são emitidos 600 g de CO₂.





Motobomba ECH
para Hidromassagem
Potências: 1/2, 3/4 e 1,0cv



Motobomba EBP
para Piscina
Potências: 1/2, 3/4, 1,0 e 2,0cv



Motobomba ECS
Centrifuga monoestágio
Potências: 1,0 / 1,5 / 2,0 / 3,0cv



Motobomba ESUB
Centrifuga submersa tipo caneta
Potências: 1/3, 1/2, 3/4 e 1,0
1,5 / 2,0 e 3,0cv



Motobomba ECM
Centrifuga Multiestágios
Potências: 1,0 / 1,5 / 2,0 / 3,0cv



Motobomba MCS Centrifuga monoestágio
Potências: 1/3, 1/2, 3/4 e 1,0cv



Motobomba ECI
Centrifuga injetora
Potências: 1,0 / 1,5 / 2,0 / 3,0cv



Motobomba ECS para incêndio
Potências: 1,5 / 2,0 / 3,0 / 4,0 / 5,0 / 7,5 / 10,0
12,5 / 15,0 / 20,0 / 25,0 / 30,0cv



MACXCOLA

Em 2019, a empresa fez os seguintes lançamentos: O rejunte MACXCRYL Acrílico Premium, vendido em potes com 1 kg. O produto é pronto para uso e indicado para piscinas, áreas internas e externas, porcelanatos, cerâmica, assentamento e rejuntamento simultâneo de pastilhas de vidro.

Textura MACXCOR Rústica Riscada, vendida em latas com 30 kg, para as quais foram lançadas duas novas cores: Areia e Palha.

Rejunte MACXPLUS ARI Cerâmicas, vendido em sacos com 1 kg. O produto possui a mesma qualidade e desempenho do seu antecessor, o rejunte MACXCOLA ARI. Porém, apresenta um acabamento mais fino e aplicação facilitado.

Este ano, será lançada a Argamassa MACXCOLA Cerâmicas Externas e Varandas e Quintais, vendido em sacos de 20 kg. O produto é indicado para assentamento de cerâmicas com absorção acima de 3% em áreas internas e externas, em pisos e paredes até 3 metros de altura.

Os executivos da empresa Jennifer Ferreira e Ramon Millan adiantam que novos lançamentos ainda serão apresentados para 2020.

Destacam que o ano de 2019 foi muito importante para o crescimento da MACXCOLA, lançamos novos produtos, conquistamos novos clientes e modernizamos o ERP da empresa.

“Em 2020 nosso foco é seguir com o crescimento constante e trazer inovações para o mercado de argamassas e tintas no Nordeste”, explicam.

SIKA

O principal lançamento na linha de argamassas foi a PORTOKOLL ARGAMASSA ESPECIAL ACRÍLICA, um produto pronto para uso, de cor branca, que proporciona alta aderência e flexibilidade para realização de assentamentos de uma maneira extremamente limpa e prática. Jessica Moura, coordenadora de TM Building Finishing da Sika, destaca que o produto é “perfeito para realização de trabalhos de bricolagem com os mais diversos tipos de pastilhas. Na linha dos rejuntos, nos concentramos no lançamento de novas cores, sempre ligadas às tendências dos revestimentos.

Um destaque especial, embora não esteja no portfólio de argamassas e rejuntos, foi o lançamento do PortoKoll Cimento Queimado, um produto de base cimentícia com tecnologia inovadora em relação ao que já existia no mercado e que pode ser aplicado não só em paredes, mas também em pisos.

Em 2020 seguiremos lançando novas tecnologias, sempre alinhadas com as tendências e necessidades do mercado de revestimento, conferindo inovação, tecnologia e desempenho aos produtos dos portfólios de todas as marcas”, diz. Jessica Moura diz o trabalho junto aos lojistas é mostrar que a empresa está focada em desenvolver produtos inovadores e diferenciados, “que está

no nosso DNA. Trabalhamos focados em oferecer ao mercado especialidades que atendam no detalhe as necessidades do cliente. Com tantos tipos de revestimentos em termos de materiais, tamanhos e aplicações não podemos considerar argamassas e rejuntos uma commodity. Com esse entendimento claro, focamos nosso trabalho na busca de soluções que atendam a toda e qualquer necessidade com alto desempenho.”

Para a Sika, 2019 foi um ano de grandes desafios que foram superados com muito trabalho.

“Estamos muito otimistas em relação a 2020, pois enxergamos uma boa movimentação do mercado. Com a integração das marcas Parex com a Sika estamos ainda mais preparados para atender o mercado, com soluções que vão desde a fundação até a cobertura”, finaliza.



VEDACIT

As argamassas poliméricas são produtos conhecidos e estão entre os mais relevantes de nosso portfólio, integrando o que chamamos de “Os melhores amigos da obra”, produtos essenciais para construir ou reformar e garantir a impermeabilização completa do imóvel.

Nesse segmento, destacam:



Vedatop: argamassa polimérica semi-flexível impermeável, protege paredes e elimina a umidade. É indicada para ambientes molháveis como cozinha, banheiro e área de serviço, além de rodapés, reservatórios enterrados, poços de elevadores e fundações, que podem contar com o revestimento impermeável e receber pintura após a secagem.

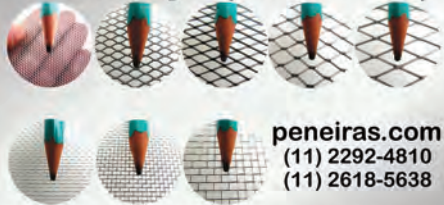
Vedatop Flex: argamassa polimérica, flexível, termoplástica, é indicada para locais com pressão de água, como piscinas, re-

Não Revende?
Tá perdendo.



Foto Ilustrativa
Cor do Aro
pode variar

Peneiras Profissionais 100% Aço (Aro&Tela)



peneiras.com
(11) 2292-4810
(11) 2618-5638

Opção Aro com Altura de 3CM e 5CM
Diametros 20 / 25 / 30 / 40 / 55 / 70
8 tipos de Tela

TELAS TRANÇADAS	TELAS EXPANDIDAS	tipo	diâmetro	altura
		tipo CAFÉ	Ø40CM	Altura 3cm
		tipo FEIJÃO	Ø40CM	Altura 3cm
		tipo AREIA	Ø40CM	Altura 3cm
		tipo ARROZ	Ø30CM	Altura 3cm
		tipo FUBÁ	Ø30CM	Altura 3cm
		tipo ARROZ	Ø20CM	Altura 3cm
		tipo FUBÁ fio Forte	Ø40CM	Altura 3cm
		tipo FUBÁ fio Comum	Ø20CM	Altura 3cm
			Ø25CM	Altura 3cm
			Ø30CM	Altura 3cm
			Ø55CM	Altura 3cm
			Ø55CM	Altura 5cm
			Ø70CM	Altura 3cm

servatórios, caixas-d'água e tanques. O Vedatop Flex veda e elimina vazamentos e umidade, aderindo perfeitamente a concreto, alvenaria e argamassa, acompanhando eventuais movimentações. A opção com fibras é indicada especialmente para impermeabilizar estruturas sujeitas a deformações, pois potencializa ainda mais a resistência do produto.

Bruno Pacheco, executivo de Marketing da Vedacit, explica que, “além dos diferenciais descritos acima, nossos produtos têm qualidade premium e para contribuir com o conhecimento dos lojistas realizamos treinamentos constantes, por meio de palestras e demonstrações de produtos. Também disponibilizamos folhetos explicativos, vídeos, amostras aplicadas, o apoio integral do departamento técnico e material nas mídias digitais.”

E informa que o ano passado foi muito positivo para a Vedacit, superando as expectativas. “Após o recorde histórico conquistado em agosto, com o melhor mês em faturamento e volume da história, fechamos o ano com aumento de 29% na receita – mais de R\$ 500 milhões – e de volume vendido – mais de 80 mil toneladas –, com crescimento de 22%. O crescimento foi representativo, bem acima do mercado, que registrou 2%, segundo a ABRAMAT (Associação Brasileira da Indústria de Materiais de Construção). Para 2020 a projeção também é superior. Enquanto a Construção Civil prevê um aumento de cerca de 4%, segundo à Associação, nossa perspectiva é de crescer acima de 15%.”

WEBER QUARTZOLIT

“O lançamento em 2019 da linha de Argamassas foi a cimentcola flexível ACIII branco quartzolit (cimentcola para sobreposição e assentamento de porcelanatos, cerâmicas, mármore, granitos e pedras naturais de uso interno e externo tipo ACIII).

Já os lançamentos da linha de Rejuntas em 2019 foram: o rejunte renova fácil quartzolit (rejuntamento de base acrílica para renovação de rejuntas antigas, indicado para sobrepor juntas antigas de rejunte epóxi, acrílico e cimentício) e o epóxi superfácil (rejunte bicomponente, impermeável, resistente a manchas e de acabamento liso extremo, com fácil limpeza diária, além de extrema facilidade na aplicação).”, explica Francisco Araújo Jr., Chefe de Produto da Linha de Rejuntas e Limpadores.

Renam Timbó – Gerente de Produtos – Canal Varejo, acredita que o mercado estará fortalecido este ano. “Estamos alinhados com as expectativas que tínhamos para o mercado. Ainda há muita oportunidade para atuarmos e seguirmos sempre inovando e trazendo produtos de qualidade para os consumidores.”

E informa que durante a feira Expo Revestir, as marcas Brasilit, Ecophon, Isover, Placo e a quartzolit irão apresentar soluções inovadoras e completas para construção. “No estande do evento o público terá a oportunidade de conhecer em espaços com produtos aplicados as soluções integradas que atendem as necessidades de pequenas obras a grandes construções residenciais, comerciais e de infraestrutura. Uma das novidades será a versão digital do Guia quartzolit, oferecendo maior navegabilidade e apresentando as soluções ideais para cada tipo de obra”, finaliza.



Soluções para o assentamento de revestimentos de grandes formatos

Cortador **Infinity**

Capacidade de corte de até **3,40** m de comprimento



Alicate separador para revestimentos de até **8** mm de espessura



Sistema de **Movimentação**



Cortador elétrico **ZAPP 1550**
Capacidade de corte de até **1,55** m de comprimento

CORTAG
REVOLUTION TOOLS

25
ANOS
DESDE 1995

  @cortagoficial
www.cortag.com.br

ABERTO A

VISITAÇÃO

Os banheiros e cozinhas eram ambientes pouco convidativos há poucas décadas. Aí os fabricantes investiram em tecnologia, design dos produtos e desempenho para reverter este conceito. E conseguiram. Estes ambientes emergiram, tornando-se tão receptivos quanto as salas e quartos.

AMANCO WAVIN

O Ralo Linear foi um dos destaques entre os lançamentos de 2019 da Amanco Wavin, desenvolvido com o objetivo de oferecer uma opção decorativa sofisticada e moderna ao consumidor final. O produto foi criado como nova linha de soluções de esgoto da marca para a coleta de água de áreas molhadas, como é o caso dos banheiros. Com um formato estreito e alongado, permitem uma instalação mais discreta nos ambientes, mas com a mesma eficiência de um ralo convencional. O ralo linear é fabricado em PVC e pode ser encontrado com grelhas brancas ou inox, nos comprimentos de 50, 70 e 90 cm, sifonado e não sifonado, sendo todas as opções com 5 cm de largura. A Amanco Wavin vem investindo cada vez mais em produtos da linha de acessórios para, assim, suprir a necessidade dos clientes. Na linha de assentos sanitários, por exemplo, trabalhamos com assentos para louças ovais e para

louças dedicadas, modelos convencionais, almofadados e soft close.

Contamos com dois novos produtos na linha de assentos que seguem o modelo oval universal: Soft Close e Plus. Os dois produtos são de fácil limpeza (devido ao material, polipropileno) e alta resistência. No caso do modelo Soft Close, podemos citar também o fechamento suave, que permite controlar a descida da tampa.

Outro importante produto da marca é o Amanco An-



ti-Inseto, capaz de impedir que insetos, mau cheiro e espuma, provenientes do esgoto, saiam pelo ralo para a superfície. De fácil instalação e manutenção, o produto é fabricado em polipropileno, apresenta design moderno e tamanho universal, que permitem encaixe na maioria dos modelos de caixa sifonada encontrados no mercado. Indicado para uso em áreas internas e externas da casa, o produto ajuda a combater o mosquito da dengue porque impede que o Aedes aegypti, mosquito transmissor de dengue, febre amarela, chikungunya e zika vírus tenha acesso à água que fica na tubulação. Além do Ralo Linear, da linha de assentos e do dispositivo Anti-Inseto, a Amanco Wavin possui também outros produtos de destaque para banheiro:

Engate Flexível Inox - Produto resistente à oxidação, temperatura de trabalho de até 90 oC, é indicado como acabamento para aplicação aparente. Esse produto faz parte da linha de acessórios metálicos da Amanco Wavin, que conta com um portfólio de produtos com torneiras de esfera, registros de esfera, além dos engates flexíveis.

Grelhas Inox (nos formatos: redondo e quadrado) - As grelhas de inox da Amanco Wavin contam com materiais de alta qualidade, que fazem parte de um portfólio completo de grelhas, sendo que todos possuem desenhos e acabamentos variados. Entre os destaques, a marca conta com dois designs inovadores: Copacabana e Vórtice. São destinadas às áreas molhadas em geral, promovendo maior capacidade de escoamento.





A Amanco Wavin participará da Feicon 2020. “Estamos muito contentes em fazer parte de mais uma edição da feira, tão importante para o setor e uma excelente oportunidade para manter o relacionamento com nossos públicos de interesse”, diz Adriano Andrade, diretor comercial da Amanco Wavin.

Revendedores: “Para garantir a qualidade já reconhecida dos produtos Amanco Wavin, realizamos junto aos revendedores um trabalho frequente de orientação, indicando a forma correta de armazenagem dos materiais, de acordo com as características individuais de cada um deles, garantindo ao nosso consumidor um material que tem os mesmos padrões de qualidade de quando saiu da fábrica.

Promovemos também o programa de relacionamento Amanco Oportunidade de Negócio (AON), que aproxima nossos principais clientes varejistas e equipe comercial em torno do desenvolvimento contínuo e a importância da troca de informações. Anualmente, os lojistas participantes têm a oportunidade de vivenciar módulos acadêmicos otimizados nas mais conceituadas universidades mundiais, além de conhecer as principais feiras internacionais e, também, de participar de visitas técnicas aos maiores home centers mundiais.

No pós-venda, realizamos a orientação sobre como cadastrar e segmentar os clientes das vendas, ajudando com o desenvolvimento de programas especiais voltados aos diversos tipos de consumidores que cada uma pode ter.

Oferecemos treinamentos “in loco” dentro das nossas vendas parceiras e desenvolvemos materiais de merchandising

com informações técnicas de fácil compreensão, além de disponibilizar outros, que auxiliam na exposição dos nossos produtos, aumentando o seu destaque dentro da loja, para que o consumidor final possa ser estimulado a tomar a decisão de compra correta.”

Diferenciais: “Além das ações desenvolvidas junto aos revendedores de materiais de construção, as embalagens dos produtos da Amanco Wavin apresentam, em sua maioria, informações relacionadas à correta aplicação, instalação e os cuidados necessários de manuseio e transporte. Tudo para esclarecer eventuais dúvidas dos nossos clientes.”

Mercado: “Para 2020, o aumento da confiança dos consumidores e dos empresários, juros baixos e inflação sob controle são fatores que abrem o ano com uma boa perspectiva. Dados da Câmara Brasileira da Indústria da Construção (CBIC), projetam que a construção civil deve crescer 3% este ano, o que representa um potencial para criação de 150 mil postos de trabalho formais até dezembro.

Outro bom sinal é o fato de que o poder de consumo das famílias deve melhorar em 2020, segundo estudo da Confederação Nacional da Indústria (CNI), o que pode impactar no aumento das reformas das casas ou na venda/troca de imóveis. Além do imobiliário residencial, temos perspectivas de crescimento de obras no setor público, de infraestrutura (com grandes concessões que devem ser feitas este ano, incluindo rodovias e aeroportos, por exemplo) bem como projetos industriais.”



ASTRA

Lançamentos 2019

Acessórios para banheiro:

Cesto Multiuso (CT9);

Tapete de Algodão (EST5 e KEST5);

Kit de Acessórios para Banheiro (KBAM);

Lixeira (LTB1);

Assento, Lixeira e Kit de Acessórios nos tons marmorizados

Acessórios para cozinha:

Tapete Fit (EST6, EST7 e

ESR1) - feitos em PVC possuem textura emborrachada, macia e confortável.

Lançamentos 2020

Acessórios para banheiro:

Assento Fofinho Dobrável; Assento Redutor Infantil com Alça; Novos tons marmorizados; Aramados; Linha Kids; Novo modelo de lixeira (LPDA10); Caixas organizadoras.

Revendedores: A equipe de vendas da Astra executa campanhas promocionais juntamente com seus representantes comerciais, que transmitem essas estratégias da empresa aos lojistas e revendedores de materiais para construção. A empresa disponibiliza apoio à estruturação e ambientação de lojas com uma programação visual alinhada com o que cada cliente possui em sua cartela de compra - oferecendo ao expositor, junto com a introdução dos pedidos, por exemplo, apoio de merchandising e promoção de vendas, além de tabloides informativos de campanhas, que são lançados trimestralmente com as oportunidades e facilidades para as próximas compras. Independentemente de suas campanhas de incentivo, específicas de cada loja ou não, a Astra visa fomentar a competitividade de seus produtos disponíveis no PDV com os da concorrência, pulverizando a maior quantidade de itens de seu portfólio. Na maioria dos casos, o consumidor final também é beneficiado, principalmente pela experiência de compra exercida no ponto de venda”, informa Joaquim Coelho, diretor comercial da Astra.

Mercado: “O ano de 2019, principalmente o segundo semestre, mostrou uma reversão e houve um bom crescimento. A perspectiva para 2020 é que esse crescimento continue (acima de 10%). O setor da construção civil evoluiu positivamente em 2019 e está muito promissor para 2020. Isso contribui diretamente para a venda dos nossos produtos tanto no mercado das novas construções quanto nos lares já existentes.”

DECA

Fernanda Dayan, gerente de marketing da Deca destaca que em “2019 tivemos um grande avanço no território da cozinha, com o lançamento das nossas cubas em aço inox. Para 2020,



o que o consumidor pode esperar produtos que, além de design, carregam funcionalidades diferenciadas e tecnologias inovadoras.“

E avisa que a Deca vai participar da ExpoRevestir. “Este é o principal evento do nosso segmento e o momento em que a Deca mostrará todos os seus lançamentos para 2020.”

Diferenciais: “Além do design, em 2020 estamos investindo bastante em produtos com funcionalidades diferenciadas e tecnologias inovadoras.”

Mercado: “Não podemos falar em números, mas 2019 foi um ano de aprendizados. Em 2020, esperamos fortalecer a nossa marca no território da cozinha e continuar levando novidades para casa dos consumidores.”

DOCOL

A Docol – maior exportadora de metais sanitários da América Latina – foi premiada pelo Good Design Award 2019 na categoria Bath/Accessories com a torneira DocolGiro, fruto da parceria com o arquiteto Gui Mattos e a equipe de designers da empresa.

A marca já havia sido contemplada pelo Good Design em 2018, na mesma categoria, com a linha Mix&Match, criada em parceria com a designer Baba Vacaro.

A DocolGiro segue a linha criativa que compõe as obras arquitetônicas de Gui Mattos, arquiteto paulistano de renome internacional, com linhas retas, contemporaneidade e minimalismo. Suas formas remetem a um bloco maciço e a peça reúne volante e bica em um mesmo elemento estrutural, revelando sua função apenas ao ser acionado.

O produto foi pensado para surpreender e não se revela à primeira vista, busca valorizar a funcionalidade, harmonia e a identidade própria para ambientes arrojados e contemporâneos que buscam sutileza e personalidade. Sua inovadora tecnologia de acionamento, desenvolvida pela Docol especialmente para a peça, traz um sistema que permite que o fluxo de água seja liberado apenas quando a bica está posicionada no centro da cuba. Para Gui Mattos, “a peça criada para a DOCOL é resultado da intensa busca pela simplificação de objetos e funções, aliada ao desejo de brincar com o imaginário das pessoas”.

Ganhar o Prêmio pelo segundo ano consecutivo reforça a satisfação da marca em se aliar a designers e arquitetos brasileiros, valorizando o cenário nacional através da co-criação de peças únicas e realmente inovadoras. “Estamos trabalhando incessantemente para criar soluções inovadoras e funcionais para a casa das pessoas. Receber esse Prêmio é muito gratificante e mostra que estamos no caminho certo”, afirma Fernando Pruner, gerente de inovação da Docol.

ILUMI
MATERIAIS ELÉTRICOS

ACENDE BRASIL



**FEICON
BATIMAT**

Visite-nos:

STAND H030

E conheça, além da VIVAZ,
outros lançamentos da Ilumi,
a marca do lar brasileiro.



Vivaz

ETERNIT

“Em 2019, lançamos a bacia Kubica Acoplada preta, que é perfeita para quem gosta de modelos quadrados e com linhas retas”, destaca Rafael Mardson, gerente de marketing divisão técnica.

“Além do design, conseguimos oferecer: Sifão esmaltado, reduzindo o risco de entupimentos; 50% do consumo de água de uma bacia tradicional; Sistema Dual Flush®, que permite a escolha entre meia-

descarga ou descarga completa. Cerâmica com garantia de 10 anos. Nesse produto, trabalhamos com sifão oculto e caixa acoplada, com um design que combina com diversos estilos de ambiente.”

Diferenciais: “Trabalhamos por meio de materiais digitais, materiais de reforço para nossa equipe de vendas, catálogos e materiais específicos da empresa para o PDV.”

Relacionamento: “Trabalharemos com os mesmos diferenciais acima e com o mesmo padrão Eternit com que atuamos no ponto de venda.”

FORUSI

Buscando competitividade em atender o posicionamento nos canais de vendas a Forusi lançou no último trimestre de 2019 as linhas C36 e linha competitiva com 1/4 de volta e a linha color tendência na decoração Katy Messias, Gerente Comercial da Forusi, informa que a empresa vai investir em ações no ponto de venda, por isso não participará de feiras do segmento.

Revendedores: “Estamos com projeto em implantação este ano de maior atuação no PDV, como exposição de produtos, treinamento e promotores técnicos.”

Diferenciais: “Como fabricante há 45 anos, a Forusi está preparada para atender às demandas e o aquecimento do mercado.”

Mercado: “2019 ainda foi um ano instável, porém, já sinalizou um aquecimento no último trimestre.”

FRANKE

Em 2019 a Franke não lançou misturadores. Em 2020, por outro lado, serão lançados novos produtos, inclusive misturadores para cozinhas e dosador de sabão detergente para fazer a composição. O lançamento de misturador de cozinha é o Active Plus com acabamento Black Matte, uma tendência em metais e acessórios. Seu design é minimalista, com bica alta e giratória em 360 graus e extensor com dois tipos de jato: arejador e ducha. Este misturador faz par perfeito com o dosador da linha

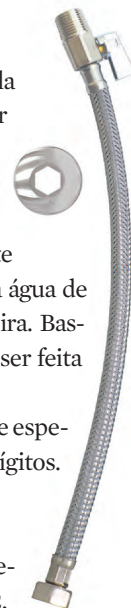


Prática com o mesmo acabamento na cor Black Matte. O dosador de sabão detergente da Franke é recarregado por cima.

GTRES

Produto de destaque é a ligação flexível com válvula de segurança da GTRES que foi lançada para evitar estouros e inundações – e suas possíveis consequências. Fabricado de aço inox, o produto vai além da qualidade. Ele evidencia a preocupação da marca com a segurança de seus consumidores. Com este flexível, por exemplo, o cliente não precisa fechar a água de todo o banheiro para efetuar a troca de uma torneira. Basta fechar a válvula do flexível e a instalação poderá ser feita com segurança.

A empresa diz que 2019 foi um ano de crescimento e esperam que 2020 seja ainda melhor, na linha de dois dígitos.



ICASA

“Em 2019, mais precisamente durante a ExpoRevestir, lançamos as Bacias Suspensas BCS1 e BCS2, vencedoras do “Best in Show”, além do tanque (IT2) e do mictório (IMI) com novos designs. Estes últimos já com vendas desde o fim do ano passado e as bacias suspensas com vendas programadas para este semestre ainda. Para 2020 mais dois modelos de cubas de Apoio e uma de embutir ilustrarão nosso estande na Expo Revestir. Também teremos novidades em cubas e bacias esmaltadas em cores mates: Branco, Palha e Preto. Uma nova linha será mostrada ao público, a Mariana, iniciando por uma bacia com caixa acoplada do segmento popular, fora do tradicional design oval, na embalagem com-

bo”, diz Fábio Bergamasco Ferlin, analista de comunicação e marketing / Icasa Indústria Cerâmica An-dradense S.A.



Inspirar um futuro mais consciente, valorizando a água para a vida.

Esta é a Viqua, líder na fabricação de torneiras em plástico ABS,
que oferece soluções acessíveis para o uso da água.

22 de março – Dia Mundial da água.

LANÇAMENTO **LAGUNE**

AREJADOR

Jato suave sem respingos.

INOVAÇÃO

Plástico ABS resistente e durável.

ALAVANCA ¼ DE VOLTA

Abre fácil e dura muito.

www.viqua.com.br

  [viquabrasil](#)

VIQUA 

A ICASA participará somente da Expo Revestir em 2020. “Receberemos nossos clientes para aquele cafezinho mineiro em nosso estande onde mostraremos as novidades e estamos com uma equipe bem preparada para gerar novos negócios, seja com clientes de carteira ou novos, nacionais e estrangeiros. Iremos, em nossas ações, demonstrar a importância e a praticidade das vendas de produtos nas embalagens “combo”, uma realidade positiva e crescente dentro da empresa.”

Diferenciais: “Sem dúvida, a certificação ISO 9001 é um diferencial para nossa marca, cujo sistema de gestão da qualidade nos permite atingir um ótimo índice de qualidade, tanto no produto final, quanto no gerenciamento do processo. Tudo isso implica em ter um ótimo pós-venda, com investimentos constantes em palestras, treinamentos e exposição de produtos nos pontos de venda.”

Mercado: “O ano que passou, reconhecidamente foi difícil para o brasileiro. Houve retração nas vendas, mas não deixamos de investir em nossa unidade fabril, em inovação e desenvolvimento de novos produtos. Sentimos uma boa melhora nas vendas neste início de ano, que, junto às promessas governamentais de investimentos na construção civil, nos fazem vislumbrar um cenário muito positivo, bem mais animador com relação a 2019.”

INCEPA

A Incepa participa da Expo Revestir 2020 para reafirmar sua mensagem ao mercado: o luxo acessível, destacando seus lançamentos, que respondem aos anseios dos consumidores para suas diferentes demandas de vida. As novidades apresentadas retratam as tendências do mercado combinadas ao perfil do público brasileiro.

Os metais ganham cada vez mais espaço nos projetos de cozinhas e áreas gourmets dos usuários. Em uma combinação marcada pela tecnologia, design e funcionalidade - pontos que traduzem sua essência -, a Incepa levará suas linhas desenvolvidas para transformar esses ambientes.

Conforto aliado ao estilo, os monocomandos revelam a facilidade. Simples no uso, equilibram a temperatura da água com apenas um movimento, acionados por uma única alavanca. A linha Incepa Kitchen conta com design inovador perfeito para cubas duplas ou grandes por conseguir alcançar todos os pontos, proporcionando agilidade na manipulação dos alimentos durante a lavagem. Com bica extraível e móvel 360º, ela possui dois tipos de jato com ducha ergonômica. O monocomando ainda possui um arejador oculto que permite economia de até 50% de



água, além de alta durabilidade, devido ao seu mecanismo cerâmico.

Agregando valor estético e praticidade às cozinhas, a linha de monocomando Incepa Gourmet carrega um design moderno graças à bica extraível em mola. Esse design também agiliza a limpeza dos utensílios, o preparo das refeições, além de auxiliar a manter a pia limpa. Com dois tipos de jatos, o monocomando é produzido de metal cromado com exclusivo acabamento biníquel, que proporciona brilho intenso por muito mais tempo e maior resistência à corrosão; funciona em alta e baixa pressão (5 a 40 m.c.a) e é perfeita para quem busca praticidade e economia no mesmo tempo.

JAPI

A Japi, marca que oferece soluções para construção, decoração e jardinagem, lança a Cuba Barcelona. A peça é produzida de louça cerâmica e possui linhas curvas que lhe conferem um aspecto de canoa. Fabricada no modelo de sobrepor, a Cuba Barcelona une design moderno, sofisticação e versatilidade. É um produto que foi desenvolvido para atender os mais diversos ambientes. Mede 46 cm de largura, 29 de comprimento, 16 de altura e está disponível na cor branca.



KELLY METAIS

Devido ao sucesso das linhas lançadas em 2019 - Linha Rose Gold (Cobre) e Linha Colors -, a KELLY METAIS continua apostando na diversificação de cores e em 2020 traz ao mercado um complemento da linha, com mais opções (modelos sofisticados e exclusivos), além da introdução da linha Black Frosted. Antenada às necessidades do consumidor final, a linha Black vai além das torneiras exclusivas e busca atender o consumidor plenamente, com acessórios, sifão, acabamentos, ducha higiênica e válvula de escoamento, tudo em plena harmonia.

Revendedores: “Além das ações pontuais nos principais PDVs parceiros, a Kelly planeja algumas ações para 2020 envolvendo, além das vendas, os profissionais do nosso segmento, arquitetos, encanadores, instaladores etc., integrando toda cadeia do Constru-Business e abrindo novos horizontes para a marca. Explorar novas plataformas de negócio será um dos nossos objetivos neste ano”, informa Danilo Marques, Gerente Comercial.



RALOLINEAR OCULTO



TECNOFIL

LANÇAMENTO

Modernidade e elegância nos mínimos detalhes!

A **TECNOFIL**® tem uma novidade para você: o **Ralo Linear Oculto**. Um produto ainda **mais discreto**, que possibilita **perfeita harmonia** com o acabamento cerâmico.

No novo Ralo Linear Oculto, o revestimento cerâmico é fixado no local da grelha, proporcionando ainda mais elegância ao projeto. Além disso, a **paginação é facilitada**, ao permitir o corte em diversas dimensões proporcionais ao tamanho da cerâmica, resultando no **encaixe perfeito no ambiente**.

É a **Tecnoperfil**® apresentando soluções de qualidade para valorizar ainda mais seu ambiente!

Rua Rui Barbosa 210 | Costa e Silva | CEP 89219-520
Distrito Industrial | Joinville | SC

0800 474774
www.tecnoperfil.com.br

 **TECNOFIL**®

Diferenciais: “Um produto fabricado no Brasil, com qualidade, normatizado, oferecendo 10 anos de garantia, acessível, de fácil instalação, com design inovador e, por fim, que atende aos anseios de toda população nacional.”

Mercado: “O ano de 2019 foi um ano de muita luta, muito suor. Esperamos, em 2020, alcançar os objetivos traçados e fechar o ano em crescimento em relação ao ano anterior.”

KRONA

A Krona Tubos e Conexões lançou as torneiras para pia, tanque e jardim com um novo design slim. São produtos criados para integrar sistemas hidráulicos, interligando os pontos de espera aos aparelhos sanitários. Seguem as determinações de normas brasileiras e internacionais. Ideal para manter a obra ainda mais resistente e completa, esta linha é altamente testada, tornando-se a melhor solução para projetos residenciais, comerciais e industriais.

“A Krona prepara lançamentos e surpresas para a Feicon Bati-mat. Colocada entre as três maiores de seu segmento, a Krona terá um estande de 240 m², onde vai mostrar sua linha completa para instalações de esgoto, água fria e água quente, acessórios para a construção civil, assim como extenso portfólio para a parte elétrica. As novidades, contudo, só serão conhecidas durante a feira”, informam Gustavo Dias de Souza, diretor comercial e de marketing e Fernando Pedro de Oliveira, diretor administrativo e financeiro.

Revendedores: “Entre os diferenciais da Krona está justamente o trabalho permanente com os revendedores, com uma exposição destacada dos produtos e capacitação para apresentarem a excelência de nossas linhas aos clientes finais.”

Diferenciais: “Os produtos da Krona combinam inovação, eficiência e durabilidade com uma ótima relação custo-benefício. A empresa segue rigorosos processos de qualidade certificados pelo PBQPH - Programa Brasileiro da Qualidade e Produtividade do Habitat.

Mercado: “O bom resultado do ano passado, com crescimento de cerca de 15%, é consequência também dos investimentos que a Krona fez. O parque industrial recebeu máquinas novas, automação e eficiência em processos. A logística aprimorou métodos de supply chain e houve aumento de investimentos em comunicação e merchandising. A empresa integrou processos internos, sempre visando a qualidade de nosso atendimento aos clientes. A área de pesquisa e desenvolvimento incrementou linhas e otimizou ainda mais produtos existentes.



Para 2020, a Krona tem uma expectativa positiva da economia e de seu desempenho.”

LORENZETTI

Em 2019, um dos principais lançamentos da Lorenzetti foi o complemento à linha Loren Flex, com monocomandos que seguem o conceito minimalista e a praticidade da bica flexível, já presente nas torneiras e misturadores. Disponíveis nas versões Red, Black, White e Gray, as peças são ideais para ambientes contemporâneos de cozinhas e áreas de serviço. O conceito de design funcional é o ponto alto da linha Loren Flex. A bica flexível permite o posicionamento em qualquer direção, ampliando a área de atuação do jato, enquanto a manopla tipo haste acrescenta ainda mais facilidade no manuseio. O revestimento em silicone, ao mesmo tempo em que imprime cor e personalidade à peça, favorece a limpeza, sem acumular sujeira.



Outro destaque do portfólio é a linha de torneiras Loren Code versão black para lavatório e cuba de apoio. As novidades apresentam desenho moderno e diferenciado, composto por formas minimalistas onde a sutileza em todos os detalhes prevalece. Uma mistura de formas que possibilita a harmonização com diversos estilos de projetos de banheiros e lavabos. Para garantir o consumo consciente hídrico, as novas torneiras Loren Code Black contam com mecanismo 1/4 de volta, permitindo a abertura e fechamento do fluxo de água de maneira rápida e prática. Além disso, o arejador embutido na bica das torneiras uniformiza o jato d’água, evitando respingos e garantindo economia de até 50%.

A linha de monocomandos Loren Mix também é um dos destaques do mix de produtos da Lorenzetti. As peças apresentam design contemporâneo, conferido pela base robusta, manopla em formato flat e bica clean, levemente arredondada. O modelo para lavatório possui arejador, que mistura o ar com a água, proporcionando economia e evitando respingos durante o uso. O mecanismo monocomando com cartucho cerâmico é de alta

duração e permite a escolha gradual da temperatura de maneira precisa. Com ótimo desempenho em locais com pouca pressão de água, os monocomandos LorenMix são soluções para instalação em casas térreas, sobrados e apartamentos de cobertura, que frequentemente apresentam esta situação.

Na categoria de louças sanitárias, a Lorenzetti aposta em combos completos para instalação. em 2019, um dos lançamentos foi o Combo versátil Cuba de Apoio SA-01. O combo acompanha sifão e válvula de escoamento para lavatório, garantindo a liberdade do consumidor em optar pela instalação de torneira, misturador de duplo acionamento ou monocomando. Com objetivo de facilitar a exposição e comunicação no PDV, os combos foram desenvolvidos com embalagem intuitiva e didática, com informações claras e objetivas sobre os itens que compõem o kit, cores mais fortes e grafismos em destaque. A cuba de apoio chama a atenção pelas bordas finas, que conferem delicadeza, modernidade e elegância, e interior fluido, sem cantos retos, que evita respingos e o acúmulo de sujeira, pois a água flui naturalmente em direção ao centro. O modelo SA-01 é compacto e versátil, que permite compor o projeto com variados modelos de metais sanitários.

Este ano, a Lorenzetti volta à Feicon Batimat com lançamentos em grande parte das categorias de produtos em que atua.

Diferenciais: A Lorenzetti trabalha há quase duas décadas com metais sanitários e possui em seu portfólio grande variedade de soluções que se destacam por apresentarem design inovador, preço acessível, acabamentos inusitados, mecanismos práticos, além de proporcionarem economia de água durante o uso. Em relação à louças sanitárias, categoria em que atua desde 2016, a Lorenzetti se destaca, principalmente, por apresentar soluções que se diferenciam pelo conforto, design exclusivo e funcionalidade.

MEBER

A Meber vem trabalhando na expansão das opções de acabamento para seus produtos, investindo na cartela de cores como diferencial para suas linhas de metais. A novidade em destaque é o acabamento em Preto Matt para uma série de produtos de seu mix.

Itens de diversas linhas ganharam opções de peças no novo acabamento, agregando versatilidade para harmonizar.

Revendedores: A Meber investe na exposição diferenciada de seus produtos junto aos lojistas, criando cenários nos PDV



LANÇAMENTO

LINHA ORGANIZAÇÃO

Organize os ambientes de forma fácil e segura!

CONHEÇA TAMBÉM:



Suportes para TV



Antenas Digitais



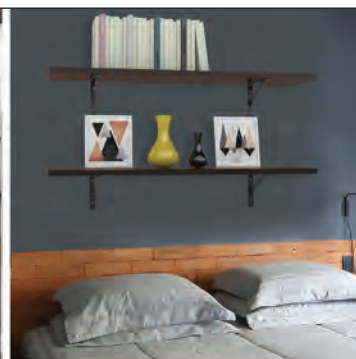
Cabos HDMI



Acessórios



Trilhos e Suportes



Mão Francesa



Prateleiras



Nichos

Siga-nos em nossas redes sociais!



www.brasforma.com.br

brasforma



com a ambientação adequada para destacar os diferenciais da marca. Outra estratégia que a empresa vem adotando é a aproximação com os parceiros do mercado, promovendo treinamentos e ações de qualificação para otimizar os resultados no ponto de venda. Nesses encontros, os profissionais recebem informações técnicas e são melhor preparados para, no contato com o consumidor final, oferecer dados relevantes sobre as vantagens dos produtos.

Diferenciais: A Meber vem investindo no design de seus produtos, desenvolvendo linhas exclusivas para ocupar, no mercado, um nicho onde seja reconhecida pela diferenciação dos metais que assina. Somada a esse compromisso, a empresa também evidencia em seus produtos a funcionalidade dos produtos, que atendem com excelência às necessidades do usuário; a garantia de dez anos ofertada nos itens do mix e, por consequência, a vantajosa relação custo-benefício associada à escolha pelos produtos com a marca Meber.

Mercado: Em 2019, a Meber confirmou, por mais um ano, sua liderança no mercado gaúcho, sendo a mais presente nos pontos de venda do Rio Grande do Sul, ocupando 60% dos espaços destinados a exposição de metais sanitários. Na região sul, a fabricante bento-gonçalvesense pode ser encontrada em 23% dos estabelecimentos varejistas especializados – e almeja ampliar essa participação ao longo dos próximos cinco anos. Para 2020, a previsão é ampliar em 7,5% o faturamento da empresa.

PERFLEX

Em 2019 lançaram as coleções Mozart e Strauss para cozinhas, Week e Led para banheiros, todas com acabamento cromado. As coleções Linha Colorida Dom, Led e Open são coleções para banheiros com misturadores, torneiras, registros, válvulas e acessórios que ganharam novos acabamentos: dourado, rose e preto.

Revendedores: “Procuramos sempre fazer ações no PDV, campanhas e promoções durante o ano todo e ações nacionais”, diz Vanessa Marques, coordenadora de marketing.

Diferenciais: “Design e produtos de qualidade técnica e aca-



bamento impecável são nossas premissas. Sempre investimos nestes itens, que são fundamentais.”

Mercado: “Difícil, mas estamos otimistas e esperamos crescimento de, pelo menos, 10% nas vendas para este ano. O mercado da construção começa a reaquecer.”

ROCA BRASIL

A Roca Brasil participará da Expo Revestir com as suas marcas Roca, Incepta e Celite – cada uma com um estande dedicado para apresentar os lançamentos.

Para a Roca, depois do lançamento da coleção de cubas assinada pelo arquiteto Ruy Ohtake, em 2018 – que teve a cuba de apoio oval premiada internacionalmente com a conquista do Red Dot: Best of the Best, em 2019 um dos grandes destaques foi a apresentação da coleção de cubas Infinity, assinada pela arquiteta Fernanda Marques.



“O lançamento representou a continuidade da estratégia de aproximar-se cada vez mais do público nacional por meio do convite de nomes de expressão no país.

Além disso, ampliamos ainda mais a coleção de cubas Optica, especialmente no acabamento matte que tem uma grande aceitação pelo mercado, reforçamos o portfólio de kits de bacia sanitária e cubas e torneiras que oferecem a solução completa para o consumidor e investimos ainda mais na gama de metais. Em 2020, a participação da Roca na Expo Revestir reforça os pilares da marca: moderna, tecnológica, descomplicada e com design com propósito. Serão expostos produtos que trazem cores e a conexão com o mercado local. Entre os destaques, o lançamento de novas cores para as coleções de louças e metais como Beyond, Inspira, Optica e Insignia, com tecnologia Everlux. Mostraremos peças que oferecem design com benefícios reais para o consumidor, como as bacias sanitárias suspensas – ideal para trazer leveza ao ambiente, com o máximo de segurança e conforto ao usuário – e as bacias inteligentes – uma verdadeira revolução ao combinar em um único produto a função de bacia e bidê, solução perfeita em higiene pessoal, atra-

vés de um design moderno e funções intuitivas, sendo muito prática para a vida moderna.”, explica Pau Abelló, Presidente Brasil e LATAM – Divisão de Louças Sanitárias.

Assim como feito em outros países em que atua, a Roca traz toda sua expertise nessa categoria e reforça o portfólio de bacias sanitárias suspensas e inteligentes, sendo uma perfeita solução para as construtoras e arquitetos que desejam oferecer um projeto diferenciado, garantindo o máximo conforto ao cliente. Para finalizar as novidades da Roca na Revestir, uma área de cozinhas será criada, destacando as soluções de pias e cubas produzidas com os materiais Quarzex® e em Louça.

O presidente explica que dentro do estande da Roca, “dedicamos uma área para apresentar Armani/Roca – resultado da união de conhecimento e expertise das duas marcas, para reafirmar o conceito das peças produzidas para transformar o banheiro em algo intimista e sofisticado, num conceito extremamente confortável e harmônico.”

E destaca a importância da marca Incepa. “Neste ano a Incepa apresentará o novo posicionamento para o mercado como uma marca que promove o luxo acessível e acima de tudo uma marca contemporânea que faz a ponte entre as tendências do mundo e o comportamento dos lares brasileiros.

Entre os destaques de produtos, a Incepa segue investindo na

geração de cubas coloridas e com acabamento matte, destacadas na linha Platinum em 2019. Produzida com a exclusiva tecnologia Titanium®, que permite fabricar cubas com bordas finas, 30% mais resistentes e 40% mais leves do que os modelos convencionais. A marca também apresentará os monocomandos de cozinha para trazer ainda mais conforto ao usuário. As linhas First, Gourmet, Kitchen, Misano, New, Trentino e Útil e estarão expostas”, diz

A marca Celite destacará a democratização da tecnologia no banheiro e em 2019 evidenciou seu grande lançamento – o primeiro co-branding do mercado de construção que resultou na tecnologia Smart Clean® | Harpic, desenvolvida em parceria com a Harpic. Anexada à caixa acoplada, o dispositivo de limpeza para caixa acoplada recebe o bloco Harpic, que se dissolve em contato com a água e libera, a cada descarga, o líquido capaz de limpar e perfumar a área. Por meio do conceito #Meu Banheiro, Minhas Regras, em 2020 a Celite segue reafirmando ao mercado a sua posição como uma marca que entende o comportamento do consumidor brasileiro e que oferece soluções para uma vida pautada na urbanidade e nos novos comportamentos. Tanto que apresentará a bacia sanitária VIP, produto com dimensões compactas e apropriada para os banheiros pequenos – realidade tão presente nas edificações de hoje.

TRADIÇÃO E

A Fuzil, há mais de 100 anos do seu lado, oferecendo as ferramentas para você construir os seus sonhos!



QUALIDADE!

Somos um empresa que, **há mais de um século**, vem construindo uma história de sucesso, **crescendo junto** de seus parceiros. Oferecemos as **melhores ferramentas, as únicas com garantia vitalícia** e ainda, contamos com as grandes marcas, para garantir que você tenha as suas necessidades atendidas!



www.fuzil.com.br
(19) 3641 5900



Rodovia SP 344 Km 243,5
Vargem Grande do Sul - SP



A empresa também participará da Feicon. Desta vez, a proposta é trabalhar com um estande híbrido em que apresentaremos as marcas da Roca Brasil - Roca, Incepa e Celite – em formato de estações. Este formato tem como objetivo realizar treinamentos dos nossos produtos e estreitarmos o relacionamento com o público da feira. Além dos lançamentos das marcas, apresentaremos o portfólio de peças originais, usadas para instalação e reparos.

Revendedores: “Durante a Revestir, o destaque está no estande de Roca que contará com totens para que o visitante realize um teste psicológico que identifica o perfil e sugere o banheiro que melhor corresponde a sua personalidade. Ao responder algumas questões, o quiz apresentará uma definição de ambiente elaborado com as linhas da Roca. Além de ambientes aspiracionais, criamos expositores funcionais para destacar as tecnologias dos produtos e o conforto de uso.

Na Feicon, a proposta será levar a experiência e a capacitação do público com relação às marcas Roca, Incepa e Celite e todo o universo de instalação e reparo dos produtos. Teremos treinamentos por temas para ficar mais interessante a interação com o público.

Diferenciais: “Em linhas gerais, cada marca apresentará a sua conexão com o consumidor brasileiro, trazendo modernidade e soluções para cada público alvo – conforme ressaltamos na primeira questão.”

Mercado: “Embora 2019 tenha sido um ano marcado por incertezas – cenário compartilhado pelo mercado da construção civil como um todo, a visível recuperação da economia nos permitiu seguir em nossa estratégia de longo prazo, mostrando que estamos na rota certa. Continuaremos investindo em nossas marcas visando atender as demandas dos nossos consumidores brasileiros.”

SANTA CLARA

“Em 2019 lançamos o Tanque de Louças, com capacidade de 20 litros no tamanho médio 50 x 50 cm, com coluna de sustentação. Vamos apresentá-lo ao público na Feicon 2020 juntamente com 5 modelos de Cubas de Apoio com designer europeu nas cores mate fosco, que são tendência na Europa”, informa Humberto Nacif Lusvarghi, gerente comercial

Diferenciais: “Nossas bacias são fabricadas com a maior bitola de sifão, 50 mm, proporcionando, assim, uma total eficiência na descarga, levando 100% de dejetos sólidos e 100% de dejetos líquidos em uma só descarga, podendo ser de 3 litros para dejetos líquidos ou 6 litros para dejetos sólidos. Devido ao turbilhonamento do sistema de lavagem giratória das paredes interna das bacias Santa Clara, elas proporcionam ao usuário maior higiene eliminando o uso daquelas indesejáveis “vassourinhas de limpeza”.

Mercado: “O ano de 2019 foi um ano atípico para o segmento

de louças sanitárias, durante o qual não conseguimos destacar nenhum mês com melhoras significativas. Ficamos ansiosos para que o governo federal viesse a intervir no segmento de materiais para construção a fim de promover maiores incentivos ao pequeno e médio construtor, com isso nossos produtos giravam mais no ponto de venda ou a reposição foi muito aquém do que esperávamos. Para este ano, acreditamos que teremos uma mudança neste cenário, acreditamos!”

SICMOL

“Pensando em aproveitar cada vez melhor os espaços do banheiro, lançamos uma linha completa de porta toalhas para acoplar sobre o box com opção de cabides ou hastes. Além destes produtos, reforçamos nossa linha de assentos com lançamento de mais 3 linhas: Sofisticato, uma linha mais robusta, com o acabamento da tampa e do assento do mesmo tamanho. Privilege, uma linha mais moderna, com o fechamento da tampa cobrindo o assento. Slim, um modelo mais fino, leve e mais discreto, favorecendo uma melhor aparência. Todos são anatômicos para um conforto ainda maior. Os modelos Sofistica-



to e Privilege estão disponíveis em cores foscas (ébano, preto, champagne, cinza e grafite)”, esclarece Leandro Parnayba, gerente nacional de vendas.

Revendedores: “Estamos realizando diversas ações nos PDV para melhorar exposição, comunicação, performance e, principalmente, aumento de vendas.

Realizamos diversas campanhas promocionais, tanto em preços (visando melhorias de margens para revendedores) quanto em materiais de merchandising para dar suporte aos nossos clientes.”

Diferenciais: “Modernizamos todas as nossas embalagens a fim de comunicarmos melhor com nossos clientes. Adicionamos imagens ilustrativas para darmos a sensação da necessidade real do cliente. Para melhorar ainda mais esta comunicação,

investimos em diferenciações das linhas de produtos através de cores nas embalagens.

Os lojistas podem contar com um canal direto de dúvidas, sugestões ou críticas através da nossa central de vendas interna, via telefone - (62) 4006-2800.”

Mercado: “Finalizamos o ano de 2019 com crescimento acima do esperado pelo mercado e analistas, totalizando um crescimento de 11,2% sobre o real de 2018 e estamos pretendendo crescer 23% em 2020 através de fortes investimentos em novas tecnologias e automação das linhas de produção.”

STEEL DESIGN

“Vamos expor a linha CITTÀ, apresentada em forma de protótipo na feira CONSTRUSUL, no ano passado, e agora em comercialização. A linha é composta de acessórios com traços retos e desenho minimalista que combinam com qualquer tipo de banheiro. É fabricada de alumínio e aço inox com acabamento em ABS cromado, com saboneteira de canto, elaborada pensando no aproveitamento de espaço.

Também serão expostos os kits de 5 e 6 peças coloridos da linha CLASS URBANA, lançados no final do ano passado e que já estão tendo um grande sucesso de venda. São fabricados em metal e vidro, com resistência a maresia nas cores Black, Rose



Gold, Gold e Onix”, explica Idenilson Barros, diretor. A STEEL DESIGN participará da Feicon, retornando depois de 5 anos - período em que participou apenas de feiras regionais e agora está vendo uma oportunidade de ampliar o share devido ao maior portfólio e a retomada do segmento. Revendedores: “Temos fornecido expositores para colocar no



ATLAS

ATLAS.
A MARCA DO PROFISSIONAL

uma empresa
InBeta

QUALIDADE E TECNOLOGIA EM FERRAMENTAS E ACESSÓRIOS.





*A Torneira perfeita
para sua Cozinha
é aquela que
Combina com Você!*

A LUCRATIVIDADE
QUE VOCÊ PROCURA
COM A QUALIDADE QUE
SEU CLIENTE MERECE!

PDV e participado de ações de marketing em conjunto com os clientes que compram com regularidade, sempre premiando a fidelidade do lojista/revendedor.”

Diferenciais: “Somos especialistas em acessórios para banheiros, podemos afirmar que não temos concorrente com tamanha variedade de produtos no segmento e já são mais de 15 anos focados apenas em acessórios para banheiros. Os produtos fabricados pela STEEL DESIGN além de possuírem design diferenciado, apresentam qualidade e preços variáveis conforme tipo de matéria prima, abrangendo diversas classes de consumidores. Desta forma o lojista consegue comprar de uma única empresa um mix variado de acessórios para banheiros, mantendo na sua gôndola produtos com giro rápido sem dispendir muito do seu fluxo de caixa. Atualmente são 9 linhas diferentes de acessórios para banheiros, desde a linha econômica em ABS até a linha de metal colorido que combinam com as principais marcas de torneiras do mercado. Por falar em cor, cada linha possui uma embalagem diferenciada, facilitando e valorizando a exposição nas lojas.”

TECNOPERFIL

“Em 2019 lançamos 6 diferentes opções de grelhas para os ralos lineares compactos (Branca – PVC, Bege – PVC, Cinza – PVC, Cromada – ABS, Lisa Sem furos – Inox, e com furos – Inox). Em 2020, vamos ampliar estes itens, incluindo uma nova opção de acabamento a ser feito com o próprio revestimento do piso, mantendo a homogeneidade dos acabamentos e escondendo a grelha - será chamado de Ralo Linear com Grelha Oculta”, esclarece Fernando Lente de Andrade, gerente comercial da Tecnoperfil.

Revendedores: “Apoiaremos os revendedores de materiais de construção com comunicação específica (folhetos, vídeos, expositores) que evidenciem as vantagens competitivas do uso deste lançamento da Tecnoperfil.”

Diferenciais: “Nosso Ralo Linear com Grelha Oculta vai possibilitar reduzir seu comprimento, conforme desejo do projetista ou consumidor, possibilitará o uso rente à parede, haverá facilidade de assentamento do revestimento pelas características de desenvolvimento da peça. O bocal afunilado continuará sendo o de maior vazão do mercado. A dupla grelha evita entupimentos do tubo de esgoto. E ele continuará sendo COMPACTO, um diferencial que o torna discreto, valorizando o ambiente.”

Mercado: “Em 2019, a Tecnoperfil conseguiu cumprir suas metas de faturamento planejadas com muito esforço e colaboração das equipes de vendas - tanto as nossas quanto as equipes dos revendedores que souberam repassar aos consumidores seus importantes e decisivos diferenciais. Para 2020 estamos esperançosos de alcançar um volume de vendas 15% maior, pautado em lançamentos e valorização dos produtos no PDV.”



TIGRE

Em 2019, a Tigre lançou diversas soluções em Metais que, além da elegância e do design diferenciado, são itens que já viraram sinônimos dos produtos da marca, combinados com funcionalidade e características que ajudam na economia de água.

“Entre os destaques estão as linhas de duchas para banheiro. A ducha manual Luxo oferece um jato intenso e relaxante durante o banho. Já a linha Jazz permite escolher entre cinco diferentes tipos de jatos proporcionando, assim, desde um banho prático ao mais relaxante. Complementando os dois produtos, a empresa lançou também o desviador que, ao ser encaixado no ponto de água do chuveiro, desvia o curso



Conheça nossas linhas!

Visite-nos:
Estande E101

FEICON
BATIMAT

31 de março a 03 de abril


cozimax
Combina com sua casa.

COZINHAS • BANHEIROS • LAVANDERIAS

AÇO INOX DA MAIS ALTA QUALIDADE
que faz a diferença há 27 anos!



LINHA PIAS INOX LUXO

Simples e **sofisticada**, perfeita para quem busca um design clean para a sua cozinha!

Além do acabamento em aço inox, a cuba é instalada facilmente possibilitando melhor acabamento na fixação da bancada. Pia inox em tamanhos padronizados sendo de 1,00m até 1,60m com cubas 40x34cm de 1,80m e 2,00m com cuba 56x30cm, é a **única com profundidade de 14cm nas cubas e** com frontão concretado.



Luxo com preço de standard só na Tecnocuba com 2 anos de garantia!

Contamos com os melhores distribuidores para garantir que nossos produtos estejam sempre ao seu alcance. Confira no nosso site www.tecnocuba.com.br



da água e permite a utilização com as duchas manuais. Compatível com modelos de chuveiros tubulares de 1/2”, o desviador da Tigre é ideal para alta e baixa pressão.

Para a cozinha, a empresa lançou recentemente duas linhas de misturadores monocomando: a Tigre Dual e a Tigre Gourmet. A primeira linha foi desenvolvida com linhas fluidas e contemporâneas que trazem beleza e versatilidade para o ambiente. Ideal para tamanhos variados de cozinhas, a nova linha também conta com a duchinha pull out com double jet, trazendo o design funcional que facilita no dia a dia. Já a linha Tigre Gourmet possui diversas praticidades, como a duchinha pull out que facilita o manuseio e tem encaixe intuitivo. Outro diferencial desta linha de torneiras é o double jet, dispositivo que permite ao cliente escolher na hora do uso o jato normal com arejador ou a duchinha. A bica móvel oferece flexibilidade no uso e otimização de espaço – podendo ser utilizada em duas cubas. A Tigre Gourmet conta, ainda, com regulagem da água quente e fria em um único comando, com cores que facilitam a identificação”, informa Grasiela Devigili Moura, executiva de produtos da Tigre.

Revendedores: “Neste ano, a nossa meta é ampliar as vantagens ofertadas aos revendedores por meio do programa Juntos Somos Mais. Atualmente, o programa já disponibiliza benefícios para as lojas e seus vendedores e balconistas por meio de pontos que são acumulados a cada venda e que podem ser trocados por bens ou serviços, que vão desde cursos profissionalizantes, treinamentos de gestão, bem como bens e equipamentos, softwares de venda, entre outros.”

Diferenciais: “Na área de metais sanitários, as funcionalidades e soluções que ajudam na economia de água são os principais diferenciais presentes em todas as soluções da Tigre. Além disso, a qualidade dos produtos é outro item fundamental para a empresa. Por isso, todas as soluções em metais da Tigre contam com a ‘Garantia para Sempre’, que concede garantia vitalícia aos itens vendidos pela marca.”

Mercado: “Fechamos o ano de 2019 com um crescimento de receita de 8%, considerando todos os negócios do Grupo Tigre. Este resultado foi alcançado por meio de ajustes operacionais internos e pela retomada no setor da construção civil, que permitiu à empresa alcançar excelentes resultados em setores estratégicos para a Tigre, como o de tratamento de água, no qual a companhia do Grupo (a TAE - Tigre Soluções para Água e Efluentes) teve taxa de incremento de 50%. Considerando que, no ano passado, experimentamos apenas o início da retomada econômica, que deve devolver o poder de compra à população, também tivemos um bom resultado na área de metais, que teve expansão de 11%.

Para este ano, com a retomada dos investimentos governamentais em infraestrutura, a projeção é que o setor de construção civil experimente um crescimento mais acelerado.”



TRAMONTINA

A calha úmida é uma das grandes novidades no segmento de cozinhas. O item funciona como um escorredor embutido na bancada, que permite a organização de utensílios como pratos, talheres, copos, e até o cultivo de mini horta. É um acessório cada vez mais presente em projetos de cozinha, também conhecido como canal organizador ou calha gourmet, dotada de caimento interno para que a água dos objetos lavados e ali dispostos escoar para a saída de esgoto da cozinha.

Ainda novidade no Brasil, o item traz soluções simples para o dia a dia, agregando funcionalidade à bancada da cozinha, substituindo o escorredor de louça ao lado da cuba. É fabricado em aço inox - material durável, higiênico e ideal para instalação em áreas molhadas, acompanham válvula para o escoamento da água.

Também no segmento de cozinha, a Tramontina trouxe as coifas Split. Os lançamentos Dritta 90 Split e Dritta Isla 90 Split foram apresentados ao mercado ainda em 2019. Já a Incasso 75 Split é lançamento de 2020. Os produtos são um marco entre os modelos disponíveis no país e estarão em evidência em feiras como ExpoRevestir.

Em 2019 a marca também ampliou a linha de cubas Morgana, com a Morgana Maxi.

A cuba de sobrepor é produzida inteiramente em aço inox com acabamento acetinado, e mede 86 x 50 cm. O item vem com três acessórios: válvula dosador de sabão, tábua e cesto coador, que levam ainda mais praticidade e funcionalidade ao produto. Além da fácil utilização, é simples de higienizar.

O principal lançamento da Tramontina em itens para banheiro é a Lixeira Útil. Além do modelo tradicional em aço inox, também estão disponíveis itens com revestimentos especiais a base de verniz nas cores rose gold, gold e black para combinar com qualquer projeto. Entre as novidades, o tom rose gold recebe destaque. No lavabo ajuda a quebrar a serenidade do mármore e piso, além de combinar perfeitamente com a deco-

ração nas cores, cinza, escuro e rosa. Mesmo que de maneira discreta, a peça nesta cor se sobressai e dá um aspecto jovial ao espaço. O valor aproximado é de R\$ 369,00 para os modelos coloridos (rose gold, gold e black) e R\$ 190,00 para o modelo tradicional em inox.

A marca também lançou a Lixeira Útil Mix, uma versão produzida em plástico com tampa em aço inox polido com revestimento especial a base de verniz. O valor aproximado desses modelos é de R\$ 280,00.

Revendedores: “A Tramontina procura estar próxima aos revendedores através da rede de representantes. Além disso, a empresa investe constantemente em exposição no PDV.”

Diferenciais: “Os grandes diferenciais dos produtos Tramontina são a tecnologia empregada nos produtos, além dos mais criteriosos testes de resistência, que resultam em itens com maior durabilidade.”

Mercado: “O ano de 2019 foi positivo para a Tramontina. De maneira geral, atingimos as metas propostas em planejamento estratégico, consolidamos novas linhas de produtos e seguimos no caminho da inovação, investindo em tecnologia, novos equipamentos e lançamento de produtos para ampliar a participação no mercado. É visível que o país vive um momento muito importante na busca de eficiência, de diminuição de Estado, de

aumento de competitividade e de busca de maior liberalismo na economia. Na Tramontina, nosso trabalho está focado na busca pela redução de custos, atuando de forma a nos tornar ainda mais competitivos em 2020. Em nossos processos, buscaremos a melhoria contínua e crescente atualização tecnológica do parque industrial. Isso nos permite o preparo para a retomada. Para isso, um plano de investimento em inovação, tecnologia e automação está em vigor.”

VÍQUA

“No ano passado, nosso principal produto foi a atualização de nossas linhas com a incorporação do ¼ de volta. Alteramos o mecanismo de abertura e fechamento das torneiras, o que proporciona uma durabilidade e uma praticidade muito maior no uso do produto. A atualização envolveu boa parte do nosso portfólio, e o mercado recebeu muito bem.

Neste ano, prevemos, para o primeiro semestre, o lançamento de duas linhas de torneiras para os mercados de materiais de construção. Em fevereiro, a Víqua já lançou a linha de torneira Lagune, adicionando 10 novos itens em seu portfólio. A linha, que alia beleza com seu design e praticidade, vem com arejador, para evitar o respingo e o desperdício de água, proporcionando jato suave; mecanismo ¼ de volta para garantir o fechamento

**MINIMALISTA NO DESIGN,
SURPREENDENTE
EM QUALIDADE.**

Essa é a Minimal: uma linha com toque moderno que agrega estilo para diferentes tipos de ambientes. Surpreenda seus clientes com a personalidade dos produtos Meber.
meber.com.br

Meber
Metals



perfeito; e um sistema de alavanca, prático e funcional, para o consumidor ter controle de saída de água com um único movimento. Em abril, lançaremos uma nova linha de torneiras, que alia movimento e sofisticação, uma inovação no mercado de torneiras em plástico ABS. Tendo em vista as duas novas linhas, são 16 novos itens adicionados ao portfólio de torneiras.

Em 2020, lançamos também a nova marca da Víqua. A mudança se alinhou à visão de futuro da Víqua que é ser admirada pela modernidade e relevância social. Simbolizando a nossa evolução e amadurecimento, promovemos esta atualização, procurando traduzir nosso novo ciclo, esta nova forma de se comunicar, mais fluida, leve e próxima, com um propósito mais claro e motivador: inspirar um futuro mais consciente, valorizando a água para a vida. A nova marca foi desenvolvida em parceria com o escritório Design Inverso”, explica Daniel Cardoso Júnior, presidente.

Revendedores: “No começo de fevereiro, a Víqua promoveu uma convenção nacional de vendas, a maior dos últimos cinco anos. Cerca de 150 vendedores de vendas de todo o Brasil compareceram ao evento em Joinville (SC), onde fica localizada a empresa. Na ocasião, a Víqua anunciou sua nova logomarca, as estratégias de atuação para este ano e os lançamentos para o mercado no primeiro semestre de 2020. Na convenção, esteve presente um grupo com os 5 maiores clientes internacionais da Víqua, vindos de cinco países da América Central e do Sul (Paraguai, Uruguai, Bolívia, Argentina e República Dominicana).”

Diferenciais: “A Víqua é líder e pioneira na fabricação de torneiras de plástico ABS no Brasil, respondendo por quase 50% desse mercado. Nossos produtos aliam conforto, beleza, praticidade e qualidade, proporcionando um ótimo custo-benefício para o cliente final. Todas as torneiras são de plástico ABS, um material altamente resistente a impactos e alta temperatura, além de ser sustentável. Todas também possuem o mecanismo ¼ de volta, que garante o fechamento perfeito da torneira com maior facilidade. Trazemos benefícios que só existiam antes nas linhas de torneiras de metal - foi também o caso do arejador, que evita o desperdício de água, incorporado há sete anos. Entregamos também uma linha de complementos para o banheiro como acessórios e assentos sanitários para compor todo o portfólio.”

Mercado: “No final de 2019, a companhia investiu R\$ 1 milhão em ajustes no processo de produção, para melhorar a produtividade. A companhia terminou 2019 com taxas de crescimento de 8% em faturamento, quase três pontos acima do mercado (dados da Associação Brasileira de Materiais de Construção), e 13% em vendas. Para 2020, a expectativa é de alcançar 15% em faturamento e 18% de aumento nas vendas.

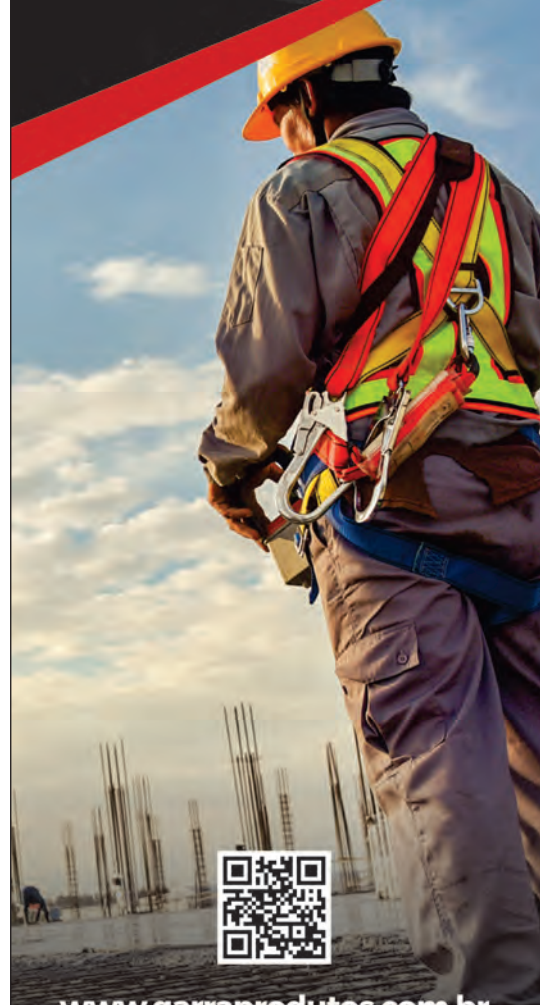
Temos uma avaliação positiva do momento econômico. Um fator importante foi a redução da taxa Selic. A construção civil depende de financiamentos de longo prazo. As famílias tomam empréstimos para adquirir suas casas. Bancos que financiam imóveis têm anunciado redução da taxa. Há uma perspectiva de anos melhores. Se a perspectiva é melhor que o passado, as pessoas ficam mais otimistas e aceitam assumir riscos, e financiamentos de longo prazo.”




GARRA

**PRODUTOS PARA
CONSTRUÇÃO E
MANUTENÇÃO**

**ESSA MARCA
PEGA!**



www.garraproductos.com.br

f  [garraproductos](https://www.instagram.com/garraproductos)

PRODUTOS ECONOMIZADORES DE ÁGUA

SABENDO USAR
NÃO VAI FALTAR



Em 1992, a Assembleia Geral da ONU declarou 22 de março o Dia Mundial da Água. Uma data muito significativa para conscientizar os consumidores de todo o mundo a cuidar bem do precioso líquido, cuja demanda deverá aumentar significativamente nas próximas décadas. A urbanização acelerada e a expansão dos sistemas municipais de abastecimento de água e saneamento também contribuem para a crescente demanda.

A indústria de materiais da construção civil tem feito a sua parte para amenizar o problema e investe bastante no desenvolvimento de produtos que auxiliam na economia doméstica da água.

ACQUALIMP

A Acqualimp carrega em seu DNA a preocupação em garantir soluções que cuidam desde a captação, o armazenamento e até mesmo o descarte da água em sua fase final: o esgoto. O slogan da marca ‘mais e melhor água’, traduz o que seu portfólio busca oferecer ao mercado: soluções para que as pessoas tenham mais e melhor qualidade da água.

Produto como a Cisterna para captar água da chuva, se destaca quando a temática é economizar água. Produzida de polietileno de alta densidade (PEAD), ela se apresenta ao mercado como uma excelente opção para quem busca aumentar a capacidade de armazenamento e uma alternativa eficiente para captação de água da chuva, principalmente para quem sofre com falta de água ou baixa pressão da rede pública. Conta com tampa click com a finalidade de garantir vedação total contra impurezas, insetos, animais e sujeiras; e um revestimento interno antibacteriano que impede a proliferação de algas; e 10 anos de garantia. O produto está disponível nas litragens 2800L, 5000L e 10000L.

Principais aplicações do uso da água captada da chuva:

Nos vasos sanitários e mictórios em banheiros; Na máquina de lavar roupas; Na limpeza e lavagem de pisos, fachadas e carros; Na irrigação de plantas e jardins; Para complementar água de piscine (até 1/3 do seu volume total); Na indústria para resfriamento de máquinas e torres de ar condicionado; Para combate a incêndio como reserva e outros assemelhados.

Preocupada com o tema água e como as pessoas se relacionam com esse bem natural, a Acqualimp deu início, em 2015, a causa Água cuidado porque amo que usa o Facebook para compartilhar iniciativas espalhadas pelo mundo focadas na água. “O que



queremos deixar para o futuro em relação à água, é algo maior do que um projeto, mas sim uma mudança, uma reflexão. Ainda que seja com uma pequena gota, queremos ter participação para que a água seja vista, amada e tratada como o bem mais valioso que uma geração pode deixar para as próximas.”, destacou Carlos Maciel, gerente nacional de Vendas, Marketing e Relacionamento ao Cliente Acqualimp.

DECA

A Deca possui uma gama de produtos e tecnologias eficientes que proporcionam economia de água. Uma delas é a tecnologia Deca Comfort, presente em todas as linhas de torneiras e misturadores para banheiros. Esta tecnologia proporciona um jato de água suave, envolvente e sem respingos, pois um dispositivo autorregulador se adapta e garante uma vazão padrão de água em qualquer tipo de construção, seja ela de alta ou de baixa pressão e ainda oferece uma economia de até 60% de água.

“Ainda podemos citar a Válvula Hydra Duo que possui dois tipos de acionamento, de 3 e 6 litros e o Chuveiro Acqua Plus com entrada de ar, que conta com uma tecnologia que mistura ar e água, garantindo o conforto na hora do banho e economia de água. Além do duplo acionamento na válvula Hydra, também temos este mecanismo nas caixas embutidas e caixas acopladas”, explica Fernanda Dayan – gerente de marketing da Deca.

O Deca Comfort é uma tecnologia exclusiva que a Deca desenvolveu para todas as linhas de torneiras e misturadores de banheiros. Esta tecnologia permite que o consumidor tenha uma experiência focada no conforto ao lavar as mãos, por exemplo,



em virtude do jato de água suave, envolvente e sem respingos que a tecnologia proporciona. Um dispositivo autorregulador se adapta e garante uma vazão padrão de água em qualquer tipo de construção, seja ela de alta ou de baixa pressão e ainda oferece uma economia de até 60% de água.

FORTLEV

Diretor Comercial e de Marketing, Wenzel Rego O diretor comercial e de marketing, Wenzel Rego lembra que, em 2019, lançamos a Cisterna Estrutural, um reservatório altamente resistente para armazenamento de água pluvial ou da rede pública em temperatura ambiente. É a única do mercado que pode ser instalada na presença de lençol freático.”

O produto é indicado para residências, comércios, fazendas, escolas ou qualquer outra propriedade que necessite de armazenamento de água, o produto possui cinco anos de garantia, alta resistência e uma moderna tecnologia de aproveitamento de água da chuva e água potável, com capacidade de 5.000 litros. Além disso, é possível interligar as cisternas, multiplicando a capacidade de armazenamento. A instalação dispensa alvenaria, sendo necessária apenas uma escavação rasa para ser enterrada e, por isso, o produto não ocupa espaço na edificação.

O design da Cisterna Estrutural Fortlev também oferece benefícios. A nova tampa de 60 centímetros de diâmetro e com fechamento fácil, de ¼ de volta, facilita o acesso para limpeza. As paredes internas são lisas, permitindo que a higienização necessite apenas de jato interno de água por lavadora de pressão, seguida da desinfecção com hipoclorito de sódio e posterior sucção por bomba através da saída de água do reservatório. A limpeza com acesso interno só deve ser feita caso haja um profissional habilitado para trabalho em espaço confinado.

Wenzel informa que todos os produtos da Fortlev, incluindo a Cisterna Estrutural, são produzidos seguindo um processo interno altamente padronizado, que inclui uma criteriosa seleção, manipulação e preparo das matérias-primas, o uso de moderno maquinário e tecnologias e cumprimento à risca das normas técnicas. “Possuímos uma logística estratégica com diferentes modais para atender todos os municípios do país, equipe de trade marketing para dar apoio técnico aos pontos de venda, entre outros aspectos. Tudo isso é feito para oferecer ao consumidor final um produto com segurança e padrão de qualidade diferenciado.”

A Cisterna Estrutural Fortlev é um produto grande, robusto e diferenciado. “Muitas pessoas não sabem que existem reservatórios de água com essa grande capacidade (5.000 litros) e para pronta-entrega. Por isso, orientamos que o produto seja



exposto em área externa, visível ao consumidor que chega ao local e, também, ao que passa na região onde a loja está localizada. Também sugerimos ao lojista que ele tenha uma Cisterna Estrutural instalada no próprio estabelecimento para que consiga mostrar seu funcionamento para os clientes”, finaliza Wenzel.

LORENZETTI

Com um portfólio completo de purificadores de água, a Lorenzetti apresenta o modelo Acqua Due, a verdadeira união entre tecnologia e design, com o máximo de praticidade no uso. Na mesma bica, que é móvel para facilitar as atividades do dia a dia, é possível ter acesso à água comum e purificada, ideal para o consumo.

O design slim foi criado para levar leveza e modernidade ao ambiente, ressaltado pela inovadora bica individual. O Acqua Due está disponível na cor branca, com duas versões para instalação, mesa ou parede, ideais para variados projetos de cozinhas. O purificador foi eleito, inclusive, na categoria “Construção”,

pele Prêmio Museu da Casa Brasileira, o mais tradicional



reconhecimento do design brasileiro, o produto com o melhor design do ano.

Tratamento da água. A purificação é realizada em três etapas completas, retirando as impurezas sólidas e eliminando gostos, odores

e o excesso de cloro proveniente da rede pública, além de evitar a proliferação de bactérias. Como resultado, a água se torna pura, tratada e adequada para o consumo. O refil tem capacidade para 1.500 litros de água e pode ser trocado com facilidade.

Economize na água. Ganhe no bolso.



2.800L



5.000L



10.000L

10 anos de
garantia
Acqualimp



Cisterna sem equipamentos



Cisterna equipada para água da Chuva



Cisterna equipada para água da Rede Pública



Acqualimp
Cisterna



O consumo de água tratada é seguro, econômico e sustentável. Ecoeficiente, o Acqua Due possui capacidade de purificação equivalente a 75 galões de 20 litros ou mais de 1 mil garrafas PETs de 1,5 litro, que poderiam ser descartadas no meio ambiente.

“O Acqua Due representa a inovação, combinando design moderno com alta tecnologia, características ressaltadas pelas duas saídas de água na mesma bica. É tratamento e purificação da água com estilo e praticidade para as tarefas na cozinha”, conclui Paulo Galina, gerente de marketing da Lorenzetti.

PERFLEX

A Perfex Metais possui ampla gama de duchas e chuveiros e em seu portfólio modelos com design arrojado e para cada tipo de necessidade e ambientes. No destaque deste verão os modelos de parede Acqua Confort e Titânio Big são os hits do momento.

O modelo Acqua Confort é compacto, prima pela ergonomia e conforto, com jatos d'água uniformes para um banho revigorante e oferece economia na distribuição de água. Portanto, é sustentável sem deixar a hora do banho prazerosa. O modelo também é autolimpante,

com um sistema de inteligência que une potência e praticidade.

Preço: R\$ 315, 50

O Titânio Big com 30 cm de diâmetro é um verdadeiro objeto

de desejo por possuir grandes medidas e proporcionar um banho com conforto e jatos d'água que massageiam o corpo. Este chuveiro oferece vazão a partir de 17 até 21,3 litros por minuto a uma pressão de 15 metros de coluna d'água (MCA). Seu belo design alia conforto e beleza e proporciona uma revolução na hora do banho. Preço: R\$ 1825,00.

Ambos os modelos têm 12 anos e garantia.

ROCA

O banheiro ganha destaque com projetos cada vez mais sofisticados, à medida que louças sanitárias e metais ganharam nova paginação em uma unidade entre design, tecnologia e sustentabilidade. A Roca, líder mundial na fabricação de metais e louças sanitárias, inova ao apresentar lançamentos que garantem funcionalidade e beleza e ainda trazem como proposta facilitar a rotina de obras do consumidor brasileiro.

A novidade, que valoriza a estética com propósito, se refere ao

kit de cubas Optica, solução que oferece, em uma só caixa, cuba de apoio, torneira e todos os itens necessários para a instalação. Esta solução agrega benefícios para consumidor e lojistas, ao passo que simplifica a rotina de compra dos brasileiros, permite uma visualização mais atrativa para os produtos e torna a logística de transporte e armazenamento mais fácil.

A coleção de cubas Optica foi concebida com exclusividade para o mercado brasileiro. Versáteis, trazem elegância na medida certa, já que se adequam a qualquer tamanho de ambiente. Na solução kit, apenas com cuba de apoio, está disponível em quatro opções diferentes: redondo, retangular, quadrado e oval, com ou sem mesa para metais. Porém, o portfólio desenvolvido pela Roca para a coleção Optica engloba modelos de cuba, apoio e sobrepor que expressam uma estética moderna e agradável.

TIGRE

Em 2019, a Tigre lançou diferentes linhas de produtos que estão no hall de economizadores de água. Na área de metais, Grasiela Devigili Moura, executiva de produto da Tigre, pode citar os exemplos das linhas Goa, Ella Cross, Tigre Lean e Tigre Lit, que possuem torneiras e misturadores para banheiro e cozinha equipados com arejador que evita o respingo, proporcionando economia de até 50% de água. Além destes produtos, a Tigre conta também com uma linha completa de torneiras automáticas, que visam a economia de água, destinadas a ambientes comerciais como shoppings, escritórios e áreas comuns de prédios.

Grasiela destaca que a economia de água é um fator decisivo no momento de compra do consumidor em tempos de escassez de água potável nos grandes centros urbanos. “Esse é o principal gancho para destacar produtos economizadores de água para os revendedores. A cada lançamento, a Tigre prepa-



ra materiais informativos para os revendedores com destaque aos diferenciais de cada produto com a finalidade de mostrar a oportunidade de vendas ao consumidor final por conta do custo-benefício para a loja e para o cliente. Além disso, os vendedores especializados de Tigre visitam regularmente os estabelecimentos para apresentar os diferenciais das novidades e treinar os varejistas para o atendimento ao consumidor.”

A Tigre, por meio do Juntos Somos +, programa de fidelidade do varejo de material de construção, proporciona aos revendedores participantes diversas ações, que contemplam desde qualificação profissional até benefícios para lojistas, vendedores e profissionais de obra. Os mais de 250 mil participantes podem, através do aplicativo ou site, adquirir produtos e consumir conteúdos direcionados para juntar pontos que valem prêmios.

VONDER

A linha de Lavadoras de Alta Pressão da VONDER é uma das mais completas do mercado, reunindo praticidade e potência, com o máximo poder de limpeza em atividades diversas, englobando desde o uso doméstico até o profissional. São diversos

modelos, entre lavadoras elétricas, a bateria, a gasolina, um modelo 2 em 1 reunindo lavadora e aspirador no mesmo produto, além das novidades: as Lavadoras de Alta Pressão LAV 2200I e LAV 2220I VONDER, desenvolvidas com tecnologia italiana para uso profissional na limpeza em geral.

Os dois modelos proporcionam maior remoção da sujeira devido à alta pressão de saída da água. Possuem alça e rodas para transporte, suporte para armazenar a pistola e o cabo elétrico, promovendo maior organização, e bico da lança ajustável – jato leque ou concentrado. Contam também com sistema de sucção para detergente e sistema stop total, que proporciona maior praticidade, além de mangueira reforçada com trama de aço, conferindo maior resistência e durabilidade.



Experimente o novo Afix Green, adesivo de contato extraforte!



Disponível nas versões:

Baldes
2,8Kg, 5Kg e 10Kg.

Frascos
1Kg, 500g e 250g.

ARTECOLA
QUÍMICA

- **Sem cheiro.**
Fórmula sem solventes.
- **Faça as contas: rende até 2X mais.**
Fixa forte com apenas uma demão.
- **Não inflamável.**
Não precisa armazenar em local especial.
- **Nanotecnologia.**
Tecnologia que garante alta performance de colagem.
- **Fácil de limpar.**
Não mancha as peças nem precisa de produto especial para limpeza.

Indicado para: MDF, MDP, compensados, folhas de madeira, fórmica, borracha, cortiça, couro, e carpete.

afixgreen.com.br

0800 727 5197

f artecola química

@ artecolaquímica

in artecola química s.a.

QUANTO MAIS LARES NOVOS, MAIS REFORMAS RESIDENCIAIS

Uma das melhores notícias de 2019 foi a tão esperada recuperação do mercado imobiliário, tanto para as vendas de unidades residenciais novas, quanto para os lançamentos. Esses são segmentos – vendas e lançamentos de imóveis novos – que impactam direta e indiretamente o varejo de materiais de construção.

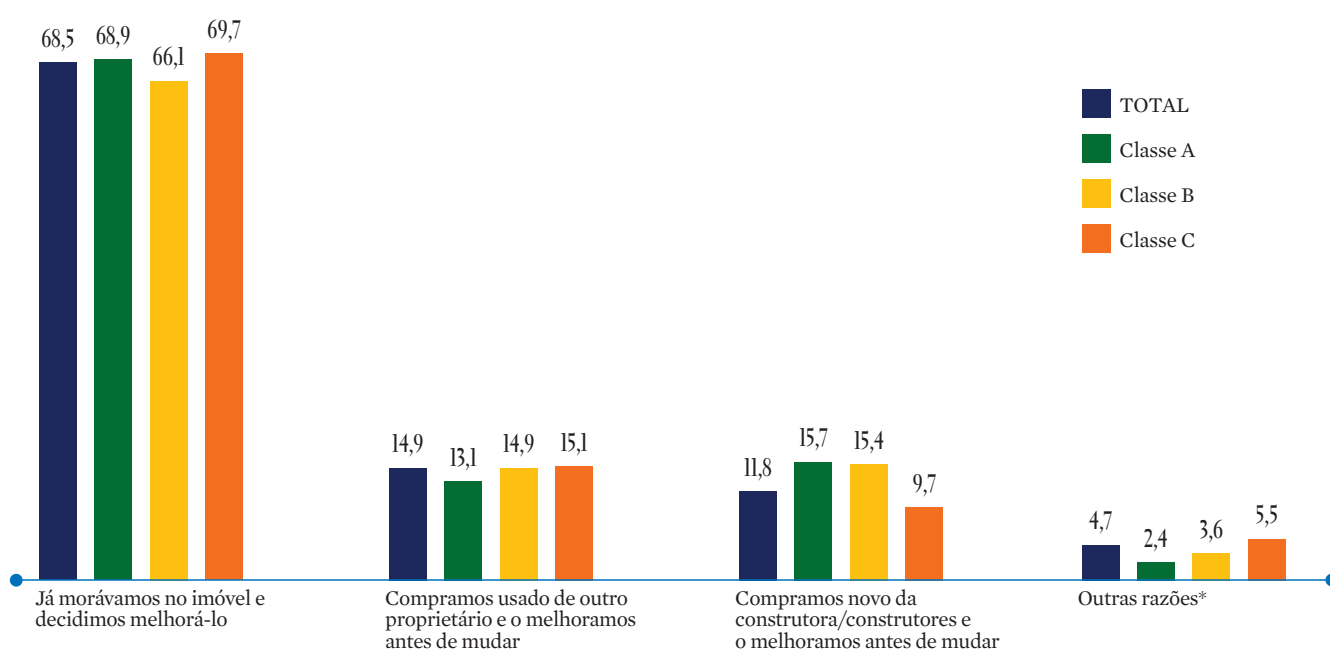
Se por um lado as vendas dos imóveis novos, a curto prazo, fortalecem a indústria das reformas residenciais, já que, os consumidores que recebem

as chaves de seus novos lares sempre fazem melhorias, em maior ou menor grau nesses imóveis, adaptando-os ao seu gosto ou necessidade, por outro lado, o crescimento dos lançamentos faz com que empreiteiros e pequenos construtores se abasteçam, em boa parte, nas lojas de materiais de construção.

E, assim temos dois públicos distintos comprando no varejo do setor: consumidores reformando seus imóveis novos e empreiteiros e pequenos construtores construindo-os.

GRÁFICO

PERFIL DOS CONSUMIDORES QUE REALIZARAM REFORMAS RESIDENCIAIS (%)



Questão: Em relação ao imóvel reformado você diria que...
Amostra absoluta: 934 | A 298 | B 327 | C 309

* Construimos do zero, aluguei e precisava de reforma, ganhei de herança, era alugado e resolvemos morar nele

Até outubro do ano passado, era notória essa movimentação positiva apenas na cidade São Paulo, porém, a partir de novembro, também melhorou em relação aos outros municípios que compõem a Grande São Paulo (cidade de São Paulo + 38 cidades).

Segundo dados do Secovi-SP, no comparativo acumulado ano de 2019 com acumulado ano de 2018, as vendas de unidades residenciais novas na Grande São Paulo cresceram 40,4%, passando de 38.941 mil unidades para 54.665 mil unidades. Somente na capital São Paulo, o crescimento foi de 49,5%, e nos outros municípios da Grande São Paulo cresceram 10,2%.

Já os lançamentos de unidades residenciais novas na Grande São Paulo cresceram 37,6%, passando de 47.807 mil unidades para 65.774 mil unidades. Somente na capital São Paulo, o crescimento foi de 49,6%, e nos outros municípios da Grande São Paulo houve leve queda de 4,1%.

Em outras palavras, na Grande São Paulo, em 2019, foram vendidas 54.665 mil unidades e lançadas 65.774 mil unidades, demonstrando claramente um importante aspecto: as construtoras estão repondo agressivamente os estoques, pois se sentem confiantes em relação ao futuro da economia.

Esse fato foi demonstrado pelo Índice de Confiança da Fundação Getúlio Vargas (FGV) e IBRE (Instituto Brasileiro de Economia), pois ao pesquisarem a confiança do setor Construção na abertura do ano, comparando janeiro de 2020 com janeiro de 2019, detectou-se um crescimento de 9,7 pontos.

Apenas para entendermos melhor o que significa esse crescimento, vamos comparar, no mesmo período, o desempenho da Construção com outros importantes segmentos pesquisados pela FGV/IBRE: Consumidor, queda de 4,9

pontos; Comércio, queda de 4,2 pontos; Indústria, crescimento de 3,2 pontos, e, setor de Serviços, queda de 0,6 ponto.

Ou seja, ninguém está demonstrando maior otimismo com o ano de 2020 do que as construtoras e incorporadoras.

Em outubro do ano passado, o DataMkt Construção entrevistou 932 consumidores que haviam realizado reformas residenciais, predominantemente, entre os meses de outubro de 2018 e setembro de 2019, sendo que, do total de entrevistados, 11,8% haviam reformado imóveis novos entregues por construtoras/construtores e estavam melhorando-os antes de se mudarem, conforme o gráfico acima.

Também é significativo, como podemos ver, que considerando somente entrevistados da classe A, esse número cresce para 15,7%, e considerando somente entrevistados da classe B, cresce para 15,4%, demonstrando, assim, que a entrega dos imóveis residenciais novos promove um fluxo de clientes de maior poder aquisitivo ao varejo de materiais de construção.

O desafio para as lojas de materiais de construção, independentemente do porte, é como atrair esse fluxo de clientes para seus negócios e rentabilizar, ao máximo, o aumento das vendas dos imóveis novos, criando mecanismos consistentes para também atrair os futuros compradores dos imóveis que estão sendo lançados, e que serão entregues entre um e dois anos.

Enfim, acompanhar e entender a movimentação das construtoras pode fazer a diferença nos balcões e gondolas, hoje e durante os próximos anos.

Newton Guimarães é Head da Fundação de Dados, sistema de inteligência de mercado cogerido por Leroy Merlin, Eucatex e Votorantim Cimentos.

Use os produtos
IMPERMACX
A SUA OBRA AGRADECE

O SEU BOLSO TAMBÉM!



LANÇAMENTO: REJUNTE MACXCRYL



Uma história tão sólida como as nossas obras: são três fábricas, 23 anos e milhões de produtos vendidos. Quem entende de obra sabe: preço é importante, mas é a qualidade que evita prejuízos no futuro. Os produtos Impermacx têm tecnologia europeia com controle de qualidade rigoroso, garantindo segurança, durabilidade e acabamento. Tenha em sua loja produtos de primeira!

ARGAMASSA
MACX/COLA
Super Ligante

macxcolla.com.br

71.3394.1368 77.3427.6095 81.3542.1462

Mais completas, só quando seu pé está dentro. Botas PVC Marluvas.

Opção de
forração
interna



Opção
de cor



Saque
rápido



Brilho e
flexibilidade



Opção de
biqueira e
palmilha
de aço



As Linhas All Work e Vulcaflex PVC são para quem procura calçados de PVC completos. Antiderrapantes, 100% impermeáveis e fáceis de limpar, são botas de canos médio e alto. Proteção total contra alimentos, derivados de petróleo, produtos químicos, ácidos e solventes. Seguras e perfeitas para todas as necessidades.

Investir em calçados Marluvas é investir no crescimento da sua empresa.
Seja um revendedor: 0300 788 3323 | faleconosco@marluvas.com.br



CALÇADOS
VEGANOS
MARLUVAS



- 1º LUGAR -
TOP
OF
MIND
PROTEÇÃO
2019

A bota com polaina não foi testada para o uso elétrico.



APROVADO NA NORMA
BS EN 50321/2000
CÁ PARA ELETRICISTA*

all work

VULCAFLEX PVC

MARLUVAS
EQUIPAMENTOS PROFissionais

marluvas.com.br
0300 788 3323



© 2020 Marluvas S.A. | Janeiro/2020

VILLAGE HOME CENTER COMPLETA 40 ANOS COM MUDANÇAS

A Village, Home Center Paulista, nasceu em 1980 comercializando, inicialmente, esquadrias e portas de madeira, e é, atualmente, um dos sete maiores Home Centers do estado de São Paulo, completando, em 2020, 40 anos de existência. Em comemoração a essa data está promovendo ações de mudança estratégica em sua identidade visual, no conceito arquitetônico das lojas e na comunicação institucional.

A decisão foi tomada após uma pesquisa de mercado identificar que os clientes consideravam a marca e a arquitetura das lojas um tanto ultrapassadas. A expectativa da loja de construção com as mudanças é melhorar a experiência de compra dos clientes e atrair um público mais jovem, que está pensando em morar sozinho ou se casar, por exemplo. “Nosso objetivo é reforçar o conceito de proximidade que os nossos consumidores já têm com a marca e mostrar para os novos consumidores que a Village é uma loja com soluções completas para suas casas”, declara Marcos Atchabahian.

O ano se mostra ideal para essas modernizações, tão necessárias a este segmento que ainda investe pouco nisso, já que as expectativas para o setor são positivas. Segundo pesquisa da Associação Brasileira da Indústria de Materiais de Construção (ABRAMAT), o faturamento das indústrias de construção cresceu 1,3% em novembro, na comparação com outubro. E em relação a novembro de 2018, o aumento foi ainda maior, de 4%. O faturamento acumulado desde janeiro registra alta de 2,1%. Segundo o Sindicato da Indústria da Construção Civil do Estado de São Paulo (SindusCon), a estimativa é que em 2020 haja um aumento de 3% no PIB da construção, puxado pelo segmento de autoconstrução e reformas (+4,5%) e pelos serviços especializados (+2,5%), mas com desempenho do setor de edifi-

cações (+2,3%) superior ao da infraestrutura (+1%).

Segundo Marcos Atchabahian, as lojas de materiais de construção precisam se modernizar e ouvir os clientes, que estão mais engajados com o projeto, construção, decoração e manutenção de sua casa e querem ter uma experiência diferenciada quando vão às lojas, vendo novas soluções, como os produtos podem ser aplicados, combinados em determinado ambiente e até se inspirar. “Hoje, por causa da tecnologia, o consumidor chega na loja muito bem informado. Nos anos 1980 a realidade era completamente diferente, a informação não era tão disseminada como hoje, a Village se adaptou a todos os processos de transformação que o país passou, sempre com muito cuidado e sem perder a sua essência, ressalta Marcos Atchabahian.

As reformulações das lojas começaram em 2019 e a expectativa é que sejam concluídas no primeiro semestre de 2020. A loja será dividida em “três mundos”: um mais voltado para a construção, um voltado para o acabamento e o outro mais voltado para a parte decorativa da casa. Além disso, a Village pretende intensificar a presença digital e abrir novos canais de comunicação com o consumidor como o YouTube, por exemplo, tornando essa relação cada vez mais próxima. “Queremos produzir conteúdos de qualidade que auxiliem nossos clientes a sanarem suas dúvidas em relação aos produtos, seus usos, instalação, composições possíveis etc., e também a obterem conhecimento para discutir melhor as obras e reparos com os profissionais que contratam.

A loja de construção conta com 18 unidades em vários municípios de São Paulo, comercializa cerca de 30.000 itens nos mais diversos segmentos da construção e está entre as 25 maiores revendedoras de materiais de construção do Brasil.



UTILIZE
REGULADORES
PARA GÁS,
SOMENTE
CERTIFICADOS



PAPAIZ

Gas Control

www.papaizgascontrol.com.br

SUA LOJA



LATEM LEVA NOVO CONCEITO À VILA GUILHERME, SP

Atender e entender o cliente com profissionalismo e dedicação, transformando sonhos em realidade. O bairro da Vila Guilherme, em São Paulo (SP), recebeu a primeira unidade da rede de franquia Latem, um novo conceito em loja de material de construção. Nela,

PRATICIDADE

ACIONAMENTO AUTOMÁTICO

Produto indicado para uso público, com acionamento manual e fechamento automático.

A Torneira Forusimatic Slim ajuda na redução do desperdício de água e oferece ao mercado um ótimo custo benefício.



METAIS
SANTÁRIOS



selo verde
preserva a natureza
responsabilidade
socioambiental

TORNEIRA LAVATÓRIO
FORUSIMATIC SLIM
STANDARD REF.: 1190
CÓD.: 9.11.1012.25



forusi
MATERIAIS DE CONSTRUÇÃO

 /forusioficial

 @forusioficial

o cliente terá os mais diversos itens para construção, reforma, pintura e acabamento, como pisos, ferramentas e utilidades domésticas, entre outros. Mas, mais do que isso, encontrará uma experiência de excelência em atendimento e gama de soluções e facilidades, unindo a comodidade de estar no bairro com toda a infraestrutura de um home center.

Voltada para o conceito de sonhos e soluções, com tudo para facilitar o cliente, a Latem chega ao mercado varejista em um momento em que a economia do País mostra sinais de aquecimento e crescimento em setores como, por exemplo, serviços, comércio e construção civil.

O novo modelo começa na forma como a loja é apresentada, sem balcão, com acesso do cliente a todos os produtos, dispostos de forma organizada, por setores, facilitando a experiência de escolha e de compra, em um mini home center. Junto a isso, o melhor preço e o melhor atendimento, sem falar da comodidade de estar no próprio bairro.

“Queremos ser mestres na arte da solução. Por trás da compra em si, da busca pelo material, existe o sonho de transformar a casa, de fazer a construção, a reforma virar realidade. Há toda uma história. E na Latem estamos prontos para oferecer esse algo mais, vendendo sonhos e soluções e não apenas o material em si”, explica Rafael Ferreira, sócio da Latem.

Quem for até a Latem encontrará também profissionais de diferentes especialidades para orientar na compra do material. Arquitetos, eletricitas, encanadores, marceneiros, prontos para

tirar dúvidas e ajudar nas soluções que o cliente necessita. Seja para uma obra completa, seja para uma reforma em casa, ou simplesmente para adquirir alguns itens em especial, atendendo ao empreiteiro ou à dona de casa, sempre de maneira personalizada.

E o projeto vai além. A ideia é que, mais do que uma loja em si, seja um ponto de encontro no bairro, inclusive oferecendo treinamento para as pessoas da comunidade, formando novos profissionais, com cursos ligados à área de construção, tanto com a possibilidade de parte teórica como prática, esta última com parcerias na região da unidade.

Loja modelo e expansão - Tudo isso pode ser conferido já nesta primeira loja da Latem, na Vila Guilherme. Uma unidade modelo aberta como piloto do projeto de franquia de material de construção que levará para os bairros esse conceito diferenciado de mini home center. O plano de expansão da Latem prevê novas lojas nos próximos três anos.

“A Latem é um modelo de franquia montada especialmente para o bairro. Vamos, inclusive, focar na periferia, levando esse conceito mais profissional e de transformar sonhos em realidade para as diferentes regiões, que tem início a partir de agora, com a inauguração da loja modelo na Vila Guilherme”, afirma Ferreira.

Latem – A Casa do Mestre

Rua Galatea, 1620

Vila Guilherme – São Paulo (SP)

Aberta de segunda-feira a sexta-feira, das 7h às 19h, e Sábado, das 8h às 14h

PEGA

ESSA!

UNIPEGA®

Adhesivos y Selladores • Adesivos e Selantes

NA

FEICON BATIMAT

31 MAR 03 ABR 2020

SÃO PAULO EXPO

10h às 20h

Rodovia dos Imigrantes, Km 1,5
Água Funda - São Paulo / SP

ESPERAMOS SUA VISITA EM NOSSO STAND Localização: C110

www.unipega.com

info@unipega.com [/unipegaoficial](https://www.facebook.com/unipegaoficial) [@unipega_oficial](https://www.instagram.com/unipega_oficial) [Unipega](https://www.youtube.com/Unipega)

viajando
pelo

BRASIL

Confira as datas e os locais das principais feiras do segmento

EXPO REVESTIR

Feira Internacional de Acabamentos

De: 10 a 13 de março
Local: Transamérica Expo Center, São Paulo, SP
www.exporevestir.com.br

FEICON BATIMAT

Feira Internacional da Construção

De: 31 de março a 03 de abril
Local: São Paulo Expo, SP
www.feicon.com.br

ECOENERGY

Feira e Congresso Internacional de Tecnologias Limpas

De: 14 a 16 de abril
Local: São Paulo Expo, SP
www.feiraecoenergy.com.br

FEIMEC

Feira Internacional de Máquinas e Equipamentos

De: 05 a 09 de maio
Local: São Paulo Expo, SP
www.feimec.com.br

FENAHABITAT

Feira da Construção e Habitação

De: 20 a 23 de maio
Local: Parque de Exposições Vila Germânica, Blumenau, SC
www.viaapiaeventos.com.br

GLASS SOUTH AMERICA

Feira Internacional de Design e Tecnologia em Vidro

De: -3 a 06 de junho
Local: São Paulo Expo, SP
www.grassexpo.com.br

SMART.COM

Construction of Tomorrow

De: 17 e 18 de junho
Local: São Paulo Expo, SP
www.exposmartcon.com.br

FORMÓBILE

Feira Internacional da Indústria de Móveis e Madeira

De: 30 de junho a 03 de julho
Local: São Paulo Expo, SP
www.formobile.com.br

CONSTRUSUL

23ª Feira Internacional da Construção

De: 21 a 24 de julho
Local: Fiergs, Porto Alegre, RS
www.feiraconstrusul.com.br

EXPO CONSTRUÇÕES

Feira da Construção do Espírito Santo

De: 04 a 06 de agosto
Local: Serra, ES
www.milanezmilaneze.com.br

EXPOLUX

Feira Internacional da Indústria da Iluminação

De: 04 a 07 de agosto
Local: Expo Center Norte, SP
www.expolux.com.br

CONCRETESHOW

Feira do Cimento e Concreto para a Construção

De: 11 a 13 de agosto
Local: São Paulo Expo, SP
www.concreteshow.com.br

FESQUA

XIII Feira Internacional da Indústria de Esquadrias

De: 16 a 19 de setembro
Local: São Paulo Expo, SP
www.fesqua.com.br

FICONS

XIII Feira Internacional de Materiais e Equipamentos da Construção

De: 15 a 18 de setembro
Local: Centro de Convenções de Pernambuco, Recife/Olinda
www.ficons.com.br

FISP

23ª Feira Internacional de Segurança e Proteção

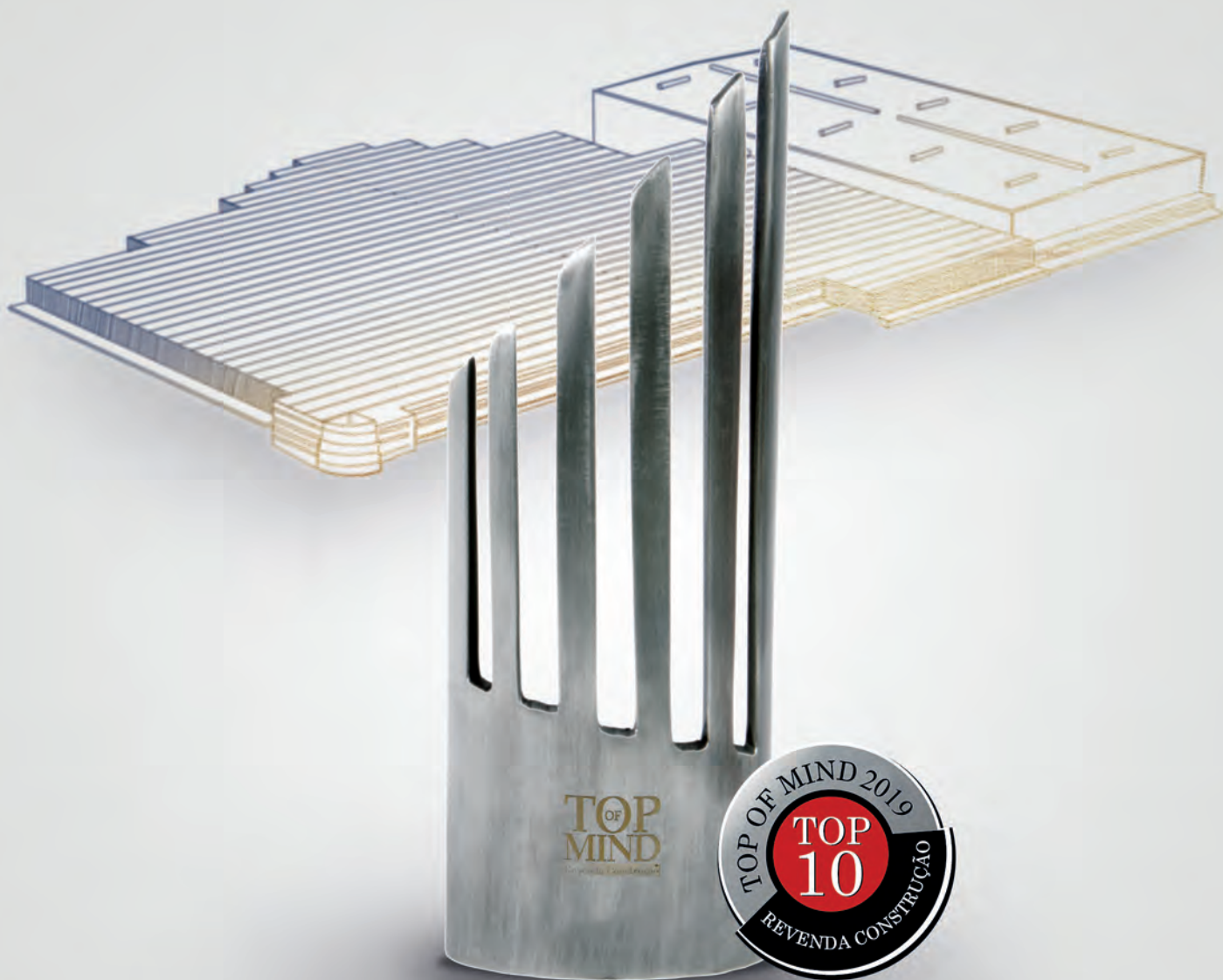
De: 20 a 22 de outubro
Local: São Paulo Expo, SP
www.fispvirtual.com.br

HABITACON

Feira de Fornecedores para a Construção e Condomínios

De: 21 a 24 de outubro
Local: Curitiba, PR
www.feirahabitacon.com.br

TAMBASA
ATACADISTAS ®



A MAIOR DA CONSTRUÇÃO

**OBRIGADO POR NOS AJUDAR A FORMAR
NOSSO MUNDO TAMBASA!**

menos
desperdício.

mais
mudança de
atitude.



é da empresa

A Fortlev acredita que pequenas atitudes fazem uma grande diferença para o meio ambiente. Por isso, no Mês da Água, muito mais que oferecer as melhores soluções para cuidar desse bem tão precioso, queremos propagar a sustentabilidade. Acompanhe nossas redes sociais e faça parte do nosso movimento.

