Revenda

ED. 342 | MARÇO 2019 | ANO XXXI
www.gruporevenda.com.br

A NÚMERO 1 DO SEGMENTO

METAIS E ACESSÓRIOS PARA BANHEIRO

Fabricantes apostam no design, sem esquecer da funcionalidade

REVESTIMENTOS E PISOS CERÂMICOS

É permitido pisar!

E MAIS: CORTADOR DE REVESTIMENTO CERÂMICO • ARGAMASSA E REJUNTAMENTO

PROPAGUE DOC.SYNC

KRONA.
25 ANOS PRESENTE NA CONSTRUÇÃO DO SONHO DE MILHARES DE PESSOAS.

25 anos

São 25 anos interligando pontos
de entrada e saída de água e esgoto.
São 25 anos trazendo produtos de qualidade.
São 25 anos de inovação.
São 25 anos de Krona.

QUEM QUESTIONA USA KRONA

Água fria • Água quente • Esgoto • Esgoto série reforçada • Elétrica • Acessórios

asuaobra.com.br krona.com.br

KRONA
TUBOS E CONEXÕES

grupo Revenda

MARÇO 2019 | Edição 342

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 COMERCIAL/HEAD DATAMKT CONSTRUÇÃO
Newton Guimarães (newton.guimaraes@datamkt.com.br)

DIRETOR EDITORIAL
Roberto Ferreira (roberto@revenda.com.br)

GERENTES DE CONTAS
Marli Moço (marli@revenda.com.br)
Juliana Tagliapietra (juliana@revenda.com.br)
Solange Castilho (solange@revenda.com.br)
Regina Mallol (regina.mallol@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
Jessica Oliveira (jessica.oliveira@revenda.com.br)

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

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

REALIZAÇÃO:

estudioduplaideiadesign.com.br

EDITORA: Alessandra Cacioli
REVISÃO: Cida Silva
FOTOS: Shutterstock

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 conceitosemitidos 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.

Instituto Verificador de Comunicação IVC

Impresso na Gráfica Anália Franco

FEVEREIRO TEM CARNAVAL

Ah, como é bom o mês de fevereiro com Carnaval. Em março, como neste ano, não tem graça! E é muito triste.

Final de janeiro e início de fevereiro foi um período duro para os brasileiros. O rompimento da barragem de Brumadinho (uma tragédia anunciada), Minas Gerais, com mais de 100 vítimas fatais identificadas; fogo no CT dos jogadores sub-16 do Flamengo, no Rio de Janeiro, com 10 vítimas fatais; morte do jornalista Ricardo Boechat, uma das vozes mais marcantes da imprensa brasileira, não pelo tom (que era ótimo), mas pelo vigor com que defendia o justo e atacava o ruim (grande maioria).

O Brasil é um país de contrastes. São Paulo é o maior exemplo. Temos regiões centrais da cidade com arquitetura do século 19 e do século 21 convivendo em espaços próximos. Mas, a população pouco pode observar por causa da degradação do entorno. Para os que não conhecem o centro da cidade, vale a pena visitar a Estação da Luz e a Sala São Paulo (um anexo da estação da Luz transformado em local de eventos e concertos maravilhosos). Claro que o recomendado é ir durante o dia, já que a região também é conhecida como cracolândia. Podem imaginar por quê?

Não muito longe, no ponto mais alto do Planalto de Piratininga, fica a avenida Paulista e seus imponentes prédios modernos de causar inveja a grandes cidades da Europa e Estados Unidos. Mas, aos domingos, que seria um bom dia para visitar a área, o local se transformou em The Voice Brasil, tal a quantidade de bandas, cantores e hippies que se apoderaram do espaço.

E nem vamos falar das dezenas de viadutos e pontes que estão ameaçadas de desmoronar por falta de manutenção, que viraram cartão-postal da cidade...

Mas, depois deste breve tour pelo centro da cidade, voltemos ao nosso mundo. Março tem Carnaval e tem a Expo Revestir, a maior feira de pisos e revestimentos da América Latina e uma das mais importantes do mundo. Estandes belíssimos mostram os produtos dos maiores fabricantes de revestimento cerâmico do mundo (o Brasil é o 3º maior produtor de revestimento cerâmico do mundo). Durante quatro dias o pessimismo e o mau humor passaram longe da cidade de São Paulo, graças aos pisos, revestimentos, metais, acessórios para banheiro, argamassas, rejuntes e uma infinidade de outros produtos para deixar a casa do brasileiro ainda mais bonita.

E voltamos a fevereiro, quando cantarolamos a canção composta por Jorge Benjor: "...em fevereiro, tem Carnaval; tenho um fusca e um violão; sou Flamengo..."

Estamos de mudança. Politicamente correta. A partir da edição 341/fevereiro, a revista **Revenda Construção** passou a ser impressa na Gráfica Lar Amália Franco, a Grafilar, em Campinas. A Grafilar foi fundada por Amando Simões e Clélia Rocha, em 1935, com a finalidade exclusiva de gerar recursos para o desenvolvimento das atividades filantrópicas e assistenciais do Lar Anália Franco - "LAF". A dedicação dos primeiros envolvidos no projeto de geração de renda, somado ao fim altruísta idealizado, deram o suporte necessário para que a Grafilar pudesse prosseguir, investindo em tecnologia e capacitação profissional a fim de produzir impressos de alta qualidade. Hoje, o LAF é uma das poucas instituições da região que sustenta mais de 96% de suas despesas com assistência social por meio de receitas geradas pelas próprias atividades.

Boa leitura
Roberto Ferreira

LANÇAMENTO

PRODUZIDOS NO BRASIL

Nova linha 2019 de Motocompressores

MOTOMIL®

- Vasos de pressão certificados conforme portaria do inmetro 255/2014;
- Disponíveis nas potencias de 2hp e 2,5hp;
- Vasos com capacidade de 24l e 50l.

INMETRO

MOTOMIL®
Eletroplas®
Garthen®

GMEG

www.gmeg.com.br

/gmegoficial
@gmegoficial
47 2103.4150

Revenda

EDIÇÃO 342 | MARÇO 2019 | ANO XXXI

Foto: Shutterstock

PISOS E REVESTIMENTO CERÂMICO
Mostramos as novidades que estão na Expo Revestir
8

36
AGAMASSA
Produto que não pode faltar

26
A VOZ DO VAREJO
Diferentes negócios que dão certo

44
CORTADORES
A tecnologia a serviço da precisão nos cortes

52
METAIS E ACESSÓRIOS
Indústria investe no design e no desempenho

72 **ESPECIAL REVESTIR**
74 **HENKEL**
76 **FUTEBOL**
78 **ARTIGO TROIANO**
80 **SUA LOJA**
82 **AGENDA**

Evidence

FAME

SAC 0800 015 85 00 - www.fame.com.br

Se esta página fosse toda a água do planeta, esta gota seria a quantidade disponível para o nosso consumo.

É DA AMPLA

ÁGUA É TUDO

Apesar do nosso planeta ser formado por 75% de água, apenas 3% pode ser consumido. Por isso, todos os dias a Fortlev está 100% comprometida em oferecer as melhores soluções, com uma linha completa de produtos para armazenar e cuidar deste recurso tão importante para nossa sobrevivência. Afinal, água é tudo. Preservá-la é essencial.

22 de março.
Dia Mundial da Água.

A campanha Dia da Água Fortlev continua aqui:

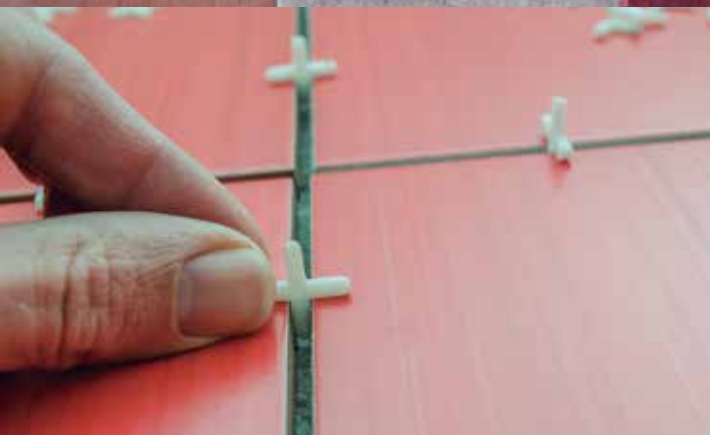
FORTLEVBRASIL

FORTLEV 30 ANOS
É MUITO MAIS

PISOS E REVESTIMENTOS FRIOS: UMA PAIXÃO NACIONAL

Um tour pelos melhores produtos

PISOS E REVESTIMENTOS FRIOS, REJUNTAMENTO E ARGAMASSA



Temos, em diversos artigos, ressaltado a importância dos pisos e revestimentos frios para o segmento, nos apoiando numa pesquisa DataMkt Construção – sistema de inteligência de mercado cogerido por Leroy Merlin, Eucatex, Votorantim Cimentos e Deca – com 900 consumidores que haviam realizado grandes obras residenciais no período de maio de 2017 a abril de 2018, em que 62,4% dos entrevistados trocaram pisos e revestimentos durante a obra.

É interessante frisarmos que esse é o segundo maior tipo de intervenção realizada, ficando, apenas, atrás de pintura, com 85%. Porém, também, é muito significativo o fato de que 54,2% desses mesmos entrevistados pintaram e trocaram pisos e revestimentos na mesma obra, demonstrando que são atividades paralelas, convivendo numa reforma residencial, muito mais, de maneira combinada, do que de maneira concorrencial.

Outra maneira de analisar essa informação é que, 63,8% dos entrevistados que pintaram suas residências durante a obra, também, trocaram os pisos e revestimentos; enquanto 86,9% dos entrevistados que trocaram pisos e revestimentos, também pintaram, conforme veremos no gráfico, no final desse artigo.

Mas, que tipo de pisos e revestimentos foram comprados para essas obras?

Segundo a mesma pesquisa, desse universo que os comprou, 54,6% optaram pelos pisos cerâmicos; 46,9% por porcelanato; 38,8% por revestimento cerâmico para parede; 27,1% colocaram mármore e granito; 18,1%, pastilha, mosaico e seixo; e, em sexto lugar, piso laminado, com 13,3%, apenas para ficarmos nos seis mais utilizados.

Vemos assim, de fato, que pisos e revestimentos frios são uma paixão nacional.

E, essa paixão impacta positivamente o faturamento do setor, já que os consumidores que trocaram pisos e revestimentos frios reformaram 3,3 tipos de cômodos, enquanto a

amostra que não os trocou, 2,7 tipos de cômodos, sendo que para quem trocou pisos e revestimentos frios, os banheiros e lavabos foram os mais reformados, por 70,9%, seguidos pela copa e cozinha, por 63,4%, e os quartos, por 61,7%.

Consequentemente, esses apaixonados frequentam mais tipos de lojas de materiais de construção, com preferência pelos Home Centers/Lojas Grandes, frequentadas por 46,9%; Lojas de Bairro (pequenas, médias e multicategorias), por 44,5%; Lojas de Tintas, por 42,1%; Lojas de Revestimentos Cerâmicos, por 40,1%; e; apenas para ficarmos nos cinco principais tipos, Depósitos de Materiais Básicos, por 29,6%.

É importante frisarmos que a pesquisa aponta os tipos de lojas utilizadas para compras em geral, independentemente dos itens e valores gastos, mas, é fato que, enquanto as Lojas de Bairro lideram no total da amostra a preferência dos consumidores, quando aprofundamos, somente, os entrevistados que trocaram pisos e revestimentos frios, os Home Centes/Lojas Grandes assumem o protagonismo.

Combinando essas informações com a Pesquisa Panorama Lojistas de Bairro, realizada em agosto de 2018, com 360 lojistas de portes pequeno e médio, nas regiões Sudeste, Sul e Nordeste, percebemos que, entre as principais categorias para o faturamento das lojas, pisos cerâmicos e azulejos são as menos relevantes.

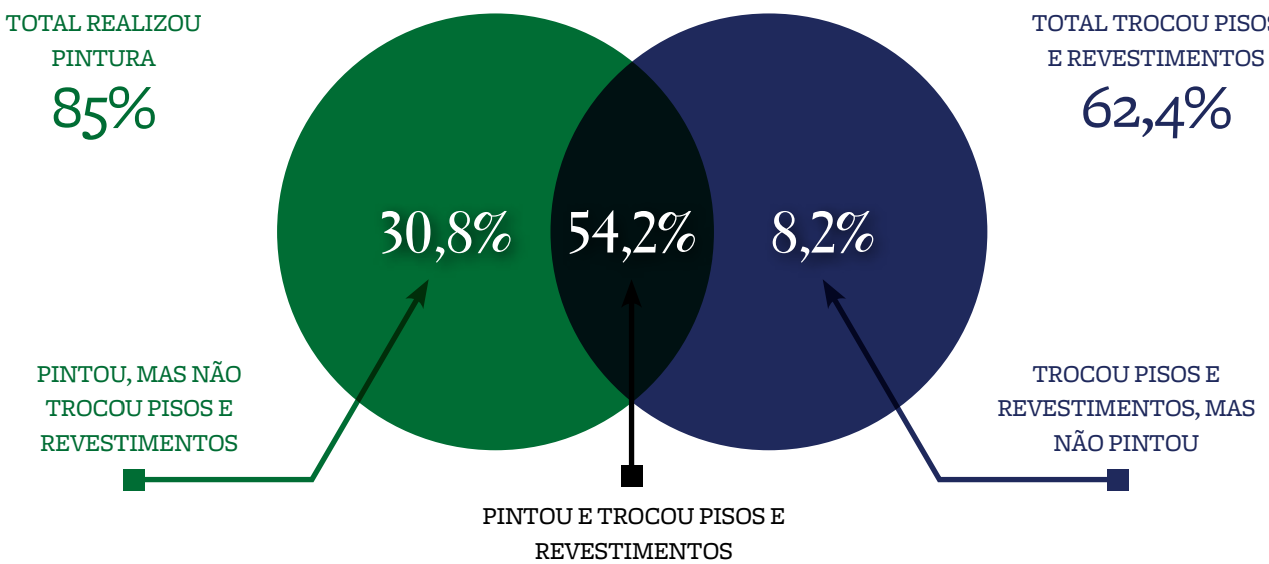
Desse universo, 88,1% consideram Materiais Hidráulicos e Materiais Elétricos categorias importantes para o faturamento da loja; seguidos por Materiais Básicos, por 87,5%; Tinta e Acessórios, por 86,1%; Louças Sanitárias, por 73,3%, e, em último, nas categorias estimuladas, pisos e azulejos, por 68,7%.

Bom, se considerarmos a envergadura das obras quando utilizando pisos e revestimentos frios, e que impactam todos os outros segmentos devido a sua maior dimensão, o papel da indústria e do varejo é estimular, cada vez mais, os consumidores a trocarem nos diversos ambientes das residências durante a obra, ou mesmo, apenas, para revigorar determinados cômodos, independentemente da realização de uma reforma, aproveitando, por exemplo, os lançamentos de novas coleções.

Assim, ganhariam os Home Centers/Lojas Grandes, destino preferencial, aumentando as vendas da categoria, e as Lojas de Bairro, aumentado sua relevância no faturamento, e, ambas, com as vendas de todas as outras categorias de produtos.

Newton Guimarães, Head DataMkt Construção

COMBINAÇÃO DE TROCA DE PISOS E REVESTIMENTOS E PINTURA NUMA MESMA OBRA RESIDENCIAL



Questão: Quais os tipos de obra/reforma que você fez no seu imóvel no último ano? – (intersecção dos dois tipos mais realizados)
Amostra absoluta:901

Fonte DataMkt Construção

CORTADORES DE CERÂMICAS E PORCELANATOS COM BANCADA

Máxima produtividade na colocação de revestimentos! Mais facilidade, precisão e maior capacidade de corte, com excelente acabamento!

CCV 900 ▸

◂ CCV 550

CCV 1250 ◂

- Motor blindado (IP54): maior proteção contra a entrada de água
- Escala graduada e esquadro com ajuste para até 45°
- Dreno, que facilita a retirada da água e limpeza do equipamento

Sempre utilize equipamentos de proteção individual VONDER

www.vonder.com.br

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

Assista aos vídeos e siga a VONDER nas redes sociais!

@vonderferramentas

LANÇAMENTOS

FEICON BATIMAT 09 a 12 ABRIL 2019 — Visite o nosso stand Rua Principal (F)

É bom trabalhar com

vonder®

Uma obra bem feita começa com os equipamentos certos! **A escolha é sua e a qualidade é VONDER!**

É PERMITIDO **OLHAR**

Nos tempos de Big Brother, olhar está cada vez mais fácil. E é disso que os produtos para o segmento de Pisos e Revestimentos Cerâmicos precisa: olhar com atenção; comprar com emoção. Mostramos as novidades dos principais fabricantes de pisos e revestimentos cerâmicos para trabalhar no ponto de venda, mas, atenção à exposição, pois o consumidor está, cada vez mais, exigente.

Um tour pelos melhores produtos

PISOS E REVESTIMENTOS FRIOS, REJUNTAMENTO E ARGAMASSA

ALFAGRES

A Alfagres traz as Coleções Organic Wood e Canelle Beige, com propostas que reproduzem as texturas de diferentes madeiras. A Coleção Organic Wood é composta de 19 belíssimas réplicas de madeiras, nos tamanhos 15cmx60cm, que surpreendem pelas diferentes cores e grafismos. O produto Angelim Griggio, por exemplo, possui variações de até nove faces, com textura mate acetinada delicada que o torna mais orgânico e natural.

Quanto à linha de produtos Canelle Beige (56cmx56 cm) traz, como proposta, a cor quente avermelhada como uma ideia que possibilita expressividade, modernidade além de ser um produto despojado, com linha composta por mais sete modelos de madeiras que interpretam rica variação de texturas.

BIANCOGRES

A Biancogres tem raízes na Itália, país mundialmente conhecido pela conexão com o design, e se utiliza dessa origem para orientar o desenvolvimento do portfólio de produtos. Reconhecida, também, como líder na produção de grandes formatos, produz, anualmente, mais de 36 milhões de m², e de seu mix de produto chama a atenção a linha Clark.

O Porcelanato Esmaltado Acetinado com Borda Reta, formato 60x60 da Linha Clark da Biancogres tem tamanho de 60cmx60cm e cor cinza. Perfeito para aplicação em ambientes internos como salas, quartos, banheiros e lavabos, podendo também ser usado em ambientes externos como varandas e áreas de serviço. O produto possui variação de tonalidade aleatória, em que as cores entre as peças são, totalmente, diferentes umas das outras. O Porcelanato Clark apresenta padrões geométricos e paleta de cores que se integram facilmente com diversos produtos da Coleção Contemporânea e se adequa, facilmente, a propostas modernas e ousadas.

Baseado na obra de Lygia Clark, famosa artista mineira e um nome importante na arte neoconcreta no Brasil, o revestimento apresenta padrões geométricos e cores que se complementam – assim como nos trabalhos de Lygia. Na decoração, o porcelanato Clark combina com propostas contemporâneas e ousadas.

CERÂMICA ATLAS

A Cerâmica Atlas, empresa líder no segmento de pastilhas de porcelana, leva à 17ª Expo Revestir um portfólio inovador e sensorial. Além do acabamento preciso nos detalhes, a empresa conta com laboratório especializado na produção de nuances e mergulhou em experiências ousadas para apresentar novas tonalidades, aliadas a uma infinidade de formatos e tamanhos, e atender com exclusividade a clientes em busca de personalizar projetos de arquitetura e interiores.

Entre as novidades, está a pastilha de porcelana Ardósia, no formato hexagonal 2,5 cmx 2,5 cm. A peça, que reforça o suces-

so da linha de hexagonais, recebe um esmalte reativo exclusivo, processo que garante visual impactante e único. Tudo acontece durante o processo produtivo: após a esmaltação, as peças são submetidas à queima (1280º). Assim, o calor gera uma reação que garante características únicas e variações de tonalidades em cada peça.

CERÂMICA ELIZABETH

O conjunto de lançamentos da Cerâmica Elizabeth descortinado na Fashion Week da Arquitetura e Decoração, como é conhecida a Expo Revestir, foi concebido para fazer parte de composições de ambientes cada vez mais personalizados. Denominada Conexão Humana, a coleção se propõe a promover inspirações a projetos que busquem experiências, emoções, aconchego e interligação mais íntima das pessoas com a natureza e as próprias essências.

No uso da tecnologia de decoração em HD, as peças somam um portfólio reconhecido pelo mercado. O propósito é voltar a fazer bonito na 17ª edição do evento, com destaques nos porcelanatos, neste ano com a inclusão de uma nova linha, no formato 100cmx100cm, o maior produzido pela empresa. Roney Rotemberg, diretor Comercial do Grupo Elizabeth, vê, no evento, uma oportunidade muito interessante para lançamentos.

"Levaremos uma série de novos produtos, alguns com tecnologia diferente. Trata-se de um momento de aproximação com os nossos clientes, que participam, em peso, da feira, que sempre é um termômetro para o ano. Nas conversas durante o evento se discutem muitas ações com clientes e o mercado em geral, além de identificarmos novas oportunidades. Nessas discussões teremos um indicativo de como será 2019", acredita. "Faremos um bom investimento na feira para que possamos mostrar a força da nossa marca aos clientes, arquitetos, engenheiros, designers e todo o mercado presente, com destaque nas novidades em formato (1mx1m) e o acabamento matte", continua.

Os porcelanatos em grandes dimensões vieram para ficar e, atenta à demanda do mercado, a Cerâmica Elizabeth apresenta 10 produtos 100cmx100cm em três tipologias: porcelanato técnico, com acabamentos polido e natural; porcelanato HD polido; e porcelanato HD esmaltado, com acabamentos acetinado e rústico. Os grandes formatos permitem menos rejuntes, oferecendo uma sensação de amplitude, além de requinte e refinamento.

Para Celso Menezes, gerente de Exportação Grupo Elizabeth, a Expo Revestir é uma feira que, efetivamente, traz participação de pessoas do mundo todo, em especial do continente americano. "Muitas pessoas vêm, também, por conta do período, propício para a progamação de compras para o ano e a Revestir é efetivamente um evento de negócios. Historicamente é um período bem estratégico, base para o faturamento durante o ano", afirma.

Na lista de novidades da marca na Expo Revestir, consta, também, o Porcelanato HD Polido Matte, uma nova tipologia de acabamento. A inovação consiste em um polimento mate, realizado após o polimento tradicional, com o objetivo de retirar todo o brilho da peça e proporcionar um toque de seda ao produto. Oito lançamentos de 2019, além de três clássicos, todos no formato 84cmx84cm, já estão disponíveis com esse acabamento, continuando, também, com a versão brilhante.

Para os pontos de venda, Rotemberg indica que não sejam usadas apenas as gôndolas. "Para aprimorar a experiência dos clientes e enaltecer a visualização do produto, desenvolvemos expositores específicos para formatos grandes (84cmx84cm e 1mx1m). Neste ano vamos reforçar, também, a atenção à comunicação no ponto de venda ao consumidor dos nossos clientes para o Porcelanato Técnico Bianco, um produto caracterizado por ser mais resistente e com baixa absorção de água. Daremos destaque a esse e a outros produtos, com etiquetas, testeiras de gôndolas e outros materiais de pontos de venda", anuncia. A empresa vai fortalecer os investimentos em Trade Marketing para ganhar presença com comunicação e ações nos PDVs junto a vendedores de loja, consumidores, formadores de opinião e especificadores.

Veja alguns dos destaques da nova coleção Conexão Humana:

Panda Porcelanato HD - O Panda Porcelanato HD Polido 50cmx101cm exalta o clássico contraste do preto com o branco em design contemporâneo e de forte presença nas principais mostras de design da Europa. Versátil, o produto cabe com perfeição em ambientes modernos e retrô, em pisos, paredes ou bancadas.

Veneziano Porcelanato HD Polido 84cmx84cm - O design singular da linha Veneziano Porcelanato HD Polido 84cmx84cm é inspirado na técnica criada por trabalhadores das construções de Veneza em meados do século XV, baseada no aproveitamento de pequenos fragmentos de mármore. Oferecido nas nuances Sand e Ocean, o mosaico estampado nas peças cerâmicas repercute o sucesso dessa tendência, procurada por quem quer autenticidade e sofisticação nos ambientes.

Oxi Porcelanato HD Polido 84cmx84cm - De alma integralmente contemporânea, a linha Oxi Porcelanato HD Polido 84cmx84cm faz referência ao concreto e ao metal, materiais presentes no meio urbano e em plena evidência nas paginações da arquitetura moderna. Os materiais com a aparência

desgastada pelo tempo ganham espaço no design industrial e se revelam na linha Oxi, apresentada nos tons Black, Corten, Coffee, Gray e Bone.

CERBRAS

A Cerbras, indústria cearense de referência nacional e internacional, traz o know-how da qualidade reconhecida no mercado de pisos e revestimentos para a produção de porcelanato, iniciada em 2018, e que já é o destaque da empresa para o ano de 2019. O mix de produtos foi composto após análise global de mercado. Com design italiano, o porcelanato da Cerbras possui polimento com uso de nanotecnologia, tecnologia full HD de quarta geração e impressão em alta resolução, com custo-benefício adequado ao mercado nacional, visando a atingir os mais diversos públicos e empreendimentos.

"Um produto que traz a sensação e a estética de materiais naturais, sem demandar o alto custo de manutenção que teriam, facilita tanto ao consumidor final quanto o projetista, que conseguem tornar a obra mais acessível e obter, muitas vezes, o mesmo material para diversos ambientes – conseguindo, desse modo, uma harmonia visual e, assim, atender à expectativa do cliente", explica a arquiteta Marcela Turbay, especialista parceira da Cerbras, que tem inserido o porcelanato com grande frequência em seus projetos.

Para Turbay, a facilidade de conseguir utilizar um só material também torna o tempo da conclusão das obras mais ágil. "Geralmente, as pessoas nos procuram com reformas urgentes, visto que a necessidade ou o desejo de uma mudança em casa conseguem modificar completamente o dia a dia de alguém. Por isso, é interessante quando conseguimos um bom mix de produtos com um mesmo fornecedor, por causa do enorme leque de texturas e estampas oferecidas pelo produto. Com materiais naturais, esse processo fica mais lento", completa.

Tendência no mercado brasileiro, com intensificação no último ano, graças à recente aderência de grandes fábricas nacionais à produção do produto, o porcelanato pode ser utilizado de áreas molhadas a externas, assim como em bancadas, portas e até como complemento na marcenaria. "Como a manutenção desse material é fácil, o pós-venda gera um ciclo completo de sucesso nessas empresas. O cliente acaba voltando, em busca de ambientar novos espaços com o mesmo material, explorando suas potencialidades", conta Marcela. Para o cliente, o produto também facilita na hora das compras: com diferentes tipos de acabamento na superfície, o porcelanato pode ser utilizado em diversas áreas da casa, tanto pela funcionalidade quanto pelo acabamento estético, funcionando para pisos, bancadas, paginação e, até, para portas na hora de construir ou reformar.

Explorando cores e texturas, o mix de produtos conta com as linhas Acrópole, Stone, Tech, Wood e Urban, cada uma com características que se assemelham a diferentes materiais naturais, facilitando, desse modo, o acesso a todas as tipologias que podem ser solicitadas por um arquiteto na hora de executar um projeto, tais como pedra, madeira, cimento e mármore.

O parque industrial da Cerbras, ampliado nos últimos anos para atender à capacidade de produção e às novas linhas de revestimentos cerâmicos, tem 86.137,67m² de área construída e opera com capacidade instalada de 40.800.000m²/ano de pisos e revestimentos cerâmicos, com produção diária em cerca de 93 mil metros de cerâmicas e porcelanatos produzidos. Com conceitos fortes de responsabilidade ambiental, a Cerbras adota práticas sustentáveis, como coleta seletiva e reciclagem, controle de consumo de energia e reuso de água tratada, monitoramento da qualidade do ar, sistema de tratamento de efluente sanitário e industrial, reaproveitamento de ar quente e 100% dos resíduos (caco cerâmico, pó cerâmico e a borra do esmalte), educação ambiental em escolas da comunidade e compensação vegetal das áreas degradadas na extração. A empresa se sobressai no mercado, também, pelo investimento no quadro de profissionais com incentivo educacional, elevação de escolaridade e atividades culturais, a exemplo do Coral Cerbras e Biblioteca Itinerante em parceria com o SESI, incentivando o hábito da leitura, além de outras ações que visam a tornar o ambiente de trabalho saudável e criativo.

DAMME

O lançamento da Damme, para 2019, é o porcelanato Elegant Brown. O produto integra a coleção Mármores Nobres, e traz, sutilmente, tons de café mesclados em veios dourados e brancos. Acabamento Polido/ Formato 61cm x 121cm ou 82cmx82cm

DECORTILES

A coleção Terrazzo é uma das novidades que a Decortiles apresenta na Expo Revestir 2019. As peças são inspiradas na fascinante arte das superfícies do século XIV, encontradas nas charmosas ruelas italianas, costeadas por românticas casas de pedra que encantam em cada detalhe, e nas antigas calçadas, nas quais os grânulos irregulares e imperfeitos dos minerais contam a história da arquitetura renascentista e ornam as mais belas paisagens da Itália.

O aspecto natural de Terrazzo revela uma tendência em que a simplicidade e o aspecto tátil são celebrados pelas superfícies granuladas e ásperas. Tonalidades claras compõem a paleta de

MISTURADORES ELÉTRICOS DE ARGAMASSA

Máxima produtividade e ergonomia no canteiro de obras!

Sempre utilize equipamentos de proteção individual VONDER

www.vonder.com.br

Facilitam a mistura de argamassa, tinta, gesso, cola, entre outros materiais!

MAV 1600

Potência: 1600 W
Tensões: 127 V~ e 220 V~
Rotação: 180/min - 460/min
300/min - 750/min
Volume máximo da mistura por operação: 140 L
Dupla velocidade (acionamento mecânico)
Regulador de velocidade eletrônico

MAV 850

Potência: 850 W
Tensões: 127 V~ e 220 V~
Rotação: 0/min - 500/min
Volume máximo da mistura por operação: 80 L
Com gatilho eletrônico

Trabalhe com a linha completa de ***Ferramentas Elétricas VONDER!***

Assista aos vídeos e siga a VONDER nas redes sociais!

@vonderferramentas

FEICON BATIMAT 09 a 12 ABRIL 2019 *Visite o nosso stand* ***Rua Principal (F)***

É bom trabalhar com

vonder®

Uma obra bem feita começa com os equipamentos certos! ***A escolha*** *é sua e a* ***qualidade*** *é* ***VONDER!***

cores, trazendo leveza aos ambientes. Os tons, que antes passavam despercebidos, ressurgem na decoração proporcionando mais conforto e versatilidade aos ambientes. Disponíveis nas cores Branco, Rose, Fendi e Cinza, a nova coleção possui medidas de 90x90 e se destaca tanto em ambientes internos, como externos.

ELIANE

"A Expo Revestir é, primordialmente, um importante espaço para apresentarmos aos mercados nacional e internacional os lançamentos do ano. Nesse primeiro contato do público com as novidades, temos a oportunidade de captar a reação dos visitantes, já com um vislumbre de como cada produto poderá desempenhar nas vendas. Além disso, a feira proporciona uma interação muito importante da indústria com os especificadores e, também, os parceiros de negócios", afirma o diretor Comercial e de Marketing da Eliane, Rogério Longoni.

Ele avalia que há expectativa de retomada econômica na construção civil, e a feira é o principal evento nacional do mercado, atraindo também potenciais clientes internacionais, que vêm para conferir e negociar com os principais players atuantes no Brasil, o que torna o evento um grande centro de negócios. "O aumento crescente de visitantes ao longo das edições demonstra um grau de confiança muito grande por parte dos clientes. De modo geral, o nosso setor começa a apresentar sinais de melhora e a Eliane está preparada para crescer e reforçar a competitividade de mercado, com o objetivo de manter e ampliar nossa liderança no setor. Hoje, a Eliane está presente em mais de 15.000 pontos de vendas e exportamos para mais de 80 países", orgulha-se Longoni.

O diretor destaca que um dos pontos mais fortes da Eliane é o relacionamento comercial com os clientes, fundamentado na ética, na parceria e nas ações junto ao consumidor final. "Posso citar como exemplo o trade marketing, que se expressa não só em exposição de produtos em showroons, e, também, em ações específicas como eventos em lojas, treinamentos de vendedores, treinamentos para consumidores, e diversas outras ações inerentes ao varejo em que a Eliane sempre se coloca como parceira do empresário", reforça. Longoni explique que, no PDV, a marca busca, constantemente, melhorar a experiência do consumidor, propondo soluções que tornem mais fáceis a visualização e o manuseio dos produtos, bem como o acesso às informações de forma clara e objetiva. "Também acionamos nossos canais digitais para que atuem como uma vitrine de inspirações baseada em nosso portfólio. Assim, essa ação, somada ao PDV, gera uma experiência Omnichannel", conclui.

"A Expo Revestir é, primordialmente, um importante espaço para apresentarmos aos mercados nacional e internacional os lançamentos do ano."

ROGÉRIO LONGONI, diretor Comercial e de Marketing da Eliane

EUCATEX

O lançamento da Eucatex é a linha Eucadoor Prime de Pisos laminados, a única do mercado com os dois sistemas de instalação: encaixe (click) e colado. O padrão Carvalho Maiorca é outra novidade da linha, que também dispõe dos padrões: Nova Acácia, Fresno Decapê, Valência. O diretor da Construção Civil, Agnaldo Bergamo, comenta que a Expo Revestir é parte da estratégia da empresa. "O ano de 2019 será de retomada do mercado e a Revestir é uma ótima oportunidade para apresentarmos nossos produtos e lançamentos, estreitando o relacionamento com os profissionais, os especificadores e os clientes", afirma.

Ele orienta as revendas para as diferentes formas de exposição, de acordo com cada categoria de produto. "Para isso, temos equipes de promotores e técnicos que auxiliam os lojistas na melhor forma de demonstrar os produtos. A própria equipe comercial está sempre atenta a que os lançamentos tenham destaque nas prateleiras e gôndolas das lojas, assim como para o andamento das ações promocionais dentro de cada ponto de venda", conta.

Bergamo recomenda que, para produtos como pisos laminados e pisos vinílicos, o lojista tenha uma área de showroom com o piso instalado ou áreas com os pisos para a visualização dos padrões, além de um display para apresentar a linha completa dos produtos. "Assim, o consumidor tem a experiência de pisar, ver a montagem do piso e escolher o padrão que mais combina com a sua decoração", detalha. Pilhas da embalagem do produto também são montadas como ilhas em lojas com corredores mais largos. "Essa maneira de exposição também é usada quando fazemos a mostra de tintas. As ilhas de embalagens complementam a exposição em prateleiras e gôndolas", encerra.

LEPRI

A Lepri – Finas Cerâmicas Rústicas apresenta 45 novos produtos durante a Expo Revestir 2019. A empresa, que faz da sustentabilidade parte de seu DNA, destaca o aspecto natural de seus bricks para valorizar o uso da argila, as cores únicas obtidas no

processo de queima e o aspecto artesanal da fabricação. Outro objetivo da Lepri para esta edição da feira é mostrar a combinação de estilos que garante projetos únicos e personalizados.

Entre os lançamentos, a coleção Anticatto – caracterizada pelo toque aveludado, textura lisa e bordas com acabamento envelhecido, obtido em seu processo Lepri de envelhecimento – ganha novas cores de tijolinho. No formato 7cm x 23 cm, os tons Avelã, Atacama e Concrete têm na composição o uso de materiais naturais. A destonalização das peças ajuda a criar movimento em pisos e paredes de áreas internas e externas, possibilitando inúmeras opções de combinação.

Nas delicadas texturas dos bricks da coleção Contemporâneo, que trazem a aparência dos tijolinhos ingleses, mergulham nos tons cinza dos novos modelos Atlanta e Black Jeans. Eles foram fabricados em micro lotes, exclusivamente para uma edição limitada. Com medidas de 7cm x 23 cm, podem ser aplicados em paredes de áreas internas ou externas e fachadas.

O brick Natura Mont Blanc, com 7cm x 23 cm, vem em uma nova versão que pode ser usada nas paredes internas e externas. Parte da coleção Natura, produzida com rejeitos de mineração da barragem de Fundão, na cidade mineira de Mariana, a peça tem textura única, aparência de tijolo de demolição e é ideal para criar um clima de aconchego em qualquer ambiente.

Comprometida com a fabricação de produtos de alta qualidade, a Lepri – Finas Cerâmicas Rústicas tem 100 anos de história. Desde a fundação, inova, constantemente, em busca da satisfação dos clientes e da sustentabilidade. Preza pela alta qualidade de forma a criar sinergia na decoração, valorizando o bem-estar, elegância e aconchego. Pioneira na produção de revestimentos ecológicos, em 2011, tornou-se membro do Green Building Council, ONG que busca promover a indústria de construção sustentável no Brasil. Atualmente, 99% de suas linhas são fabricadas com materiais descartados – vidros de lâmpadas fluorescentes, de TVs e monitores, resíduos da produção de louças Deca.

NINA MARTINELLI

O lançamento da Nina Martinelli para a Expo Revestir 2019 é o programa Resíduo Zero. A empresa, que sempre trabalhou com descarte reduzido, agora anuncia produtos feitos a partir de materiais 100% reciclados.

Exemplo disso é a Colezione Brick Originale, proveniente de processos internos que criam produtos a partir de materiais que seriam descartados. Produzida 100% de cerâmica reciclada, a Colezione Brick Originale confere aos ambientes um toque original e rústico, com tonalidades que vão de vermelho-intenso até nuances de laranja e resgatam a energia marcante da natureza.

Disponível em 12 modelos diferentes, com três opções de acabamentos: Originale com superfície lisa (Originale), Originale Contorni superfície com leves ondulações, e o Originale Vecchio, peças que recebem tratamento e ganham aspecto envelhecido. A coleção, indicada para fachadas externas e paredes internas, segue a tendência de design atual, em que ser sofisticado é usar materiais naturais e humanizar a paginação.

PALAZZO

A empresa catarinense Palazzo participa da 17ª edição da Expo Revestir com grandes novidades em revestimentos cimentícios. Entre os lançamentos, a linha principal, Palazzo, traz sete modelos. A coleção é caracterizada por peças de grandes formatos, repletas de sofisticação e de texturas de concreto muito mais finas, seguindo a tendência europeia; revestimentos 3D, além de novo modelo de cobogó.

Inédita, a linha Lore traz cinco produtos em tamanhos médio e grande, que se destacam pela leveza, menor espessura, facilidade de instalação e maior competitividade no mercado. Todos esses atributos são resultado de investimentos da empresa em tecnologia e inovação, por meio de fórmulas e maquinários modernos.

“Após 12 anos no mercado, a Palazzo vem conquistando cada vez mais reconhecimento. A Expo Revestir de 2018 revelou muitas novidades e, para 2019, vamos trazer um portfólio ainda maior. Ano após ano, investimos em inovação tecnológica para oferecer produtos em sintonia com as principais tendências e, principalmente, que atendam às necessidades de nossos clientes”, afirma Antônio Bogo, diretor e fundador da Palazzo.

Confira dois lançamentos da Palazzo para a Revestir 2019:

Agave / Linha Lore - Com formas dinâmicas e textura lisa, este revestimento 3D possui uma volumetria sutil com inspiração no formato único dessa planta nativa do México, que dá nome à peça. Linhas bem definidas e espessura menor fazem desse revestimento cimentício uma peça mais leve, elegante e de fácil instalação. Perfeito para paredes internas e externas, estará disponível na cor branca, que ainda possibilita a pintura. Dimensões: 50cmx50cm.

Aresta / Linha Palazzo - Na edição 2018 da Expo Revestir, os elementos vazados foram uma atração à parte no estande da Palazzo. Por isso, em 2019, a marca traz mais uma novidade: com o desenho em triangulações e trapézios, de formas precisas e proporções mais ousadas, o Aresta chama a atenção por suas dimensões. A peça, de medida 1mx1m, esboça um novo conceito. Ao atrelar funcionalidade e estética, o produto revela menor espessura e peso. A tecnologia empregada na fabricação garante alto grau de resistência, abrangendo a utilização em ambientes internos, e em fachadas de grandes proporções. O produto está disponível na cor grafite, e possibilita pintura.

Há 12 anos no mercado nacional, a Palazzo está localizada em Corupá, SC, que investe em soluções de revestimentos para pisos e paredes, de áreas internas e externas, e que busca atender todas as necessidades dos clientes, sejam residenciais ou corporativos. A empresa aposta tanto em produtos para uma arquitetura mais clássica e delicada quanto para projetos mais industriais e modernos, em que o concreto agrega um ar urbano, aliado à praticidade na logística e na aplicação dos materiais.

PORTINARI

Uma das maiores empresas de revestimentos cerâmicos do Brasil, a Portinari, apresenta, na Expo Revestir, nova categoria de produtos: o Pietra Portinari Prime – porcelanato técnico com design de alta performance. A categoria conta com cinco novas coleções, que, além da alta durabilidade e resistência, possuem tecnologia de impressão digital.

"Com esses lançamentos, trazemos ao mercado nova tecnologia que permite a impressão digital, também, em porcelanatos técnicos, algo inédito no Brasil", revela Gelcy Torquato, diretor de Marketing da Portinari.

Resultado de uma série de investimentos em pesquisas e equipamentos, os produtos, indicados para uso em locais de alto tráfego, como ambientes comerciais, são inspirados em pedras naturais, como o mármore e o granito. "Os benefícios e vantagens técnicas do Pietra Portinari Prime são muitos. Ao contrário das pedras naturais, o produto é altamente resistente e se destaca pela beleza, durabilidade e alta resistência", explica Torquato.

A nova tecnologia permite unir, em um mesmo produto, a superfície polida, o design de alta definição e a resistência superior. Para isso, foi criado novo processo de impressão digital, que penetra no corpo do produto, tingindo a massa porcelânica em profundidade. "Além de design e cores aplicadas nas peças, o brilho e o reflexo também são destaques nos lançamentos", afirma Torquato, dizendo que essas novas coleções chegam para atender à demanda existente no mercado, a de produtos de alto tráfego com design, levando sofisticação a mais ambientes.

Além dos porcelanatos polidos, essa nova categoria de produtos traz, também, peças com acabamentos natural e antiderrapante, diferencial que o torna solução completa para ambientes internos e externos. Agora aeroportos, shoppings, hospitais, auditórios, hall de edifícios, magazines, supermercados, lojas de departamento, padarias, salão de beleza, entre outros estabelecimentos, podem ter o tão apreciado reflexo, brilho e delicadeza visual, ao mesmo tempo que podem contar com a mais alta resistência e durabilidade.

Coleção Artemis - A pedra ágata, quando cortada ao meio, traz à tona brilho, transparência e linhas que evidenciam delicados desenhos. Essa foi a inspiração para a criação dessa coleção, que reproduz detalhes dessas pedras. Além do uso em paredes e chão, as peças da Artemis podem ser lapidadas e exploradas em grandes e requintadas bancadas com um acabamento uniforme e perfeito. Medidas disponíveis: 60cmx120cm e 90cmx90cm

Coleção Granite - A coleção Granite é inspirada nos conhecidos granilites, feitos de uma massa de cimento com pedaços de pedras, como o mármore. O granilite se assemelha ao

NORTON

SAINT-GOBAIN

Reshaping your world™

NOVA LINHA DE

SELANTES E ADESIVOS

AGORA SEUS CLIENTES PODEM CONTAR COM A NORTON TAMBÉM PARA **VEDAR, COLAR E CONSERTAR** O QUE PRECISAREM, E VOCÊ TEM UMA NOVA OPÇÃO PARA VENDER MAIS. **PEÇA JÁ AO SEU VENDEDOR!**

VEDE, COLE E CONSERTE COM NORTON

SAIBA MAIS AQUI.

www.nortonabrasives.com

Norton Abrasivos

SAINT-GOBAIN

cimento queimado, e ganha resistência por causa dos minérios na sua composição. O produto pode ser instalado em ambientes internos de alto tráfego, e no acabamento hard em espaços externos. Medidas disponíveis: 90cmx90cm

Coleção Palazzo - Assim como os palácios, as peças dessa coleção se destacam por suas grandiosidades e nobreza. A coleção traz quatro reproduções de mármores (Statuário, Covelano, Marble Grey e Travertino), com designs jamais vistos em porcelanatos técnicos. Medidas: 60cmx120cm e 90cmx90cm

Coleção Venezia - Inspirada nos terrazzos venezianos, típico pavimento de Veneza, a coleção traz peças que fazem alusão à mistura do mármore e pedra, com granulados finos de minerais. "Venezia faz parte da coleção de porcelanatos técnicos de alta performance, com design único e impressão digital. Nessa técnica, a tinta penetra no produto, tingindo a massa porcelânica em profundidade", comenta Gelcy Torquato, diretor de Marketing da Portinari. Os produtos podem ser explorados em grandes centros comerciais, com a vantagem de baixa manutenção, alta resistência a peso e a manchas. Medidas: 90cmx90cm

A Cerâmica Portinari faz parte da Cecrisa Revestimentos Cerâmicos S.A, uma das maiores empresas de revestimentos cerâmicos do Brasil. Fundada em 1970, a empresa possui um dos mais completos portfólios de produtos do mercado, com coleções inovadoras, desenvolvidas com alta tecnologia e pesquisa, que garante ao consumidor produtos de alta qualidade e com diferencial em design.

PORTOBELLO

Para o gerente de Trade Marketing da Portobello, Everton Vitor Sobrinho, a Revestir é um dos maiores eventos de negócios do segmento da América Latina. "Por ser uma marca voltada ao consumidor, ao especificador e ao cliente, nossa missão é a de levar o melhor da inovação, promovendo tendências e colaborando com o sucesso em vendas do nosso cliente revendedor, franqueados, construtoras e clientes de outros países que passam pela feira", declara.

Segundo o executivo, "a loja é o templo da experiência com a marca para os consumidores. É onde tudo acontece. E, quanto melhor essa experiência em loja, melhor será o resultado do cliente com nosso produto em sua obra". Ele explica que a exposição do PDV é criada, exatamente, para ampliar essa experiência, trazendo o que há de melhor em paginações, opções de uso, soluções e inovações para que os clientes tenham tudo que há de melhor do segmento em sua obra. "Um bom exemplo disso são nossos showrooms, que proporcionam um portfólio bem exposto, que possibilita analisar cores, materiais e texturas, além de uma experiência completa com o PDV 360º, uma ferramenta digital em loja que garante visão ampliada do consumidor em ambientes paginados de todo o portfólio da marca no PDV."

Vitor Sobrinho destaca a linha Malibu, que interpreta a atmosfera litorânea da Costa Oeste americana em reproduções de slates, que são rochas formadas em camadas de quartzo, para ambientes externos e áreas de lazer. A luz natural única da Califórnia inspirou a cartela com tons do mar e da terra em formatos para varandas, muros, bordas e interiores da piscina. Malibu traduz um jeito de ser, uma forma de integrar arquitetura e natureza.

SANTA FÁBRICA DE LADRILHOS

A Santa Fábrica de Ladrilhos, do grupo Villagres, sempre atenta às tendências de mercado, apresenta uma nova linha, que promete trazer a sensação de férias durante todo o ano. A coleção Caribbean, criada em homenagem ao clima tropical, traz vários tons de azul, inclusive, o turquesa, impresso num porcelanato de 25cm x 25cm, com relevo que remete às ondas e à superfície brilhante do oceano. As peças são produzidas de porcelanato com tecnologia digital full HD (alta definição) e estão disponíveis em oito diferentes faces, o que proporciona uma brincadeira com as cores, principalmente quando utilizadas no interior de piscinas. O ladrilho é indicado tanto para interior de piscina quanto ambientes internos de alto tráfego.

Além da piscina, o ladrilho, também, pode fazer sucesso em ambientes internos, trazendo um ar de frescor e sofisticação. O arquiteto Diogo Viana ousou na escolha do piso de uma casa de vidros e o resultado foi maravilhoso. "A linha agregou personalidade e tranquilidade, combinando o ambiente externo e permitindo com o que a natureza tivesse ainda mais evidência na casa" comenta o arquiteto.

SOLARIUM

Quatro lançamentos assinados e uma releitura são as novidades da Solarium Revestimentos para a Expo Revestir 2019. Para esta edição da Feira, duas linhas concebidas por Zanini de Zanine e duas, também, com a assinatura de Rodrigo Ohtake, na primeira parceria com a marca. Além dessas, a Solarium apresenta o piso Arena, a partir das clássicas linhas

Newsand e Solo Levigato.
Zanini vem com os cobogós V e Plano – este, uma novidade, é prensado, tem acabamento mais rústico e volume em apenas um lado, o que facilita a produção e deixa o preço mais competitivo.
Rodrigo Ohtake apresenta as linhas Athos e Escape, pensadas a partir de linhas simples e fluidas, com traços que dão continuidade ao movimento.
"Seguimos com o nosso propósito de sempre valorizar o trabalho dos designers brasileiros", explica Cristiano de Souza Gomes, diretor comercial da empresa. "Zanini já é nosso parceiro, e, neste ano, Rodrigo passa a fazer parte do nosso time de talentos", comemora.
A Solarium Revestimentos é uma indústria brasileira fundada em 1996, que trabalha com linhas de produtos cimentícios, atérmicos e, ecologicamente corretos. Um dos destaques do trabalho da empresa é o conceito de produtos assinados e a valorização do design nacional, com produtos concebidos por um time de 13 renomados criadores brasileiros. Com três fábricas no Brasil, exporta para todos os continentes e tem pontos de venda específicos nos Estados Unidos, Peru, Paraguai e Uruguai.

CEJATEL

A Cerâmica CEJATEL segue otimista com o mercado nacional e internacional e atendendo às demandas por grande formato, lança na Feira Revestir a mais nova Linha de Produtos: Raffinato 60cmx120cm e 30cmx120cm Retificados. Com esses produtos, a empresa espera atingir um novo público, obter um novo conceito, uma vez que estes formatos são novidades no processo de moagem "via seco". Incialmente, a empresa oferecerá produtos amadeirados e cimentícios.

UNIGRÊS

As apostas da Unigrês para o ano estão nos altos-relevos e nos formatos maiores. Com design arrojado e ousado, o formato 45cmx92cm é aposta da marca na Revestir em 2019, pois é o maior formato via seca do Brasil. Com a finalidade de criar vários cenários, essa linha Premium agrega tecnologia à estética decorativa, além de possuir ótima resistência, são aplicados em diversos tipos de ambiente, agregando mais valor e sofisticação ao ambiente. O revestimento está sempre em alta na decoração, ajudando a conferir personalidade e estilo a qualquer ambiente. Tendência na decoração em revestimentos, as superfícies em alto-relevo são outra aposta da Unigrês. Sofisticados e modernos, esses modelos são impressos na máquina digital, gerando grande variedade de estilo, permitindo que sejam utilizados em diversos espaços. Com conceitos vintages, modernos, geométricos e metalizados, os alto relevos oferecem infinitas possibilidades.

VIA ROSA

Escolha nobre para o revestimento de pisos e paredes, o porcelanato dispõe de diferentes acabamentos de superfície para se adequar às necessidades de cada ambiente do lar. É o caso dos porcelanatos polidos, que recebem polimento especial na superfície, o que garante brilho extra às peças. Reconhecida pelas inovações industriais, a ViaRosa Porcelanato, desenvolveu a nanotecnologia VR UltraShine para lançar sua coleção de porcelanatos polidos. Além do brilho superior ao convencional, as peças apresentam maior resistência às manchas.
Fabricadas no formato 71cmx71cm com bordas retificadas e superfície plana, as peças polidas podem ser aplicadas em pisos de ambientes internos, além de poder revestir, também, paredes. Com padrões inspirados em pedras, mármores e superfícies rústicas, os lançamentos atendem a diferentes estilos com elegância e personalidade.
"A Revestir é fundamental dentro da nossa estratégia de negócios, certamente porque nos oferece a chance de apresentar novidades e dialogar com os principais players do mercado. Acreditamos em uma gradual retomada no mercado e a feira, por certo, será um termômetro dessa expectativa", afirma Luiz Fernando Ortigossa Filho, diretor de marketing do Grupo Lef.

JATOBÁ PASTILHAS

A Jatobá Pastilhas está presente no mercado de revestimentos há mais de 70 anos. É reconhecida por lojistas e especificadores como uma das maiores e mais importantes empresas do segmento de pastilhas de porcelana. Com mais de 60 milhões de m² já produzidos, a Jatobá Pastilhas faz parte da arquitetura brasileira com produtos instalados em obras emblemáticas como edifício Martinelli; viaduto Santa Ifigênia; edifício Banespa; prédio da Bienal e igreja da Pampulha, entre outras que atestam a qualidade e durabilidade da marca. Para atender a seus clientes em todo o Brasil, a Jatobá Pastilhas conta com duas fábricas em Vinhedo (SP) que empregam mais de 300 funcionários. Para atender revendas, lojas especializadas, home centers e projetos de engenharia, a empresa conta com uma equipe de mais de 70 representantes comerciais e também com um departamento totalmente dedicado ao desenvolvimento de paginações personalizadas com pastilhas. O destaque da Jatobá para o mercado de revestimento cerâmico é a Linha Gurin, inspirada na beleza das

pedras Hijau, vindas da Indonésia. A linha traz o mesmo acabamento da pedra natural com a vantagem da baixa absorção que a pastilha de porcelana oferece. Indicada para piscina, a Linha Gurin está disponível em duas tonalidades e duas miscelâneas, sendo possível criar uma alta variação de tons. O formato das pastilhas é de 5cm x 5cm, com PEI 3 (resistência à abrasão). A linha pode também ser utilizada para piso, parede e fachadas.

A orientação aos lojistas é manter os produtos organizados, limpos, precificados, ao alcance visual dos consumidores e sempre que possível com composições que enriqueçam as possibilidades de escolha.

Por isso desenvolveram alguns modelos de expositores e mostruários que visam facilitar a demonstração das pastilhas cerâmicas nos pontos de venda. Eles são desenvolvidos para acomodar uma única linha ou as diversas opções de formatos, cores e acabamentos. Os tamanhos e modelos dos expositores são variados para atender diferentes necessidades (lojas especializadas, home centers ou lojas de menor parte).

A Jatobá Pastilhas também oferece uma série de materiais de apoio ao ponto de venda, como catálogos dos produtos, banners e folhetos, além de treinamentos aos vendedores, sempre que solicitados.

VILAGRES

O coordenador de Marketing da Vilagres, Gustavo Cardoso, revela o otimismo da empresa com a retomada da economia. "Inclusive estamos investindo na expansão de nosso parque fabril, serão aproximadamente 50 mil metros de aplicação. Nosso objetivo com essa ampliação é qualificar ainda mais o portfólio de produtos, focando, principalmente, na produção dos grandes formatos 90x90cm, 108cmx108cm e 26,5cmx138cm", anuncia. Em destaque nas linhas de produtos, Cardoso ressalta as linhas Marmo Nero, Artesa e City.

Ele afirma que a equipe de desenvolvimento está sempre alinhada com o que acontece em tendência pelo mundo. "Somos muito criteriosos na avaliação e tradução de forma assertiva para o mercado nacional. Nossas parcerias com estúdios italianos e equipe interna de designers nos permitem lançar produtos exclusivos, com mais qualidade e melhor custo x benefício", continua.

O coordenador lembra que a Villagres atende cada cliente de forma exclusiva e de acordo com sua necessidade e espaço. "Sempre que possível, orientamos os PDVs a expor nossas peças em painel paginado. Temos porcelanatos com "faces", texturas e tamanhos diferenciados que se destacam no mercado. A paginação destas faces é o que chama atenção do consumidor."

DURATEX

Alinhada com as principais tendências do mercado e inspirada pelas necessidades dos seus diversos públicos, a Duratex desenvolveu produtos que unem design e inovação e apresenta as novidades na Expo Revestir 2019. São seis novos padrões de pisos Durafloor: dois pertencem à linha de vinílicos Inova e outros quatro que fazem parte de uma nova linha de pisos laminados, denominada Street. Com uma essência ousada e criativa, a linha possui o substrato Ultra, contando com maior proteção contra umidade. A originalidade dos seus padrões tem como objetivo multiplicar as possiblidades para compor ambientes únicos e aspiracionais.

Da linha Street, destaca-se o Verona. Inspirado pelo romantismo da cidade italiana conhecida por ser o cenário da peça Romeu e Julieta, de William Shakespeare. O padrão lembra um tecido desgastado estampando por formas orgânicas de flores e folhas. O padrão Agra traz o arrojo como marca principal. Em dois tons de cinza, o piso confere aos espaços uma sensação de urbanidade e modernidade. Suas cores, associadas à ousadia da estrutura geométrica, contribuem de maneira única na criação de espaços com efeitos exclusivos, mantendo a facilidade da instalação do piso laminado. Com tonalidade aquecida, Hong Kong, outro padrão da linha Street, reproduz as características de um tapete envelhecido, proporcionando as sensações de conforto, aconchego e harmonia. Equilibrando tecnologia e tradição, Hong Kong inspira a criação de locais conectados com a necessidade atual das pessoas de viverem em espaços que estimulem a paz interior e a conexão com as suas histórias. Inspirado no estilo das casas antigas presentes nas colônias europeias, cuja característica principal era a sobreposição de tintas, o padrão Moscou parte do conceito da madeira que sofreu a influência do tempo e do desgaste natural. Suas marcas indicam as diversas transformações da superfície como se um artesão tivesse lixado as tábuas, eliminando algumas camadas de tinta e revelando os tons de cinza e bege. Essa união de estilo e tradição proporciona ambientes rústicos, mas com um toque de elegância.

Durafloor - O piso laminado Durafloor é um revestimento com ampla variedade de padrões que trazem beleza para qualquer ambiente, além de durabilidade e facilidade de instalação. Ao todo, o Durafloor dispõe de sete linhas, além de uma coleção completa de acessórios para acabamento e instalação. Entre elas, destacam-se as linhas que remetem às características da madeira natural que, além da elegância, combinam com quase todos os tipos de decoração além da vantagem de deixar os ambientes mais aconchegantes.

Durafloor Unique - Com desenhos contínuos e réguas mais largas, a linha Durafloor Unique apresenta um sistema de en-

DISCOS DE CORTE DIAMANTADOS

Alta performance e excelente acabamento!

Sempre utilize equipamentos de proteção individual VONDER

www.vonder.com.br

Tenha um mix completo em sua loja!
Trabalhe também com os Cortadores Manuais de Cerâmicas e Azulejos VONDER!

Assista aos vídeos e siga a VONDER nas redes sociais!

/vonderferramentas

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

09 a 12 ABRIL 2019 *Visite o nosso stand* **Rua Principal (F)** **FEICON BATIMAT**

É bom trabalhar com

vonder®

Maior produtividade, precisão e durabilidade no trabalho profissional! ***A escolha é sua e a qualidade é VONDER!***

caixe único que proporciona finalização perfeita do acabamento. A exclusiva tecnologia Endless Beauty garante a junção entre os topos das réguas e cria a sensação de continuidade dos pisos, assim como os longos e nobres assoalhos de madeira, que tornam os ambientes mais aconchegantes e elegantes.

Durafloor Nature - A linha Durafloor Nature une a beleza do estilo natural ao que há de mais avançado em tecnologia para pisos laminados. A coleção possui textura rústica que, aliada às cores e aos padrões, dão um toque orgânico tanto em ambientes residenciais quanto comerciais.

Durafloor Studio - Com seis opções de padrões de madeira que reproduzem veios e nós que se assemelham à madeira maciça, a linha de pisos laminados Durafloor Studio conta com uma paleta de cores contemporânea que proporcionam o equilíbrio perfeito entre o moderno e o tradicional.

Duraflor Ritz - No Durafloor Ritz, os padrões apresentam textura linheira e cores suaves, deixando os ambientes agradáveis e descontraídos.

Todos os pisos laminados Durafloor contam com o Super Click, sistema que não necessita do uso de cola e que garante uma instalação rápida e sem sujeira. Além disso, podem ser aplicados diretamente sobre a maioria dos pisos, tais como, concreto, cerâmica ou porcelanato.

CEUSA

Como a inovação é um dos pilares da marca Ceusa, a empresa reforça a presença dos porcelanatos em grandes formatos. Destaque para a linha Large, com os maiores tamanhos de porcelanatos do mercado, em mármores de 3,20m e madeiras de 2,0m de comprimento, que vem para se consolidar no ano que inicia, seja na aplicação tradicional, seja como protagonista no acabamento de móveis e fachadas. Traduzir as aspirações individuais de conforto, levando sempre em conta as cores, texturas e formatos variados, onde a imponência visual é revelada sob diversas formas e linguagens estéticas. Desta forma, a Ceusa trabalha o conceito "Cada casa é um caso", onde o desenvolvimento dos produtos vem inspirado nas quatro estações do ano e todas as sensações que cada uma delas representa. São instantes, estações, regiões e hábitos refletidos em tramas, laços, abraços, experiências e sensações, sempre dentro de um ciclo, pontos sem nós, afinal, cada casa é um caso. Tudo isso resulta numa riqueza de combinações harmoniosas, com visual rico e complexo, ousadia cromática e de padrões. Pensados e criados nesse conceito, cada produto está distribuído nos escaninhos do nosso tempo. Para o conceito de verão os produtos trilham a estética natural e imperfeito, com a linha de mosaicos. Nesse segmento, as novidades são os Mosaicos. Era e o Trama Lisboa. Dois produtos com assinatura de grandes arquitetos, o primeiro pela catarinense Juliana Pippi, e o segundo por Osvaldo Tenório. Para o conceito Inverno tem a linha dos tecnológicos, com produtos que levam a marca da vanguarda no design, como o Dotz, com belos detalhes metalizados no alto relevo feitos a partir da aplicação exclusiva da marca de metal em impressão digital, e os geométricos Louvre e Logan. Nesses produtos a Ceusa reforça a pegada da inovação, com relevos que chegam a 9 mm de profundidade, os mais profundos em porcelanatos do mercado. Para 2019, a Ceusa segue reforçando o design próprio, invadindo todos os ambientes da casa. Os revestimentos têm ainda a capacidade de ampliar os espaços e criar diversas sensações. A paleta de cores segue a tendência, já percebida, nos grandes lançamentos das feiras de design e moda, com muita variedade e nuances de tons, sempre buscando o inusitado, desafiando os conceitos

DELTA PORCELANATO

Como maior evento de soluções em acabamentos da América Latina, a Delta Cerâmicas entende o grande potencial da Expo Revestir para demonstrar toda tecnologia, design e inovação dos seus produtos, além da excelente oportunidade para se relacionar com clientes, lojistas, especificadores e formadores de opinião. A feira se mostra sempre na vanguarda de seu tempo e traz as principais referências nacionais e mundiais, sendo o cenário perfeito para introdução e exposição de novos produtos.

"Acreditamos na capacidade do segmento da construção civil frente ao mercado, e seguimos obstinados pelo melhor, utilizando a qualidade como principal matéria-prima.

Continuamos como marca cerâmica líder em pulverização no mercado, através de exposições em displays, gôndolas, painéis e showrooms, cada qual dentro da realidade do ponto de venda em que atua, de forma adaptável, versátil e sem perder as características técnicas e diferenciais de cada porcelanato Delta", explica Claudia Perin Mubarec, coordenadora de Marketing da Delta Porcelanatos. A empresa apresenta Porcelanatos Técnicos com impressão digital, com muita resistência ao tráfego, maior defesa de ataque química.

LORENZETTI

VENHA NOS VISITAR NA EXPO REVESTIR

2019

A FASHION WEEK DA ARQUITETURA & CONSTRUÇÃO
TRANSAMÉRICA EXPO CENTER - 12 A 15 DE MARÇO
LOCALIZAÇÃO: PAVILHÃO D - RUA 24 - STAND 2444

FORMAS
CORES
DESIGN

0800 015 02 11 www.lorenzetti.com.br lorenzettioficial

POR ROBERTO FERREIRA / FOTOS FABIO ANDRADE E DIVULGAÇÃO

Um tour pelos melhores produtos

PISOS E REVESTIMENTOS FRIOS, REJUNTAMENTO E ARGAMASSA

PISOS E REVESTIMENTOS CERÂMICOS

Cereja do bolo. É assim que muitos lojistas definem os produtos cerâmicos para pisos e revestimentos. E mostramos! Com exceção das lojas pequenas, que não têm espaço físico para apresentação, o home center Tupan, com lojas em Recife e Maceió; a loja de porte grande da rede Yabiku, na Zona Sul de São Paulo; e a rede Portobello Shop, que tem 140 lojas em todo o Brasil, comprovam que o mercado, para eles, está muito bom.

BEM-VINDO AO MUNDO DOS SONHOS

Ao entrar em uma Portobello Shop, o cliente é acolhido pelo conceito Design Experience, que propõe uma experiência revolucionária para cada um e é focado na inovação e na interação. Porque ele tem, à disposição, ambientes reais com produtos assentados que poderiam, perfeitamente, estar na casa dele, facilitando a visualização. E, para tornar a compra ainda mais personalizada, a Portobello Shop dispõe de recursos tecnológicos a fim de facilitar a escolha pelos produtos ideais a cada projeto.

Primeiro, a televisão touch promove uma verdadeira imersão no portfólio exclusivo da Portobello Shop. E, para provar que inovação é o que move a companhia, há, também, as estações de Realidade Virtual, que permitem a cada cliente a experiência sensorial de projetos e produtos. Além disso, a empresa disponibiliza o aplicativo Portobello, que lê o QR code de cada revestimento, e apresenta fotos, inclusive, ambientadas, e todas as informações técnicas, que ajudam a escolher o mais indicado para cada uso.

O conceito Design Experience vai muito além da experiência de compra. Ele contempla ainda o compromisso da companhia com a sustentabilidade e a logística de entregas programadas, que se une aos serviços especializados disponibilizados pela rede, como atendimento especializado e medição de obra. Outra novidade da rede é a Officina Portobello, que transforma os porcelanatos planos em móveis e objetos, levando-os a uma nova dimensão, valorizando a maestria artesanal em conjunto com a tecnologia de ponta visando a personalização. Os arquitetos Ruy Ohtake e Jader Almeida assinam algumas linhas de móveis e soluções inovadoras. São bancadas, cubas, módulos e peças de apoio, que oferecem opções para toda a casa, es-

pecialmente os banheiros. Além disso, a Officina Portobello traz acabamentos para churrasqueiras, lareiras e escadas, entre outros, bem como itens de decoração, como floreiras, cabideiros e castiçais e os mosaicos da linha Forma, que levam o porcelanato às áreas sociais dos projetos. Soluções completas em um único endereço: a Portobello Shop.

Fundada em 1979, a Portobello, líder em revestimentos na América Latina, motivada pela necessidade de oferecer ao mercado soluções completas em um só lugar, criou a Portobello Shop em 1998. Atualmente, são 140 lojas em todas as regiões do país, que oferecem serviços diferenciados, possibilitando aos arquitetos e aos designers de interiores a criação de ambientes inovadores.

José Gonçalves Júnior, diretor da Portobello Shop, está há seis anos na direção da empresa. "Estamos em momento de crescimento, mas não queremos aumentar a quantidade de lojas franqueadas simplesmente para ter maior número, e, sim, aumentar a qualidade, com lojas diferenciadas que possam proporcionar o desejo do cliente", conta.

Os grandes clientes da rede são arquitetos e decoradores, recebidos em ambientes reais, montados nas lojas, para que possam mostrar, aos seus clientes como ficará o ambiente que projetou.

"Muitas vezes, os clientes, levados pelos arquitetos às nossas lojas, querem o banheiro, por exemplo, exatamente igual o composto na loja. Isso mostra a preocupação que temos em valorizar as nossas peças", conta Gonçalves.

O diferencial das lojas são os ambientes, e, isso, não é problema para os três formatos de lojas que a Portobello Shop apresenta aos franqueados. "Temos as Super Shop, com áreas que vão de 600m² a 900m², ou mais; a Tradicional A, de 300m² a 700m², e a Tradicional B, de até 300m²", explica. "Nosso público-alvo é das classes A e B1, diferentemente de alguns anos atrás, que era, essencialmente, AA. Isso mostra que o revestimento cerâmico caiu no gosto de todas as classes sociais", comenta.

O que muda no formato das lojas é a possibilidade de ter poucos ou muitos ambientes, porque os produtos em exposição são os mesmos.

"Além disso, todas as lojas têm óculos 3D, que permitem, ao cliente, visualizar os mais de 1.200 produtos que comercializamos, em vários ambientes", diz.

Os produtos oferecidos nas lojas Portobello Shop são diferentes dos encontrados nas grandes redes de home centers ou nas lojas que vendem revestimentos cerâmicos, pois 80% dos nossos clientes são arquitetos. "Não se trata de qualidade inferior, mas, sim, um diferencial das nossas lojas. Para os nossos clientes lojistas, temos produtos com custo um pouco mais baixo a fim de que possam concorrer com produtos similares oferecidos por outros fabricantes." Para aproximar, ainda mais, os arquitetos, a Portobello Shop realiza várias ações, como levar grupos em viagens inspiradoras, que já aconteceram para a Islândia, Dinamarca e Alemanha. "Essas viagens inspiradoras trazem insights para nós, e algumas linhas de produtos foram criadas por muitos desses insights", conta.

As lojas Portobello Shop não trabalham com estoque. As encomendas são entregues a partir de Centros de Distribuição localizados em São Paulo, Rio de Janeiro, Paraná, Centro-Oeste e Sul. "O que possibilita, ao franqueado, ter bastante agilidade na entrega dos produtos e, também, não se preocupar com estoque. Como trabalham com produtos diferenciados, podem vender quantidades pequenas ou grandes, dependendo do cliente", explica.

A preocupação com o bom atendimento é tão grande que a Portobello Shop tem cadastro com vários profissionais treinados pela empresa para realizar o assentamento dos revestimentos. "É muito importante fazer a formação desse profissional para que o resultado final seja satisfatório à Portobello e o profissional acaba sendo um multiplicador de opinião dos produtos", fala Gonçalves.

O crescimento e a rentabilidade da rede de lojas Portobello Shop podem ser medidos pelo desempenho comercial. "Hoje, o faturamento da Portobello Shop representa 1/3 do faturamento da Portobello, ou seja, é um ótimo negócio para a empresa e para os franqueados. Em janeiro deste ano, registramos crescimento de 2%, em relação ano passado, e 7% de crescimento em relação ao mesmo mês de 2017", finaliza, orgulhoso, José Gonçalves Junior, um mineiro de 56 anos, casado, com 3 filhas, que trocou São Paulo, por Florianópolis.

"Estamos em momento de crescimento, mas não queremos aumentar a quantidade de lojas franqueadas simplesmente para ter maior número, e, sim, aumentar a qualidade, com lojas diferenciadas que possam proporcionar o desejo do cliente"

JOSÉ GONÇALVES JÚNIOR, diretor da Portobello Shop

POR EDER PATRIOTA

A VEZ DO NORDESTE

Uma das maiores redes de home center do Nordeste, a Tupan, mostra como trabalha o setor de pisos e revestimentos em suas lojas nos estados de Pernambuco e Alagoas

Uma das maiores redes de homes centers na Região Nordeste, a Tupan com 35 anos de existência, sediada no município de Serra Talhada, no sertão pernambucano, e com lojas em Serra Talhada (3), Caruaru (1), Recife (2) e Maceió (1), comercializam milhares de materiais de construção dos melhores fabricantes existentes no setor e geram cerca de dois mil empregos nos estados de Pernambuco e Alagoas.

Conforme a coordenadora de Marketing da Tupan, Suzana Serafim, as principais marcas de pisos e revestimentos cerâmicos, comercializadas na empresa, são as seguintes: Elizabeth, Pamesa, Pointer, Biancogres, entregues pela frota própria, de forma rápida e eficiente, a todos os clientes.

Ainda, segundo a coordenadora, os produtos são expostos nas lojas com base nas iniciativas do setor de Trade Marketing, o qual se encarrega de desenvolver soluções inteligentes para a exposição dos produtos em loja, de forma a garantir que estejam acessíveis à visualização e ao manuseio dos clientes. "O setor de pisos e revestimentos é um setor-chave, de extrema importância para o nosso negócio, então, recebe cuidado e carinho redobrados. As peças ficam expostas nas áreas interna e externa da loja. Na área interna, temos showrooms com peças aplicadas em cenários que simulam ambientes como quartos, salas, banheiros, entre outros. Esses cenários dão uma "mãozinha" à imaginação dos nossos clientes, que conseguem, então, visualizar o que estão vendo nas próprias casas. Esses ambientes são feitos para encantar", explicou.

Em relação ao relacionamento com os arquitetos, Serafim diz que o mix de produtos das lojas está cada vez mais amplo, e não apenas no que se refere ao setor de pisos e revestimentos. "Hoje, contamos com ampla linha de produtos nos setores de iluminação, louças, utilidades, entre outros, e, isso, tem atraído mais os arquitetos para as nossas lojas, já que, além de variedade, também, contamos com atendimento especializado e preços competitivos. Em parceria com a TV Jornal, levamos ao ar o programa TV Mãos à Obra, que dá dicas importantes sobre reforma, construção, decoração, DIY, entre outros. Convidamos alguns arquitetos para compor alguns quadros desse programa. Eles adoram participar. O programa vai ao ar todos os sábados, a partir das 9h30 da manhã. Para este ano, temos outros planos com o objetivo de nos aproximar ainda mais desses profissionais e os divulgaremos em breve", afirmou.

Sobre os diferenciais da Tupan, em relação aos concorrentes, Suzana diz que a empresa conta com oito lojas de varejo concentradas em Pernambuco, Recife, e cidades do interior, além de loja em Maceió, AL. “Isso nos permite conhecer bem os mercados pernambucano e o alagoano e oferecer a esses povos soluções, cada vez mais completas, no segmento home center. Contamos com um time de vendas preparado tecnicamente, e que é apaixonado pelo que faz. Nossos preços são os mais competitivos e, isso, o cliente já sabe. São 35 anos de história”, justificou.

Por fim, Suzana Serafim afirma estar animada, para o ano que começou. “Creio que será um ano bastante positivo, pois os indicadores econômicos vêm melhorando e o endividamento do brasileiro está diminuíndo, contribuíndo para o aumento do consumo de milhares de produtos”, finalizou.

“O setor de pisos e revestimentos é um setor-chave, de extrema importância para o nosso negócio, então, recebe cuidado e carinho redobrados. As peças ficam expostas nas áreas interna e externa da loja. Na área interna, temos showrooms com peças aplicadas em cenários que simulam ambientes como quartos, salas, banheiros, entre outros. Esses cenários dão uma “mãozinha” à imaginação dos nossos clientes, que conseguem, então, visualizar o que estão vendo nas próprias casas. Esses ambientes são feitos para encantar.”

SUZANA SERAFIM, coordenadora de Marketing da Tupan

CONSUMIDOR QUER **BRILHO**

"O nosso cliente, apesar de ser das faixas mais baixas, é muito exigente. Notamos que chega na loja com celular e fica pesquisando em várias lojas para negociar o preço e verificar o produto", conta Auro Sandro Russo Yabiku, 37 anos, diretor Operacional da rede de lojas Yabiku, com 5 lojas na Zona Sul de São Paulo e uma em Diadema. Auro diz que seu público comprador é das classes C/D, mas compram muito porcelanato, porque gosta de brilho, então, vendemos mais porcelanato, que é polido. E os nossos clientes de classe mais alta, alto padrão, preferem o do produto acetinado. Acho até engraçado", conta Auro.

Pisos e Revestimentos é um segmento em que a Yabiku investe muito. "Há uns 5 anos, a Yabiku trabalhava com todas as marcas do mercado, comprando um pouco de cada, e não tínhamos muita força junto aos fornecedores; resolvemos concentrar mais nos produtos do Grupo Formigrês, que tem uma linha grande de produ-

tos, então, compramos uma grande quantidade deles, todos os meses, e temos força para brigar pelo melhor preço. O consumidor vai sair ganhando", explica Auro. E, complementa, dizendo que a cerâmica base vermelha está com muita qualidade e, por isso, está vendendo muito bem nas lojas.

O diretor informa que, muitas vezes, o cliente não consegue imaginar como o piso vai ficar instalado na própria casa. "Hoje, ele tem acesso à Internet, mas não tem recursos para ver outros programas de exposição. Então, o nosso vendedor tem que passar a emoção para o cliente. A compra do porcelanato pelos clientes é a realização do sonho de ver a casa bonita, com um piso que se destaca. Os nossos vendedores precisam ter o perfil para vender acabamento, pois o cliente quer ajuda. A maioria das obras realizadas em nossa área de atuação não demanda o acompanhamento de um arquiteto, por isso, o vendedor é muito importante para atender e orientar o cliente na hora da compra", ressalta.

Apesar de o cliente da rede de lojas ter poder aquisitivo mais baixo, a Yabiku não trabalha com pisos com defeito, fora de linha ou pouco comercial. "Quando fazemos uma promoção é por conta de baixar a nossa rentabilidade ou graças a boa negociação com o fornecedor, nunca por causa de peças com defeitos ou segunda linha. Ou seja, é uma marca da Yabiku: trabalhar desde os produtos de entrada até os de grife", relata.

Hoje, o setor de revestimentos cerâmicos representa o maior faturamento das lojas e a maior lucratividade, o que ajuda muito no fluxo de caixa, e, também, onde você tem o maior alongamento no prazo de pagamento, comenta Auro. "Tíquete médio da rede é de R$ 60,00, o que é muito bom."

E explica que o trabalho que tem para vender um piso de R$ 9,00, no caso cerâmica vermelha, até o porcelanato de R$ 100,00 o m² é quase o mesmo, daí a importância do vendedor. A Yabiku tem um CD com 6.500m² de área que possibilita a estocagem e a logística de venda dos vários produtos.

"Este é um diferencial que temos. As lojas não precisam ter estoque, pois o pedido é entregue a partir do nosso CD, também na Zona Sul. O frete fica mais barato e o cliente recebe sua compra em, até, 24 horas.

A estocagem é a mesma. Então, o custo que temos de retirar do CD e entregar é o mesmo.

Um dos pontos que a Yabiku está trabalhando é na apresentação de pisos e revestimentos. "Antes, deixávamos 2 peças de cada produto nos expositores, agora estamos colocando 4 ou mais para que o cliente possa visualizar melhor como ficaria na casa dele. A loja da av. Cupecê tem 1.200m² de área de vendas, e a exposição de revestimentos 250m². Assim, podemos trabalhar com todas as linhas, desde porcelanato, base vermelha, pastilhas, ladrilhos decorativos, além de acessórios, rejuntes e argamassas para pronta entrega. Somos revendedor exclusivo Weber quartzolit."

A Yabiku está completando 55 anos de mercado. Começou com Aruo, pai de Auro, e dois tios. A irmã dele, trabalha na área administrativa das lojas. Atualmente, tem 70 funcionários com plano de saúde, odontológico e de carreira. "Temos três formatos de lojas: a matriz, com 1.200m² de área de venda; dois formatos com lojas de 700m² de área de vendas, e dois formatos com área de 300m². Mesmo sendo lojas próximas, em algumas regiões, a classe social é ainda mais baixa, mas, como temos um leque de produtos grande, quando chegamos nesta área, temos vantagem. Além disso, temos o CD e, também, um pequeno atacado para vender a outros lojistas", explica.

A Yabiku tem projeção de crescimento este ano. "Nossa estrutura é pesada e toda montada para expansão, por isso, não podemos parar de investir", finaliza.

"Há uns 5 anos, a Yabiku trabalhava com todas as marcas do mercado, comprando um pouco de cada, e não tínhamos muita força junto aos fornecedores; resolvemos concentrar mais nos produtos do Grupo Formigrês, que tem uma linha grande de produtos, então, compramos uma grande quantidade deles todos os meses, e temos força para brigar pelo melhor preço. O consumidor vai sair ganhando."

AURO SANDRO RUSSO
YABIKU, diretor Operacional da rede de lojas Yabiku

POR MARGARET CANDOSSIM, DA CANDOSSIM E CABANA ARQUITETOS

VENDA O SONHO

"Para vender pisos e revestimentos cerâmicos é preciso ter uma boa exposição dos produtos. Precisa estar impecável, de forma que o cliente perceba como vai ficar na casa dele. Para isso, tem que ter de 2 a 4 peças montadas. O produto tem de estar limpo, precificado e, se puder, fazer uma iluminação branca, para não distorcer a cor. E, também, é importante vender o sonho. Fazer algumas ambientações está provado que aumenta as vendas, porque provoca o sonho no cliente. Um bom atendimento é fundamental. A loja deve ter um vendedor que conheça decoração e cabe ao lojista fazer o casamento dos produtos com faixas, kits decorados e, se possível, ter um programa de computador que faça um mapeamento de ambientes que vai mostrar, no computador, como o produto pode ficar em diferentes ambientes. Essa pessoa também vai fazer a combinação dos produtos nos expositores. E mostrar ao comprador a resistência do produto. Muitas pessoas vão à loja e não sabem o que é PEI (sigla de resistência) mostrado na embalagem do produto. Quanto mais alto o PEI, mais resistente é o produto, sendo o máximo 5. Os porcelanatos são mais resistentes e cabe aos vendedores explicar ao cliente por que custam mais caro. Geralmente, o comprador não faz muitas perguntas na hora de comprar o piso, por isso, o vendedor deve procurar saber onde será instalado, interno ou externo, em qual momento está a obra, se é na fase 1 (assentando tijolo e cimentando); ou na fase 2 (que é a do acabamento). É importante, porque o comprador deve levar o piso cerâmico ou o porcelanato quando a obra estiver na fase de acabamento. O que vai evitar estocar na obra com o risco de danificar as peças.

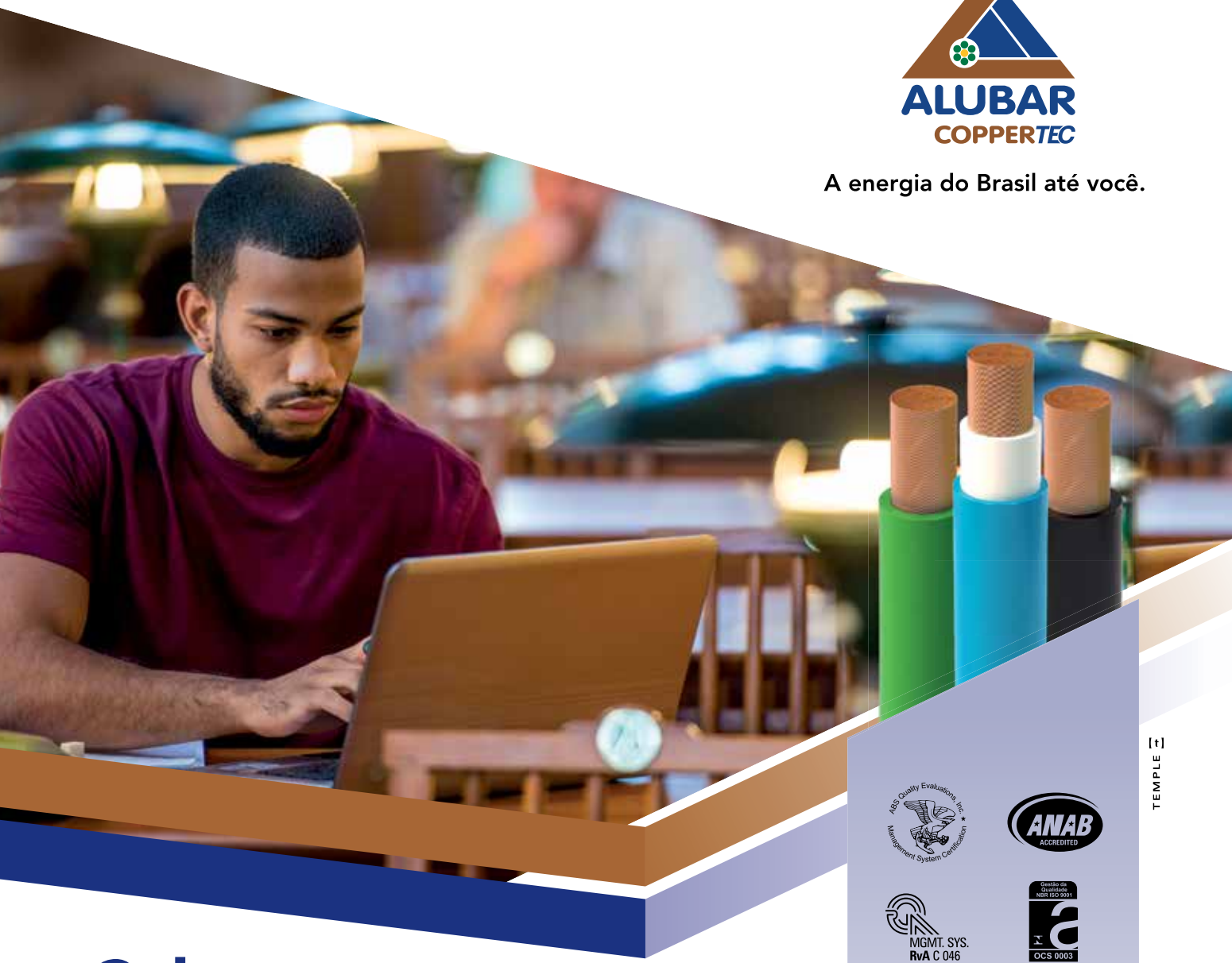
Outra dica importante para o revendedor é oferecer rejuntes e argamassas adequados para o produto que o cliente está comprando. Hoje, existem diferentes tipos de produtos, até coloridos e, isso, vai exigir um bom rejunte e argamassa.

Para pisos colocados no banheiro/box, é preciso rejuntes especiais, como epóxi, para ambientes úmidos. Os porcelanatos pedem massa branca, mas, também, tem, piso sobre piso, impermeabilizante, cinza, várias vertentes de argamassa.

Uma dica muito importante: quando vai fazer o projeto de exposição na loja ou um showroom, levar em consideração que o cliente quer preço baixo ou tendência. Então, colocar na frente da loja, da esquerda para a direita, os pisos e os revestimentos que são lançamentos, deixando para o meio ou final da exposição, os mais baratos. Se o preço for importante, então, a exposição deve ser por preço, do mais barato para o mais caro. Essa dica vale para os revendedores que conhecem bem o público-alvo ou tíquete da loja. Varia de região para região; de bairro para bairro.

ALUBAR
COPPERTEC

A energia do Brasil até você.



Cabos Tecnotox

Energia com **MUITO MAIS SEGURANÇA** até você.

Fabricados com a qualidade e tecnologia Alubar, os cabos Tecnotox ® são recomendados para locais que reúnem grande número de pessoas, como escolas, metrôs e teatros, pois são produzidos com material à base de poliolefina, com características especiais quanto à emissão de fumaça e gases tóxicos e corrosivos. Essa baixa emissão facilita a evacuação e auxilia equipes de socorro em casos de incêndio.

www.alubar.net.br | comercial.cabos@alubar.net | (91) 3754.7155

Sistema de Gestão da Qualidade
ISO 9001:2008 Certificado nº 34695

Sistema de Gestão Ambiental ISO
14001:2004 Certificado nº 43259

TEMPLE

TÃO **IMPORTANTE** QUE NÃO PRECISA **SE MOSTRAR**

As argamassas e os rejuntamentos têm papel fundamental na colocação dos pisos e revestimentos cerâmicos. O bom desempenho desses produtos vai determinar a boa colocação das peças, de qualquer tamanho, no piso ou nas paredes. Tenha, ao lado dos expositores de pisos e revestimentos cerâmicos, produtos que vão aumentar a lucratividade nas vendas.

Um tour pelos melhores produtos

PISOS E REVESTIMENTOS FRIOS, REJUNTAMENTO E ARGAMASSA

WEBER

A Weber, fabricante dos produtos quartzolit, marca presença na Expo Revestir com muitas soluções inovadoras. Quando o segmento é argamassa, a empresa lançará o cimentcola pronto para uso quartzolit. Com alta produtividade e rendimento, o produto é indicado para porcelanatos e cerâmicas em pisos e paredes, com liberação em 24h para rejuntar. É só abrir e aplicar.

O super cimentcola cozinhas e banheiros quartzolit é outra novidade deste ano. A solução é ideal para áreas molháveis, pois possui resistência à umidade. Com nova fórmula, o produto conta com novos atributos, entre os quais: melhor trabalhabilidade e liberação da área em 24h para tráfego leve.

O rejunte epóxi superfácil quartzolit também é um dos lançamentos da empresa e é o mais fácil de misturar e aplicar, além de proporcionar o melhor acabamento do mercado. Disponível em 10 cores, é ainda impermeável e ideal para todos os ambientes da casa.

Outra novidade é o pastilhas quartzolit, que assenta e rejunta simultaneamente pastilhas em áreas internas, externas, piscinas e fachadas. Além de obter maior produtividade, está disponível em 20 cores. A empresa também lançará, em breve, uma inovação que facilitará a troca da cor do rejunte.

Quando o segmento é impermeabilizante, a Weber relança o parede premium quartzolit, uma pintura impermeabilizante para paredes externas e fachadas com 5 atributos em um só produto: sela, impermeabiliza, dá acabamento, reflete o calor e pode ser colorido. Falando em decoração, tendência que oferece estilo ao seu ambiente, recomenda-se o cimento queimado quartzolit, revestimento acrílico fácil de aplicar e disponível em quatro tons cinza, além das cores azul e ferrugem. Com alto rendimento, o produto é indicado para dar um toque de sofisticação e design nas paredes internas da casa.

O reboquit liso quartzolit é outra solução que fará parte do estande da empresa. A argamassa de revestimento para paredes internas pode ser aplicada diretamente sobre alvenaria, sem necessidade de chapisco. Com alta produtividade, a solução elimina etapas da obra e deixa a parede pronta para receber a pintura por causa do acabamento liso.

BOSTIK

A Bostik C&C Brasil tem diversos produtos para esse segmento. Destaca o Rejunta Acrílico, um rejunte impermeável para porcelanato, cerâmicas finas, pedras naturais, mármores, granitos, grês e semi-grês e, também, pastilhas de vidro, porcelana, bambo e coco, piscinas e saunas. Indicado para juntas de 1mm a 5mm de espessura e também para áreas que requerem maior desempenho, tais como: cozinhas industriais, áreas submerses (piscinas e saunas) e fachadas. Pode ser utilizado em áreas internas e externas, secas e úmidas.

ZAPT – Rejunte líquido de base acrílica opaco, mono componente, base água e sem solvente. Ideal para a recuperação ou mudança de cor de rejuntamentlo de bloco de vidro, cerâmicas, pastilhas de cerâmica, porcelana e vidro, porcenalatos e pedras naturais. Seu uso é para ambientes internos e externos.

ULTRACOLL – Argamassa acrílica, monocomponente, base água e sem solvente, pronto para o uso, dispensando o preparo. Disponível na cor branca é utilizada em áreas interna ou externa, secas ou úmidas, drywall, metal, madeira, pisos vinílicos, cerâmicas. Utilizado nos porcelanatos slim, porcelanato grês e semigrês, cerâmicas, pedras naturais, pastilhas (foscas, PET, vidros, bamboo, coco e porcelanatos. Não indicado para condições submersas como piscinas e tanques; não indicado em estufas, lareiras, churrasqueiras e fornos.

OVERCOLL – Argamassa para assentamento e sobreposição cerâmico. Indicado para peças cerâmicas e porcelanatos com dimensões até 1,20m x 1,20m. Cores disponíveis: cinza e branca. Uso: interno e externo. Áreas: secas e úmidas. Substrato de Aplicação: emboço ou contrapiso sarrafeado ou desempenado, com, pelo meno,s 14 dias de idade; concreto de superfície rústica ou lisa, curado há mais de 28 dias. Revestimentos Compatíveis: sobreposição de revestimento cerâmico; porcelanatos; pedras naturais com dimensões até 1,20m x 1,20 m.

Restrição de Uso: não recomendado para uso em estufas, lareiras, fornos, churrasqueiras e câmaras frigoríficas.

Luis Laguna, gerente de Marketing está otimista quanto ao mercado. “O ano de 2019 começou com uma forte tendência de recuperação e a perspectiva da Bostik C&C Brasil é de que será um período bastante positivo. Diante dos diversos acontecimentos, nos cenários político e econômico, no Brasil, nossos clientes estão com o nível de confiança bastante elevado e, de maneira geral, o tema mais comentado é o crescimento. Em função dessa onda crescente da confiança, estamos investindo na modernização do nosso parque fabril, na contratação de profissionais e em novos produtos, com a finalidade de nos prepararmos para o crescimento sustentável do mercado e, assim, continuar atendendo, com excelência, nossos clientes.”

CERAMFIX

Produto: Argamassa AC III Duo Tech - A Ceramfix lançou, recentemente, a argamassa AC III Duo Tech, tipo ACIII D E. Disponível nas cores branca e cinza. São duas argamassas em uma. Adicionando volumes diferentes de água, você terá duas argamassas para aplicações distintas, além de dispensar a “dupla

BARRAS
DE APOIO

SEGURANÇA
E AUTONOMIA

Acessibilidade para
todos os ambientes.

ASTRA

CONCEITO

EXPO REVESTIR

Visite nosso estande
Pavilhão E | Rua 29 | nº 2803

www.astraconceito.com /grupoastra @astraconceito /grupoastra

camada" em peças de grandes formatos em pisos. O exclusivo sistema de ventosas, garante, também, o assentamento, usando o sistema espaçador/nivelador.

Rejunte Fácil Epóxi - Lançamento recente, a Ceramfix revolucionou o rejunte epóxi com o Rejunte Fácil Epóxi. Realmente fácil de misturar, aplicar e limpar. À base de resina epóxi tricomponente, para juntas largas e estreitas em placas que exigem excelente acabamento, impermeabilidade, flexibilidade, elevada resistência química e mecânica. O acabamento é muito liso e as cores uniformes e permanentes de fácil limpeza. Luciano Landa, gerente de Marketing e P&D, comenta que a exposição na loja, independentemente do produto, é um ponto estratégico para o giro da mercadoria e de informação ao consumidor.

"O lojista precisa estar bem atento à organização do layout e junto a cada fabricante, discutir a melhor forma de expor o produto para uma exposição harmoniosa juntamente concernente com o estilo da loja. Nossa equipe comercial é bem orientada em realção a esse fato. Materiais de merchandising adequados e adaptáveis às lojas é um ponto a favor da nossa marca. Produtos com peso/volume maior, por exemplo: embalagens de argamassa de 20kg, instruímos, dependendo da loja, um ponto extra, com o próprio palete. Aliás, nossos paletes são montados, estrategicamente, pensando nas lojas que o usam como merchandising, ou seja, as embalagens estão voltadas/organizadas com a frente à vista, que é autoexplicativa, com iconografias e textos para melhor entendimento. Produtos de menor peso e variedade nas embalagens, tipo: caixas, bisnagas e sacos plásticos, além de bem organizados e limpos na gôndola, o lojista poderá, também, usar da técnica de cross merchandising, que dará muito resultado", diz.

Também destaca a importância de o fabricante treinar a equipe comercial dos respectivos clientes, "pois não adiantará de nada expor um produto e os vendedores não ter um mínimo de conhecimento. Nós, da Ceramfix, investimos, muito, nesse tipo de ação, com palestras e treinamentos", finaliza.

SIKA

A Sika, um dos maiores fabricantes de produtos químicos para Construção Civil, com mais de 170 fábricas em todo o mundo, atuando em mais de 90 países, dispõe de um portfólio invejável para atendimento de obras de Infraestrutura, Comerciais e Residenciais. Toda a linha de produtos está devidamente em conformidade com as normas brasileiras e internacionais, promovendo ao mercado inovações da mais alta qualidade em relação ao desempenho e à durabilidade, desta forma, a Sika oferece todo seu know-how tecnológico aos profissionais como solução definitiva aos projetos de pequeno, médio e grande porte.

André Figueiro, engenheiro e gerente de Remodelação, Pisos e Cobertura da Sika, faz recomendações à exposição no ponto de veda: "Atuamos no segmento da construção civil em canais diferenciados para poder abordar, de maneira adequada, as demandas, ou seja, possuímos uma equipe com atuação exclusiva no canal da distribuição que organiza as ações e os produtos em conformidade a linguagem dos clientes deste segmento. Posicionamos os produtos para dar mais visibilidade ao cliente, mantendo as informações da embalagem sempre de forma clara e objetiva, para auxiliar os consumidores na hora da compra. Por sua vez, não podemos deixar de mencionar o canal de vendas técnicas, onde dispomos de profissionais especializados (engenheiros, arquitetos e especialistas), que trabalham diretamente neste canal dentro das obras de infraestrutura, indústrias e construtoras, no desenvolvimento dos projetos cotidianos por meio de especificações técnicas e vendas técnicas propriamente dito. Além disso, a Sika conta com um departamento técnico de engenharia e laboratórios químicos que oferecem suporte a todos os clientes nos diferentes canais de atuação de venda, com objetivo de contribuir com o sucesso dos projetos e a perfeita utilização de nossas tecnologias em cada obra", informa.

Informações sobre os produtos: SikaCeram®-200 é uma argamassa colante do tipo AC II - E e D, de acordo com a norma ABNT NBR 14081, para colagem de revestimentos cerâmicos em áreas externas e internas.

SikaCeram®-300 é uma argamassa colante do tipo AC III – E e D, conforme a norma ABNT NBR 14081, formulada para proporcionar alta aderência.

VOTORANTIM CIMENTOS

A Votorantim Cimentos é uma das maiores empresa da construção civil, presente no mercado há mais de 80 anos, atua com portfólio amplo para ajudar na evolução do mercado da construção.

A Votomassa tem portfólio adequado para todas as aplicações, de forma prática e racional, oferece o produto apropriado às necessidades do cliente. Para este ano, a família Votomassa irá crescer: será lançado o ACIII Fachadas e o Rejunte Porcelanato. A argamassa ACIII Fachadas é ideal para assentamento de peças em fachadas, com a propriedade de tempo em aberto estendido, deslizamento reduzido e sem limite de altura para peças de até 80cm por 80cm; o Rejunte Porcelanato é ideal para junta fina, tem um acabamento superliso, resistente a fungos e mofos e com cores que não desbotam. Para a empresa, participar da Expo Revestir é muito importante, porque é uma feira de grande exposição para a indústria, fornecedores, clientes e influenciadores do setor de revestimento. É a oportunidade de apresentar, a todos, os lançamentos, novidades, tecnologias da Votomassa, discutir con-

DREAMONE

Coisa linda é ver uma família unida.

Estar junto na sala, na cozinha, na varanda, no escritório ou na piscina, em momentos de descontração e alegria, é tudo de bom. A Fortaleza Bostik tem linha completa de Argamassas e Rejuntes. Coisa fina, de rara beleza interior e exterior. Nossas cores harmonizam todos os ambientes e todos os nossos produtos são de fácil aplicação. Seja bem-vindo à nossa Fortaleza. Aqui você tá em casa!

FORTALEZA
Uma marca do Grupo **Bostik**

SMART HELP (11) 4784 9797 | www.bostik.com.br | sac@bostik.com

Bostik
smart adhesives

CIMENTOLIT/KERAKOLL

Há um ano, a italiana Kerakoll, uma das maiores fabricantes de argamassas e rejuntamentos do mundo, colocou os braços no Brasil ao adquirir, 100%, a brasileira Cimentolit. A fase de ajustes está terminando, e os principais executivos do negócio, Rogérgio Sortino, diretor Geral, Sergio Belenguer, diretor Comercial da Kerakoll e Bruno Badan, diretor Comercial da Cimentolit, se reúnem, diariamente, para formatar o novo negócio, ainda sem números de mercado definido.

"Sabemos que tem empresas muito fortes neste segmento, no Brasil, porém, há bastante espaço para outros fabricantes. Nosso foco inicial é trabalhar forte o estado de São Paulo, aproveitando a expertise que a Cimentolit tem e, aos poucos, conquistar novos mercados", explica Rogério Sortino, grande responsável pela vinda da multinacional italiana ao Brasil.

Tudo começou há sete anos. Na época, a Kerakoll procurou empresas no Brasil para aquisição, mas acabou desistindo, e Sortino foi um dos executivos que mantiveram contato com a empresa. Há três anos, literalmente, com a cara e a coragem, Sortino foi à sede da Kerakoll, em Sassuollo, Itália, e propôs retomar a negociação. O mercado ainda não estava favorável, mas o acordo foi fechado. Procuraram, então, a Cimentolit, que foi adquirida. Neste ano, foram investidos R$ 30 milhões para adequar e modernizar a fábrica da Cimentolit, em Jundiaí, que recebeu maquinário italiano de última geração.

Ainda não está definido quais produtos serão mantidos da Cimentolit e da Kerakoll e os que serão lançados, mas Rogério faz questão de destacar o grande desafio que vão enfrentar: "A questão de serviços no Brasil é muito precário e queremos fortalecer a nossa prestação de serviços, como relacionamento com revendedores, prazo de entrega e treinamentos, tanto aos revendedores, quanto aos consumidores. A qualidade do produto é fundamental, claro, e não queremos vender algo que não tenha a qualidade do produto. Quando falamos de treinamento queremos que o consumidor saiba, exatamente, o que está levando, isso é básico para o vendedor, o balconista. Não só equipe interna, mas, também, como externa com os clientes, precisa saber o que está sendo feito", diz.

O espanhol Serge Blenguer está há 14 anos na Kerakoll e já trabalhou em diversos países, como Espanha, Itália, Portugal e veio para o Brasil a fim de estabelecer os planos de venda.

"A Kerakoll é uma das líderes da Itália e uma das maiores do mundo. Muito forte, com portfólio gigantesco de argamassa e rejunte, além de tintas imobiliárias. Dependendo do mercado, temos muitos produtos, mas o nosso grande foco é o selo green. Todos os produtos são sustentáveis, a nossa grande bandeira. Estamos focados na sustentabilidade", diz.

E explica que a bandeira green será mantida no Brasil. "Nosso conceito diferenciado é enfatizarmos que os nossos produtos são, totalmente, sustentáveis. Ser green encarece para o fabricante, mas não para o consumidor final. Mas os benefícios compensam.

Bruno Badan, diretor Comercial da Cimentolit, destaca que a empresa tem 30 anos de mercado, e é muito conceituada em São Paulo e também no mercado no Paraná.

"A linha completa de argamassa e rejunte que atende a todos os mercados. Mas, em breve, bem estudado, vamos lançar novos produtos. Não estamos preocupados com velocidade e, sim, fazer bem feito. Nosso foco são os revendedores, que representam 95% do faturamento da Cimentolit e que vai continuar com a nova empresa. O mais importante é que o consumidor deve conhecer a vantagem de comprar produtos sustentáveis", diz.

E, acrescenta: "Não queremos abraçar o Brasil inteiro, vamos começar por São Paulo, onde estamos bem estruturados, e fazer uma boa lição de casa.

Trabalhamos com todos os modelos de lojas, com estratégias diferentes para cada formato, home center, média ou grande", explica.

Estrutura fabril – São duas unidades fabris, uma em Jundiaí e, outra, em Charqueada, ambas no interior de São Paulo. " Começamos a reformar a fábrica de Jundiaí, que vai ficar padrão Kerakoll, onde foram investidos R$ 30 milhões na modernização de maquinários e processos. Agora, faremos um investimento grande em marketing e comercial. As máquinas e toda a mão de obra da instalação vieram da Itália", explica Rogério.

Laboratório – O desenvolvimento de novos produtos será feito no laboratório muito moderno, nsa Itália, com investimentos de mais de R$50 milhões. Trabalham mais de 100 funcionários, pesquisando novas matérias-primas. É o mais moderno no mundo, totalmente autossustentável, em todos os sentidos com 7.000m² de área construída. Todo equipamento é eco e também utilizam nanotecnologia. Os produtos brasileiros já foram analisados na Itália e, também, foi montado um laboratório na unidade de Jundiaí que está em sintonia com as fábricas no mundo inteiro.

teúdos, ouvir necessidades dos clientes para se pensar na evolução do portfólio e no futuro da construção. A expectativa é que o mercado retome o crescimento em relação a 2018, e a Votorantim espera acompanhar esse crescimento. Quanto às exposição nas lojas, a Votorantim Cimentos sugere para as que vendem revestimentos, que o ideal é que as argamassas colantes fiquem próximas para complementar a venda, melhor ainda nos produtos correlatos, argamassa ACIII ou porcelanato interno ao lado de porcelanatos, argamassa para pastilhas ao lado das pastilhas. Em lojas que não oferecem revestimentos, os produtos da linha devem estar sempre juntos, expostos na loja e não no estoque, mantendo-se a uma altura visível aos clientes.

MAXCOLA

A Argamassa Macxcola, com história de 22 anos no mercado, e milhões de produtos vendidos, marca sua trajetória com ótimo atendimento, tecnologia europeia e qualidade em todos os produtos, com objetivo principal em atender bem aos clientes.

"Procuramos, sempre, inovar nosso mix de produtos para abranger e atender melhor às necessidades dos nossos revendedores e clientes. Agora, em 2019, estamos com novos lançamentos para estreitar os laços para fidelização da marca. São eles: Macxcor Tinta Acrilica Econômica, Macxcor Complementos Imobiliários, Texturas, Massas, Selador Acrílico, agregando ao nosso mix, produtos para acabamentos finais da obra", informa Harold MacMillan, gerente Comercial.

Quanto à retomada do mercado, Harold acredita que vai melhorar. "E, com isso, iremos trabalhar em saldo positivo e contribuirmos para alavancar o mercado e atender à demanda que, com certeza, será próspera em 2019."

A empresa recomenda a boa organização dos produtos no ponto de venda para influenciar, diretamente, no processo decisório de compra do consumidor. "Deve ser feita de forma estratégica e diferenciada para despertar a atenção dos produtos em pontos específicos. Os produtos devem ser posicionados em gôndolas, expositores, em frente ao caixa e empilhamento em paletes com merchandising atrativo. Com esse conjunto, é imprescindível o promotor de vendas trabalhar na organização, criando vínculo com o cliente e relacionamento com os vendedores", recomenda Harold.

NÃO PERDEM A LINHA

Mais do que assentar um lindo piso cerâmico, importante é cortar na medida certa. Para isso, os fabricantes de cortadores de revestimentos cerâmicos estão caprichando no desenvolvimento e na fabricação de produtos que ajudam, e muito, os profissionais a ganhar em agilidade, precisão e tempo, coisas muito importantes no dia a dia. Selecionamos os melhores produtos para ter em sua loja.

Um tour pelos melhores produtos

PISOS E REVESTIMENTOS FRIOS, REJUNTAMENTO E ARGAMASSA

BOSCH

O diretor de Vendas da Divisão de Ferramentas Elétricas da Robert Bosch no Brasil, Pedro Costa, destaca os produtos da marca: A serra mármore Bosch Titan é uma ferramenta ideal para azulejistas, instaladores de cerâmica, marmoristas e outros profissionais, direcionada para cortes retos, em ângulos e a úmido em diversos tipos de materiais, como cerâmica, tijolo, telhas, azulejo, lajotas, mármore, granito, concreto e, até, em madeira (desde que utilizada com disco diamantado desenvolvido, especialmente, para esse fim). A troca de discos é rápida e pode ser realizada com apenas uma mão e uma chave exclusiva Bosch que acompanha o produto.

A Bosch Titan é a ferramenta mais potente da categoria, com 1500 W. Além disso, proporciona maior alcance para cortes, em virtude do design da placa-base, que é de fácil ajuste e não requer uso de chaves. Para mais possibilidades de aplicações, o componente é ajustável de 0º a 45º.

A ergonomia da Titan também é um dos seus diferenciais, pensada para profissionais que utilizam a serra mármore por longos períodos e várias vezes ao dia, o que pode causar fadiga. Por esse motivo, a serra mármore da Bosch é a mais leve do mercado, com 2,6 quilos, punho com Soft Grip para agarre seguro e confortável. O gatilho de dois dedos proporciona mais controle.

Acessório - Com foco em corte cerâmico, o destaque da Bosch é o disco diamantado para porcelanato. Desenvolvido, especialmente, para cortes no porcelanato, o disco tem espessura mais fina, que permite mais qualidade e melhor acabamento no momento do corte, sem lascar o material.

Pedro Costa acredita que a retomada do crescimento econômico no Brasil ocorrerá de forma gradual em 2019. "Especificamente, em relação ao setor de construção civil, desde 2018, já percebemos os primeiros sinais de recuperação, o que gera otimismo no mercado para este ano", avalia. O diretor ressalta que a empresa acredita no Brasil, onde a fábrica da divisão de Ferramentas Elétricas está presente há 50 anos. "Para reforçar a

confiança e o compromisso da empresa com o país, constantemente, investimos em tecnologia de manufatura para a produção de novos produtos que estão alinhados com as demandas e a realidade do mercado local", continua. "Além disso, seguimos investindo 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 varejo", encerra.

CORTAG

A Cortag, em menos de uma década, atingiu a liderança de mercado no segmento de cortadores para pisos cerâmicos e porcelanatos. Essa liderança foi conquistada por meio de uma política de vendas agressiva aliada à qualidade dos produtos, um dos pontos prioritários da marca. A Cortag conta com equipe de vendas com cobertura nacional, que possibilita um atendimento ágil e personalizado aos variados tipos de clientes, como varejos, atacados e home-centers. Uma ampla linha de produtos em cortadores de pisos e revestimentos atende às mais variadas demandas do mercado.

Inovação é a base do nosso espírito empreendedor. Em função disso, a Cortag busca incessantemente, novas e melhores soluções que tragam mais eficácia em relação ao custo-benefício.

Produto em destaque: A Cortag traz mais uma inovação para o mercado. O cortador INFINITY, o maior cortador de porcelanatos do Brasil, oferece a solução para o corte preciso de pisos e revestimentos de grandes formatos. Possui capacidade de corte de até 3,40m de comprimento com o conjunto padrão, podendo ser aumentado com a aquisição de novos trilhos.

DISFLEX

"Com a grande expectativa de retomada da economia, o mercado de construção civil tem mostrado índices de aquecimento e, consequentemente, um aumento considerável de insumos para a construção. Dentro desses insumos, encontramos uma vasta linha de ferramentas diamantadas especiais de corte para materiais refratários e cerâmicos", analisa o diretor comercial da Disflex, João Carlos Donato Junior.

Ele conta que a empresa oferece uma vasta gama de produtos diamantados para atender ao mercado de corte de pisos e revestimentos cerâmicos. "Temos a linha de discos convencionais para corte de telhas, pedras decorativas, tijolos e afins. Nesse segmento são discos menos elaborados e indicados para uso geral, com aplicações menos específicas", explica. "Os discos Disflex da linha Performance têm como característica alto poder de corte e durabilidade por causa do seu segmento de diamantes com 10mm de altura! Característica encontrada somente em discos de alta qualidade, produzidos por líderes de mercado no segmento", continua.

O diretor destaca, ainda, a a linha de discos para corte de porcelanatos especiais e retificados. "Temos a linha turbo, com alto poder de corte e ótimo acabamento para pisos de alta densidade, garantindo o mínimo de rebarba", diz. Donato Junior lembra, também, da linha de corte de porcelanato contínuo para pisos de grandes dimensões, que necessitam de altíssima qualidade de corte e acabamento, sem rebarbas. "Este, em específico, é um produto de qualidade e desempenho diferenciados!"

HUSQVANA

Ligia Furtado, Marketing Analyst da Husqvarna Construction Products Americas, destaca a cortadora TS 66 e o disco de corte ideal para o equipamento, e afirma que a demanda pelo produto tem aumentando. "Houve grande procura no mercado. Tivemos crescimento de 15% no último ano e esperarmos atingir nosso budget de 2019.

MOLDIMPLAS

Quem trabalha com construção civil sabe que a inovação está em toda a parte. Os canteiros de obra precisam de mais praticidade, segurança e precisão para que os profissionais do setor consigam ter mais qualidade de vida e maior reconhecimento profissional. Pensando nisso, a Moldimplas lança, na Expo Revestir 2019, uma linha nova: ferramentas voltadas para pedreiros e azulejistas.

Na ocasião, a marca também disponibiliza os cortadores de grandes formatos da Montolit, já representada pela Moldimplas, desde 2018. Contudo, a grande novidade que a empresa catarinense traz ao mercado em 2019, é linha própria de cortadores, além de outros aparatos para azulejistas. "Esses produtos vão ao encontro do que o mercado pede em termos de rapidez

Cortadores Profissionais Linha Master PLUS

Líder nacional.

Cortadores de precisão para pisos cerâmicos e porcelanatos.

Sistema de Nivelamento

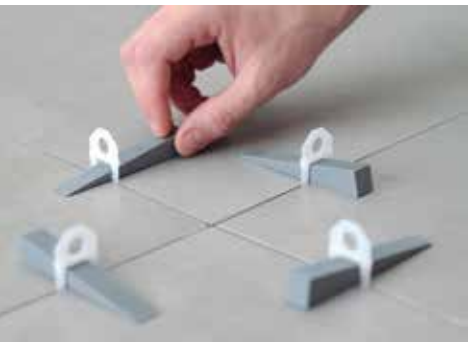
LANÇAMENTO

Cortadores Elétricos Linha ZAPP G2

FEICON BATIMAT
REFERÊNCIA PARA QUEM PENSA EM CONSTRUÇÃO E ARQUITETURA

Visite-nos no stand **F-160**

CORTAG
REVOLUTION TOOLS



na entrega e qualidade nos resultados", conta Josiane de Araujo Woelfer, diretora executiva da Moldimplas. "Nosso foco é no trabalhador da construção, no profissional, quem utiliza a ferramenta. Queremos que ele tenha ferramentas de altíssima qualidade, que otimizem o trabalho e aumentem o próprio reconhecimento no mercado. Assim, o ajudamos a ter uma agenda sempre cheia."

As novidades da Moldimplas prometem revolucionar a maneira que pedreiros e azulejistas desempenham suas funções. Além disso, as ferramentas distribuídas pelas empresas prometem diminuir os custos da obra, possibilitado ao profissional ou à empresa de construção ter maior margem de lucro no serviço ou possa oferecer ao cliente um preço mais competitivo, sem medo de estar no prejuízo.

Do ponto de vista mercadológico, Josiane acredita que esse lançamento pode mostrar aos envolvidos na construção civil que há formas mais fáceis – e econômicas – de entregar resultados positivos nas obras. "Pesquisamos o setor a fundo, e vamos trazer ferramentas com um algo a mais. Não queremos entregar aos profissionais ferramentas que são mais do mesmo. Temos certeza de que nossos produtos vão resolver diversos 'gargalos' da construção", conclui Josiane.

NORTON

A constante preocupação da Norton em oferecer a profissionais da construção, arquitetos e designers de interiores produtos com tecnologia capazes de garantir corte e acabamento aos mais sofisticados porcelanatos, revestimentos cerâmicos, rochas ornamentais e azulejos, levou a empresa a desenvolver as Máquinas Norton Clipper, como a Clipper TT200, cortadora portátil para cortes retos ou com ângulo. Compacta, a TT200 corta, a úmido, pisos cerâmicos, azulejos e porcelanatos, até 45cm de comprimento. Destaques para as Cortadoras de Bancada Norton Clipper TR202 e TR232. A TR202 (disco 200mm) é indicada para cortes retos ou com ângulo. Corta, a úmido, pisos cerâmicos, azulejos e porcelanatos de até 65cm de comprimento. A TR232 (disco 230mm) é ideal para cortes retos ou com ângulo. Também, compacta, TR232 corta, a úmido, pisos cerâmicos, azulejos e porcelanatos de até 1,2m de comprimento.

Produtos auxiliares, ainda, fazem parte do mix da Norton para uso e aplicação em obras. Nesse segmento há produtos fundamentais para um acabamento perfeito nos processos de instalação de revestimentos, mármores ou granitos. São destaques nesse grupo os Discos Diamantados para Porcelanato, uma linha completa para corte de diversos tipos de porcelanatos e pisos cerâmicos, disponíveis nos diâmetros 180mm, 200mm e 230mm e que proporcionam cortes suaves com baixa geração de calor, precisão e excelente acabamento.

Vivian Marques, diretora de Marketing e Customer Experience, mostra-se cautelosa quanto às perspectivas para o ano. "Acreditamos que, por conta das reformas e dos ajustes que precisam ser feitos tanto nas esferas governamentais como na iniciativa privada, o Brasil ainda terá, em 2019, crescimento modesto do PIB. O contraponto positivo que vislumbramos para o setor da construção poderá vir de privatizações, retomada de obras e atividades adicionais, como lançamentos de novos empreendimentos. Em se confirmando um cenário de baixo crescimento, este será indutor de maior concorrência entre os atores do mercado", analisa. "Dessa forma, nós, da Norton, em um esforço coletivo de toda a equipe, trabalharemos para nos reinventarmos e mantermos uma grande proximidade com nossos distribuidores, revendedores e atacadistas, entendendo as necessidades de cada um deles em termos de lançamentos de produtos e de programas de marketing e relacionamento.

Embora a Norton seja reconhecida pela tradição na qualidade e na tecnologia, o foco na inovação e nosso olhar de futuro é o que nos move para novos patamares e para encararmos os desafios que teremos de enfrentar no decorrer deste ano", conclui.

VONDER

Os revestimentos cerâmicos estão entre os mais usados na construção civil para revestir pisos e paredes, com diversas possibilidades de aplicação, e também alta durabilidade, além da grande variedade de cores e estampas, ideais tanto para uso comercial quanto residencial. Por causa dessa ampla utilidade em obras e reformas, o mercado vem investindo, cada vez mais, em equipamentos específicos para esse tipo de material, respeitando a composição e garantindo a melhor qualidade e precisão em cortes e a aplicações. Essas soluções favorecem resultados que valorizam a estética e apresentação final do trabalho – afinal, ao falar de revestimentos, é importante considerar que eles fazem parte da composição final do ambiente em termos de forma, cores e estética. Nesse contexto, a linha de ferramentas, equipamentos e acessórios da Vonder específicos para revestimentos cerâmicos é ampla, seguindo o conceito de ter uma ferramenta certa para cada necessidade e especialidade profissional.

70
ANOS
DEDICADOS
A VOCÊ!
TAMBASA
ATACADISTAS
www.tambasa.com
(31) 3359-0000

Um lançamento expressivo da Vonder, em 2019, é o Cortador de Cerâmicas e Porcelanatos com bancada CCV 1250, para cortes precisos e eficientes de pisos cerâmicos, azulejos e, principalmente, porcelanatos. Tem potência de 1.100 W, tensão de 220 V~, e deve ser usado com disco de 230mm, apropriado para esse fim. Entre os diferenciais, a Vonder destaca o sistema de refrigeração e motor blindado (IP54), que previne a entrada de água. Tem pernas dobráveis e rodízios em duas das pernas, além das alças que tornam mais fácil o transporte e o armazenamento do produto, pensando nos trabalhos em campo, diretamente na obra.

O Cortador de Cerâmicas e Porcelanatos CCV 1250 possui, também, escala graduada e esquadro com ajuste para até 45°, proporcionando maior facilidade e precisão nos cortes, um item muito importante quando se fala em acabamentos. Para mais facilidade de uso e segurança, o modelo conta com dreno que facilita a retirada da água e a limpeza do equipamento; base emborrachada, conferindo maior aderência e menor vibração da cerâmica, otimizando o processo de corte; e cabeça cortadora com regulagem de ângulo para até 45°. Para facilitar a montagem e o uso, acompanha disco de corte diamantado e as ferramentas necessárias à utilização.

Outros dois lançamentos para cortes de revestimentos cerâmicos e porcelanatos são apresentados no mercado: o Cortador de Cerâmica e Porcelanato CCV 900 (disponível na tensão 220 V~) e o Cortador de Cerâmica e Porcelanato CCV 550 (disponível nas tensões 127 V~ e 220 V~), um modelo mais compacto, prático e fácil de transportar, uma mesa com regulagem de ângulo para até 45°.

Entre os acessórios específicos para cortes de cerâmica e porcelanatos, a empresa destaca os Discos de Corte Diamantados, que conferem alto rendimento ao trabalho. Especificamente para CCV 1250, destacam-se o Disco de corte diamantado 230mm, liso, que confere alta performance para cortar porcelanatos e cerâmicas duras; e o Disco de corte diamantado 230mm, turbo, que proporciona alta performance e ótimo acabamento.

COFER

Murilo Machado Faria de Azevedo, responsável por importação na Cofer, ressalta a evolução do portfólio da empresa. "Em tempos de alta competitividade, nos vemos na missão de oferecer uma vasta gama de oportunidades para os nossos clientes. Para isso, atuamos em todos os segmentos, de acordo com a necessidade de cada um. Inicialmente trabalhávamos apenas com três tipos de discos diamantados: Disco Diamantado Contínuo; Disco Diamantado Segmentado; e Disco Diamantado Turbo. Nossos discos são importados, o que agrega valor à nossa marca própria (REFOC). Recentemente, começamos a trabalhar com um tipo de disco específico para o corte a seco de materiais cerâmicos."

O executivo explica que os materiais cerâmicos são, particularmente, duros, com ponto de fusão elevados e baixo valor de condutividade térmica e elétrica. "A Cofer oferece um disco de corte turbo (corte a seco) para cerâmica de alta qualidade, possibilitando maior velocidade de corte, aumentando a produtividade do trabalho", afirma.

Ele lembra que a indústria de cerâmica é uma das que mais crescem no mundo. "Nos Estados Unidos, o mercado cerâmico é de 13 bilhões de dólares", diz. Por fim, Machado avalia o posicionamento da empresa no contexto econômico. "Diante de um iminente avanço na economia brasileira, nos vemos inseridos como parte contributiva, oferecendo produtos de qualidade e de baixo custo para nossos clientes."

FERRAMENTAS SUPREMO

Os principais lançamentos da Ferramentas Supremo são: disco Segmentado 180mm, um alicate rebitador; disco Turbo Especial 110mm; trena de 7,5m; par de serras manuais bimetais; disco de vídea para madeira, uma serra copo, um arco de serra, e disco de corte inox de 4.

Segundo Renan Daher, o mercado deve melhorar este ano: "Após o fim de um período de recessão econômica, a expectativa para 2019 é de retomada lenta e gradual do mercado e do poder de compra do consumidor, que deve ser conduzido de forma prudente, sem excessos ou euforia."

HEAVY DUTY

Os Discos Diamantados Heavy Duty foram desenvolvidos para profissionais que necessitam de grande precisão de corte. São capazes de cortar diversos tipos de materiais, desde porcelanato até asfalto. Geram menos detritos durante o corte. De acordo com Rafael Vieira, diretor Comercial da Heavy Duty Abrasivos, as expectativas para a nossa economia são boas:

"Estamos animados com este ano de 2019. Já no final de 2018, tivemos aumento significativo em nossas vendas. Temos recebido feedbacks positivos de nossos clientes varejistas, relatando mais facilidade em revender nossos produtos. O que reflete a retomada da nossa economia. Esperamos dobrar nosso faturamento até o final do ano."

A Feicon 2019 está chegando

Venha nos visitar!

De 09 a 12 de Abril

Local - São Paulo Expo

Stand - G071

PAPAIZ
ASSA ABLOY

www.papaiz.com.br | www.assaabloy.com.br

ASSA ABLOY, the global leader in door opening solutions

FEITOS PARA BRILHAR!

As linhas de metais, há muito, assumiram a perfeita combinação de forma e funcionalidade. A cada ano, evoluem tanto em tecnologias sustentáveis quanto em design.

AMANCO

O diretor-geral da Mexichem Brasil, Henio De Nicola,
projeta no médio prazo uma retomada do mercado de construção civil, mesmo que discreta, em 2019. “Ainda sentimos os efeitos da falta de grandes obras de infraestrutura e de ações concretas de atuação dos agentes fomentadores desse setor, e que são tão importantes para a sociedade, a fim de suprir o enorme déficit de residências no Brasil. O alto índice de desemprego, também, é um fator que afeta o mercado, atrasando a decisão de investir em imóveis novos e em lançamentos pelas construtoras. Um bom sinal é que o consumo das famílias tem melhorado lentamente, mas de forma perceptível, porque o índice de reformas como alternativa à troca de imóvel tem aumentado”, avalia. Em sintonia com esse cenário, a Mexichem Brasil pretende elevar o faturamento em, pelo menos, 15%, em 2019, superando em cinco vezes o crescimento do setor de materiais de construção. “Os números de 2018 ainda não estão fechados, mas, a estimativa é de que a empresa tenha apresentado expansão de 8% a 12% ante o faturamento de R$ 1,35 bilhão obtido em 2017”, afirma.

Para além da análise do setor, Henio De Nicola aponta a expectativa de aprovação das reformas previdenciária e tributária, bem como medidas de ajuste fiscal que favoreçam o crescimento econômico e a geração de emprego e renda. “Temos otimismo em relação ao cenário econômico como um todo, que já vem dando sinais de melhora.”

Quanto à linha de metais da marca Amanco, o executivo destaca os produtos para banheiros:

Engate Flexível Inox - a linha de acessórios metálicos que chegou para completar o portfólio de produtos com torneiras de esfera, registros de esfera

e engates flexíveis. Além disso, o produto é resistente à oxidação, possui temperatura de trabalho de, até, 90ºC, e é indicado como acabamento para aplicação aparente.

Grelha Vórtice Abre/Fecha Inox nos formatos redondo e quadrado - as grelhas Amanco contam com materiais de alta qualidade em três designs inovadores: Copacabana, Vórtice e Veneziana. São destinadas às áreas molhadas, em geral, promovendo maior capacidade de escoamento.

Assentos Sanitários - a linha de assentos da Amanco tem diversos modelos e formatos. Com encaixe ajustável, são fáceis de instalar, além de confortáveis e ergonômicos.

Linha de sifão - acessórios sanitários são todos os dispositivos utilizados para interligar os pontos de espera aos aparelhos sanitários, tais como sifões, engates, caixas de descargas, tubos de descargas, torneiras de boia e peças que complementam o sistema, como assentos sanitários, por exemplo.

ASTRA

Conheça os produtos da linha de metais da Astra:

Kit de acessórios KBB2: para o consumidor que preza pela praticidade, o kit KBB2 da Astra é perfeito. Fabricado de poliestireno e acabamento de ABS cromado, o kit é composto por porta-sabonete líquido, porta-objetos, saboneteira e escova sanitária. Será comercializado nas cores branco, preto e cristal, com exceção da escova sanitária que estará disponível, apenas, nos dois primeiros tons. A higienização é facilitada pelo acabamento liso dos itens.

Kit de acessórios KBB3: ideal para o consumidor que exige sofisticação, o kit de acessórios KBB3 está disponível nas cores branco e preto. Além da sobriedade, os itens chamam a atenção pelo design moderno que impacta à primeira vista. Fabricado em material resistente e acabamento brilhante, o kit conta com porta-sabonete líquido, porta-objetos, saboneteira e escova sanitária.

Sobre as perspetivas para o ano, Joaquim Coelho, diretor Comercial da Astra, pondera que, de acordo com o Banco Central, a previsão de crescimento do PIB para 2019 é de 2,4%. "Segundo a instituição, a projeção de expansão da economia nacional está alinhada à retomada da atividade econômica do país. A principal saída para a retomada econômica é investir na capacidade produtiva do Brasil. O setor industrial e a construção civil podem impulsionar o crescimento e gerar muitos empregos. Entretanto, para a entrada de investimentos privados é necessário que o governo tome uma série de iniciativas. Entre as mais importantes estão as reformas econômicas. A Astra está projetando crescimento de 10%, este ano, com aumento de itens nos clientes e um trabalho forte no ponto de venda. Lançamentos de produtos também estão no nosso DNA e impulsionarão ainda mais as vendas em 2019", afirma.

Coelho declara, ainda, que a Astra está otimista para o segmento de acessórios em 2019. "Com a expectativa de retomada da construção civil, as reformas e a substituição de itens por desgaste natural tendem a aumentar, favorecendo as linhas de produtos da Astra. Além disso, temos trabalhado fortemente no lançamento de cada vez mais cores e estilos dos nossos acessórios, promovendo o conceito de decoração", anuncia o diretor. Ele ressalta o recente lançamento das cores tangerina e spray, e mudamos a tonalidade das nossas cores uva e argila, de todos os itens de utilidades domésticas para cozinha, lavanderia e banheiro. "Também, colocamos no mercado opções de assentos sanitários, lixeira, porta-escova e porta-sabonete líquido em cores metálicas: ouro, prata, bronze e pérola. Ainda em fevereiro, lançamos esse kit em quatro tons que imitam mármore, em branco marmorizado, preto marmorizado, verde marmorizado e marrom marmorizado", revela.

Ele lembra que o assento almofadado oval da marca é comercializado em 37 diferentes cores, que não só combinam com a tonalidade das louças presentes nos lares brasileiros, como, também, estimulam o consumidor a usar um assento colorido com louça branca. O produto é disponibilizado na versão perfumada, na cor branca. "Dessa forma, a Astra acredita estar contribuindo, cada vez mais, para disseminar a cultura do uso dos acessórios tradicionais de cozinha, banheiro e lavanderia como parte da decoração da casa. A campanha #vivasuacor, lançada, recentemente, pela Astra nas redes sociais, é um incentivo para que as pessoas possam decorar a casa com o seu jeito; e a Astra tem opções para todos os estilos", conclui.

CELITE

Presença confirmada na Expo Revestir 2019, a Celite promete trazer, pela segunda vez, um estande exclusivo, apresentando não só os lançamentos do ano, mas nova proposta para a marca, e amplia a linha de louças, metais, assentos sanitários e móveis.

No segmento de metais, a empresa amplia as linhas de torneiras e misturadores para banheiros e cozinha, além de trazer novidades, também, para espaços

BRASFORT®

Ferramentas | Elétrica | Hidráulica | Jardinagem | Utilidades | EPI's

O MIX mais completo de produtos para o seu negócio!

www.**brasfort**.net.br

BRASFORTFERRAMENTAS

gourmet. O destaque está na linha Smart-N composta por 12 produtos, que tem design acessível e minimalista, pensado para trazer facilidade no dia a dia.

Linha SMART-N - linha de metais para cozinha e banheiros. Conceito do produto: linha completa de torneiras, misturadores para cozinha e banheiro, ducha higiênica e acabamentos de registro, a Smart-N atende a todas as necessidades estéticas e funcionais desses ambientes. O design acessível e minimalista foi pensado para facilitar o dia a dia. Conta com: volante em formato de alavanca para mais facilidade de uso, arejador, mecanismo cerâmico de 1/4 de volta, que permite economia de até 50% de água, e garantia de 10 anos. Acabamentos/cores: metal cromado com exclusivo acabamento biníquel.

Opções: a linha é composta por 12 produtos para cozinha nas versões misturadores e torneiras de mesa e parede; para banheiro, nas versões misturadores e torneiras de mesa e parede e ducha higiênica com derivação.

Linha Riviera - linha de torneiras e misturadores monocomandos para banheiros. Conceito do produto: formas arredondadas e design moderno para cubas de apoio de lavatórios. Nas opções de torneira ou monocomando contemplam opções para banheiros e lavabos. Conta com: arejador oculto, que confere design mais clean e proporciona economia de, até, 50% de água; monocomandos bica alta e baixa com mecanismo Cold Start, que proporciona economia de energia; torneiras com design inspirados nos monocomandos; misturadores monocomandos e torneiras em duas opções de altura; ideal para cubas de apoio; garantia de 10 anos. Acabamentos/cores: 100% metal cromado com exclusivo acabamento biníquel que proporciona maior resistência à corrosão e brilho intenso por muito mais tempo.

Opções: misturadores monocomandos e torneiras, nas versões bica alta, bica baixa e misturadores monocomandos para banheira e/ou chuveiro.

Linha Noronha - linha de torneiras e misturadores monocomandos para banheiros. Conceito do produto: Formas quadradas e design moderno para cubas de apoio de lavatórios. Nas opções de torneira ou monocomando, contemplam opções para banheiros e lavabos. Conta com: arejador oculto, que confere design mais clean e proporciona economia de, até, 50% de água; monocomandos bica alta e baixa com mecanismo Cold Start, que proporciona economia de energia; torneira com design inspirado nos monocomandos; ideal para cubas de apoio; garantia de 10 anos. Acabamentos/cores: 100% metal cromado com exclusivo acabamento biníquel que proporciona maior resistência à corrosão e brilho intenso por muito mais tempo.

Opções: misturadores monocomandos e torneiras, nas versões bica alta, bica baixa e misturadores monocomandos para banheira e/ou chuveiro.

Chuveiro Elite - chuveiro de parede. Conceito do produto: chuveiro de parede, em formato quadrado, que prima pelo design e conforto. Conta com: ducha com 220mm; espessura fina de 10 mm; garantia de 10 anos.

Acabamentos/cores: cromado.

Linha Elite - acessórios para banheiro. Conceito do produto: com linhas quadradas e minimalistas, a linha Elite segue uma tendência já consolidada em outros países e que se destaca no mercado brasileiro, influenciado pelo estilo contemporâneo. Os acessórios são produzidos com material 100% latão cromado, incluindo as fixações, o que garante resistência e durabilidade. A fabricação segue os padrões internacionais de qualidade estabelecidos pela Roca Brasil e, também, pelo Programa Brasileiro de Qualidade e Produtividade do Habitat, implantado em 1991.

Opções: cabide, cabide duplo, toalheiro anel, toalheiro barra, saboneteira e papeleira.

Linha Celite Gourmet - misturador monocomando para cozinhas. Conceito do produto: cozinhas e espaços gourmets ganham destaque e praticidade com o monocomando Celite Gourmet. O design moderno, com bica extraível em mola, agrega valor estético e agilidade no preparo de alimentos. Voltado para o segmento econômico, conta com: bica extraível com mola, dois tipos de jato; garantia de 10 anos. Acabamentos/cores: 100% metal cromado com exclusivo acabamento biníquel metal cromado.

Opções: misturador monocomando para cozinhas.

Linha Celite Colors - misturador monocomando para cozinhas. Conceito do produto: personalização da bancada da cozinha, com design moderno e praticidade total na limpeza e no preparo de alimentos. A Incepa Colors tem duas opções de cores e bica flexível 360, com opções de água fria ou quente, em que o usuário conduz o fluxo da água na direção desejada. Conta com: bica flexível que permite giro de até 360° e se molda a qualquer posição conduzida pelo usuário; arejador oculto; 100% metal cromado com exclusivo acabamento biníquel; garantia de 10 anos. Acabamentos/cores: metal cromado com bica preta ou vermelha.

Opções: misturador monocomando para cozinhas nas opções preto e vermelho.

DOCOL

Inovação, sustentabilidade, design, qualidade e experiência do consumidor ditam o posicionamento da Docol nesta edição da ExpoRevestir. Conheça os lançamentos:

Linha Liss- A Liss é uma linha de traços fluidos e suaves que traz duas opções de acabamentos. O desenho foi, cuidadosamente, pensado para ex-

PADO

MONDO PADO REVESTIR

O começo de tudo

Venha conhecer os lançamentos Pado 2019.

Esperamos sua visita em nosso estande na Expo Revestir para ver de perto todas as novidades em nossa linha de fechaduras.

12 e 13 março

Business Days
Negócios e Networks

14 e 15 março

Creative Days
Tendências e Conteúdos

EXPO REVESTIR

Transamerica Expo Center
São Paulo, SP
10h às 19h

Local
Business Suíte 12
Mezanino

pressar fluidez, com transições sutis e sem elementos em excessos. O acionamento em formato de cruzeta, preciso e suave, e o desenho funcional da bica garantem a melhor experiência de uso. A inspiração em referências clássicas imprime memórias afetivas, que tornam os produtos perfeitos para compor espaços contemporâneos com um toque de delicadeza. Disponível nas cores cromado e grafite escovado, com a exclusiva tecnologia DocolChroma®, que, além da cor, garante acabamento impecável e duradouro.

Linha Mix&Match - Se destaca pela liberdade de criação. São quatro diferentes tamanhos de bica de mesa e uma versão de parede associadas a diversas possibilidades de acionamento: volante cilíndrico recartilhado, bastão joystick ou sensor eletrônico Docol-Presence, que podem ser instalados em diversas posições na bancada.

INCEPA

A Incepa criou platafora de metais em 2016 e, a partir daí não para de crescer. Na ExpoRevestir 2019, a marca destaca a linha Eleven, composta por produtos para cozinha nas versões misturadores e torneiras de mesa e parede; para banheiro nas versões misturadores e torneiras de mesa, e ducha higiênica com derivação. E, ainda, acabamentos de registro para ambos espaços. Na Expo Revestir, a marca também expõe diversos monocomandos para banheiros, cozinhas e espaços gourmet.

Linha Eleven - linha de metais para cozinha e banheiros. Conceito do produto: com design elegante, linha completa de torneira, misturador, ducha higiênica e acabamento de registro para cozinha e banheiro, a Eleven atende a todas as necessidades estéticas e funcionais desses ambientes. Conta com: volante em formato de alavanca para mais facilidade ao abrir e fechar; arejador; mecanismo cerâmico de 1/4 de volta, que permite economia de, até, 50% de água; garantia de 10 anos. Acabamentos/cores: 100% metal cromado com exclusivo acabamento biníquel.
Opções: A linha é composta por 12 produtos para cozinha, nas versões misturadores e torneiras de mesa e parede; para banheiro nas versões misturadores e torneiras de mesa e parede e ducha higiênica com derivação. Tem, também, acabamentos de registro para ambos espaços.

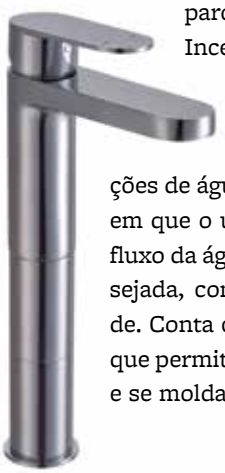
Linha Trentino - linha de torneiras e misturadores monocomandos para banheiros. Conceito do produto: formas arredondadas em design moderno, para cubas de apoio de lavatórios. Nas opções de torneira ou monocomando, contemplam opções para banheiros e lavabos. Conta com: arejador oculto, que confere design mais clean e proporciona economia de até 50% de água; monocomandos bica alta e baixa com mecanismo Cold Start, que proporciona economia de energia; torneiras com design inspirados nos monocomandos; misturadores, monocomandos e torneiras em duas opções de altura; garantia de 10 anos. Acabamentos/cores: 100% metal cromado com exclusivo acabamento biníquel que proporciona maior resistência à corrosão e brilho intenso por muito mais tempo.
Opções: misturadores monocomandos e torneiras, nas versões bica alta, bica baixa e misturadores monocomandos para banheira e/ou chuveiro.

Linha Misano - linha torneiras e misturadores monocomandos para banheiros. Conceito do produto: formas quadradas em design moderno para cubas de apoio de lavatórios. Nas opções de torneira ou monocomando contemplam opções para banheiros e lavabos. Conta com: arejador oculto, que confere design mais clean e proporciona economia de até 50% de água; monocomandos bica alta e baixa com mecanismo Cold Start, que proporciona economia de energia; misturadores monocomandos e torneiras em duas opções de altura; garantia de 10 anos. Acabamentos/cores: 100% metal cromado com exclusivo acabamento biníquel metal cromado.
Opções: misturadores monocomandos e torneiras, nas versões bica alta, bica baixa e misturadores monocomandos para banheira e/ou chuveiro.

Chuveiro Boss - chuveiro de parede. Conceito do produto: chuveiro de parede, em formato redondo, que prima pelo design do banheiro e o conforto de um bom banho. Conta com: espessura fina de 10 mm, garantia de 10 anos. Acabamento: cromado.

Linha Suite - acessórios para banheiro. Conceito do produto: com linhas quadradas e minimalistas, a linha Suite segue a tendência de um design elegante, leve e discreto. garantia de 10 anos. Opções: cabide, cabide duplo, toalheiro anel, toalheiro barra, saboneteira e papeleira.

Linha Incepa Colors - misturador monocomando para cozinhas. Conceito do produto: personalização da bancada da cozinha, com design moderno e praticidade total na limpeza e no preparo de alimentos. A Incepa Colors tem duas opções de cores e bica flexível 360º, com opções de água fria ou quente, em que o usuário conduz o fluxo da água na direção desejada, com muita facilidade. Conta com: bica flexível que permite giro de até 360° e se molda a qualquer posi-



SE A CAIXA ACOPLADA TEM UM MECANISMO CENSI...

... PRESSIONAR O BOTÃO TEM MUITO MAIS VANTAGENS.

ECONOMIA
QUALIDADE
SEGURANÇA
SOLUÇÕES
SUSTENTABILIDADE
CONFIANÇA
TECNOLOGIA

/CensiBrasil
www.censi.com.br

CENSI

A ESPECIALISTA EM MECANISMOS HIDROSSANITÁRIOS

Rua Bahia, 4385 - Salto Weissbach - Blumenau - SC
+55 47 3331-0500 - vendas@censi.com.br

ção conduzida pelo usuário; arejador oculto; design clean, com economia de, até, 50% de água; garantia de 10 anos. Acabamentos/cores: metal cromado com exclusivo acabamento biníquel; bica preta ou vermelha. Opções: preto e vermelho

KRONA

A Krona destaca, na linha de acessórios para banheiro, o Multissifão Simples Tubo Extensível e o Assento Sanitário Premier. A empresa dispõe, também, de uma linha completa de tubos e conexões para instalações de esgoto, água fria e água quente, ampla linha de acessórios para a construção civil, assim como extenso portfólio de linha elétrica. Ao todo são cerca de 1.000 produtos entregando soluções completas para projetos residenciais, comerciais e industriais.

MULTISSIFÃO SIMPLES TUBO EXTENSÍVEL: projetado para ligar a Válvula de Escoamento ao ponto de esgoto, mesmo em instalações desalinhadas; possui diâmetro universal entre DN 38 e DN 50, permitindo a instalação sem nenhum tipo de adaptador para ligação ao esgoto; possibilita, também, a instalação em válvula de 7/8", 1.1/4" ou 1.1/2" abrangendo todos os tipos de válvulas do mercado; eficiente mecânica de abertura e fechamento, permitindo fechamento perfeito mesmo depois de aberto; rigoroso controle de qualidade, garantindo ao consumidor muito mais segurança.

ASSENTO SANITÁRIO PREMIER: durabilidade; qualidade; disponível em 4 cores: Branco, Caramelo, Cinza Claro, Bege; compatível com vaso sanitário oval; fácil instalação.

Valdicir Kortmann, diretor Comercial da Krona, está otimista quanto à retomada da economia. "Para 2019, percebe-se que a economia está preparada para o crescimento. No entanto, diante do tamanho da recessão, a retomada será gradual e liderada pela redução das incertezas e elevação do consumo, com o grande desafio de aumentar a produtividade. Acreditando na retomada da economia, da construção civil e da confiança do consumidor, que já se fizeram presentes em 2018, a Krona está realizando grandes investimentos na aquisição de máquinas, equipamentos e tecnologia de gestão em RH, compras e logística para sustentar a expectativa de crescimento para 2019."

JED METAIS

Elizeu de Andrade, diretor de Jed Metais, manifesta as expectativas para o ano de 2019 no contexto político-econômico: "É esperado que o novo governo priorize as medidas sobre a política econômica, diminuindo a burocracia para estimular as negociações, em todos os âmbitos, além de trabalhar a fim de ter os ajustes fiscais pertinentes, e na reforma na área tributária, previdenciária e na redução dos gastos públicos. E pensar no favorecimento dos pequenos e médios empresários, que são quem movimentam mais o mercado de trabalho e sofrem com a instabilidade da economia brasileira."

KELLY METAIS

A Kelly Metais, empresa com 40 anos de tradição no segmento, destaca a Torneira de Mesa para Cozinha, da Linha Lake 4099 1/2 C-79, com bica móvel, arejador articulado e mecanismo cerâmico com 1/4 de volta. A linha Lake é composta por torneiras para banheiro e cozinha, acessórios para banheiro, ducha higiênica e misturadores para cozinha e lavatório.

Renato A. Pereira, também conhecido por Peninha, de Vendas e Trade Marketing da empresa, afirma que a construção civil é um dos principais pilares da economia brasileira. "Acreditamos que 2019 será um ano propício para acelerar rumo ao crescimento, pois as mudanças no cenário político nos levam a crer que o consumidor, os lojistas e a própria indústria, de modo geral, estão cada vez mais confiantes nas medidas idealizadas por nossos governantes", diz. "Dentro da premissa que 'mar calmo nunca fez bom marinheiro', visualizamos que os recentes acontecimentos nos proporcionaram um grande aprendizado. Certamente, estamos fortalecidos e acreditando, cada vez mais, no sucesso do constru-business. A reestruturação da Kelly Metais aconteceu de forma natural, com revisão do modelo de negócios, investimento em tecnologia e, principalmente, nos processos, por meio de uma consultoria. Nossa empresa está preparada para celebrar a retomada", anuncia.

Peninha ressalta que a companhia não está de braços cruzados. "Nossa equipe comercial está focada na busca por novas áreas de atuação, reativação de antigos parceiros e solidificação dos parceiros atuais". O gerente comercial Danilo Marques afirma que um dos principais objetivos da Kelly, em 2019, será consolidar as redes de varejo, segmento que mais

cresceu em 2018. Peninha revela que a expectativa de crescimento da Kelly em, 2019, é de 10% sobre 2018. "A empresa já preparou sua produção e logística para alcançar esse número. Observando, atentamente, as mudanças, temos a linha Gourmet Colors e a linha Pérola, que foram, completamente, remodeladas para serem os carros-chefes em todas as lojas de material para construção do Brasil", encerra.

KIMETAIS

O portfólio da Kimetais é focado em metais sanitários. Segundo o gerente Comercial e de Marketing da empresa, Silvio Henrique Lustosa da Silva, esses produtos são voltados ao segmento intermediário, em que a marca é referência no interior de São Paulo. "Estamos em expansão para a capital, Vale do Paraíba e Litoral", anuncia, ao destacar que a competitividade e a qualidade no segmento são marcas da empresa.

"A Kimetais completou 52 anos de existência no período mais difícil da economia brasileira e do segmento de materiais para construção", recorda Silva. Ele conta que a companhia familiar de capital fechado tem como CEO, e único acionista, Elizeu Xavier Júnior cujo slogan é 'paixão por qualidade' e por fazer parte da vida do povo brasileiro. "Em 2013, a Kimetais mudou o posicionamento, lançando um plano estratégico de cinco anos, pelo qual acrescentou em seu portfólio produtos de alta tecnologia e design, focando no público mais exigente. Foram lançadas linhas com design quadrado (linha Plena) e reforçaram o segmento intermediário, com as linhas Lume, Joy e Gol. Agora, para 2019, as perspectivas são as melhores possíveis. Desde o último trimestre de 2018 o mercado tem sinalizado crescimento no varejo", considera. Silvio destaca que, após a crise, o mercado mudou, as classes que estavam em expansão recuaram e que a Kimetais precisa atender todos os seus clientes que sempre admiraram sua marca e seu produto. "Mesmo sabendo de toda demanda reprimida da nossa economia, principalmente em moradias, o plano estratégico para os próximos cinco anos envolve o desen-

volvimento de uma linha competitiva de entrada no mercado. Para cumprir o objetivo de pulverização da marca, é necessário um produto que atenda ao novo público que faz aquisição em lojas de pequeno e médio varejo, concentradas em periferias e pequenas cidades", detalha.

Ele fala também sobre a dificuldade que representa a entrada de materiais e produtos acabados da China no mercado brasileiro, e alerta: "temos todas as qualidades possíveis para aquisição, mas a diferença é técnica e, muitas vezes, imperceptível para o consumidor no campo visual". Silvio antecipa que a Kimetais também pretende importar diretamente da China, em 2019, e estão em fase final para realizar uma joint venture com uma empresa de metais de alto luxo importadora da China.

Por último, Silvio destaca a importância de analisar se seus produtos estão posicionados corretamente: público, preço, qualidade, marca, tudo em equilíbrio. "Isso gera competitividade, ou seja, seu produto se torna atrativo para compra. Competitividade do produto é o custo em uso e seus benefícios versus seu preço, independentemente do valor de aquisição", pondera.

Otimista com o futuro, o gerente revela que, para suportar o crescimento, estimado em 15% para 2019, foi necessário buscar no mercado um diretor de TI, cargo atualmente ocupado por Evandro Campanha. "A perspectiva é de que, com a reforma da p\Previdência, o Brasil receba muito aporte de capital estrangeiro, aquecendo a construção civil", conclui.

KOHLER

A Kohler ressalta dois produtos de seu portfólio:

Misturador monocomando de mesa para lavatório Composed. Indicado para cubas de embutir, de sobrepor ou de apoio com deck, proporcionando maior conforto ao usuário. Possui arejador embutido articulado de fácil limpeza e jato laminar. Os acabamentos

duráveis da Kohler resistem à corrosão e às manchas. Acabamentos: cromado polido e titanium vibrante.

Misturador de mesa Purist. Misturador com duplo comando de mesa, acompanha mangueiras flexíveis 1/4" para uma instalação mais fácil. Possui arejador embutido articulado de fácil limpeza e jato laminar. Os acabamentos duráveis da Kohler resistem à corrosão e manchas. Acabamentos: cromado polido.

LEXXA BAGNO

Apostando em uma economia estável com inflação abaixo de 4% e sem oscilações nas taxas de juros, a Lexxa Bagno percebe que o mercado está trocando o elevado nível de incertezas por confiança. "As reformas que o novo governo propõe tendem a impactar positivamente, também, no setor da construção civil. E é nesse cenário que a Lexxa Bagno, empresa especializada na produção e na comercialização de louça e metais sanitários decidiu expandir a sua atuação em 2019", afirma o diretor Comercial Orli Ludtke. "Embora moderado, o crescimento em 2018 trouxe ânimo com a retomada da economia no último trimestre. Por esse motivo, a empresa investirá em uma terceira filial no Brasil, no Estado do Paraná.

A Lexxa Bagno, que tem sede em Porto Alegre, RS, já possui unidades em Santa Catarina (Araranguá) e em São Paulo (Jundiaí), além de uma força de vendas que atende a todo o Brasil", continua.

O aumento no mix de produtos da empresa também faz parte da aposta no crescimento de mercado. "A Lexxa, que já conta com uma diversidade de monocomandos, chuveiros e acessórios para banheiros e cozinhas em dourado, rose gold, black, aço escovado e o tradicional cromado, está incrementando o portfólio com cubas de design diferenciado que trazem beleza e tecnologia inovadoras, vindo ao encontro da expectativa de um mercado bastante exigente", anuncia Ludtke.

Segundo o diretor, o setor da construção civil espera grandes melhorias para 2019. " Os sinais já estão presentes, como a alta de ações na Bolsa de diversas empresas do ramo, talvez impulsionado pela alta do teto de financiamento de imóveis com recursos do FGTS."

O próximo passo é trazer de volta o volume para as produções em função da retomada de várias obras que estão paralisadas em todo País, como Minha Casa, Minha Vida que terá um orçamento de quase R$5 bilhões neste ano, e o crescimento do setor de construção médio alto", avalia.

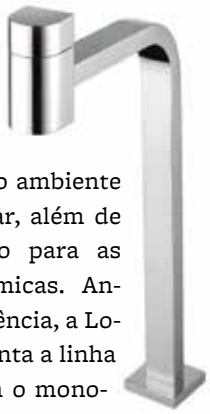
LORENZETTI

Destaques em metais Lorenzetti:

Linha LorenFlex - Cores marcantes e funcionalidade. A cozinha e varanda gourmet ganharam notoriedade e já se tornaram alguns dos espaços mais nobres e sociais do lar. Pensando nisso, a Lorenzetti aposta no complemento da linha LorenFlex, com os modelos de monocomandos para cozinha. Disponíveis nas cores red, black, white e gray, as peças chamam a atenção pelo acabamento marcante e funcionalidades essenciais para as práticas gastronômicas. A bica de silicone flexível colorida, além de garantir visual moderno e liberdade para a execução das atividades, oferece fácil limpeza, alta durabilidade, não mancha e não perde o brilho. Outro diferencial do monocomando LorenFlex é a presença de ducha com duas opções de jato: o spray, que facilita a lavagem de louças e alimentos, e o concentrado, para a limpeza mais direcionada.

LorenCode - Design moderno e delicado. Um metal sanitário que se caracteriza pelo design faz toda a diferença na composição estética do banheiro ou do lavabo. É o protagonista do ambiente. Atenta às novidades e às tendências, a Lorenzetti apresenta a linha de torneiras LorenCode. Disponível em duas versões, uma para cuba de apoio, e, outra, que pode ser utilizada em lavatórios e cubas de apoio com mesa, as peças se destacam pelo desenho moderno, que prioriza a mistura de formas redondas e retas, conferindo visual minimalista e delicado. Para proporcionar economia, o produto possui arejador, que uniformiza o jato, evitando respingos e desperdício de água.

LorenKitchen - Inspiração nas cozinhas e varandas gourmet. Modernas, as cozinhas e varandas gourmet, cada vez mais, recebem novas aplicações de cores, texturas e acabamentos, elementos que contribuem para tornar o ambiente o mais social do lar, além de conferir inspiração para as práticas gastronômicas. Antenada a essa tendência, a Lorenzetti complementa a linha LorenKitchen, com o monocomando na versão Black, no acabamento preto fosco. A peça apresenta ducha descartável que permite amplitude de movimentos, tornando as atividades culinárias mais práticas e agradáveis. A ducha flexível do monocomando também conta com dois tipos de jatos: spray, que facilita a lavagem de louças e vasilhas, e concentrado, para uma limpeza mais direcionada.



MEBER

Do portfólio de produtos, a Meber Metais destaca a Coleção Origami, com formas inspiradas na secular cultura japonesa e na delicadeza de sua arte.

Coleção Origami - uma linha de acessórios para banheiro com design inteligente e funcionalidade de uso que se combinam em harmonia, assim como nas dobraduras geométricas de papel que encantam pela minuciosa beleza. A coleção Origami aparece como novidade para a composição de projetos de salas de banho e lavabos com seis itens capazes de gerar composições com diferentes tipos de revestimentos, cores, texturas e estilos – especialmente em ambientes contemporâneos. Diferenciais: o portfólio traz destaques como o cabide e o toalheiro linear, diferenciados pelo acabamento quadrado das hastes, evitando que as peças deslizem

após acomodadas, garantindo mais praticidade às situações de uso. Ainda no quesito funcionalidade, o toalheiro argola é a alternativa ideal para quem tem a necessidade de aproveitar, de forma eficiente, o espaço do lavabo ou do banheiro. Saboneteira de parede, porta-xampu e porta-papel completam o mix da linha. Outra facilidade da linha Origami é a oferta no formato kit – com peças combinadas, que podem ser adquiridas em conjunto, facilitando o planejamento da ambientação do espaço. Segundo o diretor da empresa, Carlos Bertuol, dessa forma fica mais fácil, ágil e prático compor a aplicação completa dos acessórios. "Quem preferir, pode selecionar as peças individualmente para compra", indica. As peças têm 10 anos de garantia.

Acabamentos: assinada, com exclusividade, pela designer Juliana Desconsi (Intervento Design) a coleção Origami é fabricada em liga de cobre e está disponível na opção cromada.

Sobre as projeções de mercado, o diretor Carlos Bertuol se mostra otimista. "Desde o final do ano passado, percebe-se um movimento positivo na economia, com a retomada das intenções de negócios e dos planos de investimento. Essa percepção vem ganhando força em 2019, com projeções de crescimento para diversos setores, entre eles o do nosso varejo, que prevê expansão de 6,5%", declara. Questões como a retomada da estabilidade política têm grande importância para a manutenção desse cenário e sua concreta transposição para os negócios. "Outro ponto importante é a capacidade de reação das próprias empresas: aquelas que se prepararam para esse momento de retomada, certamente, largam na frente, com diferenciais competitivos junto ao mercado. Acompanhando essa visão, a Meber Metais inicia 2019 com renovado otimismo: almeja crescimento de

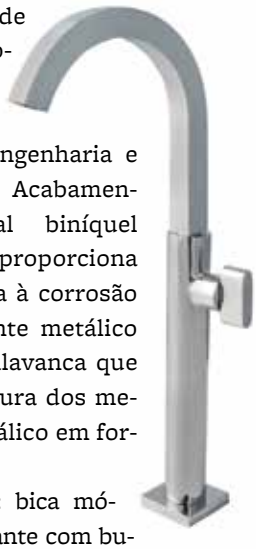
12%, atingindo faturamento de R$ 79 milhões. Em 2018, a empresa encerrou o ano com crescimento de 7%, e faturamento de R$ 70 milhões. Em destaque, a expansão de vendas para o Paraná, que aumentou 39%, e a projeção no mercado da região Nordeste – ali, as vendas subiram 26%", comemora.

PERFLEX METAIS

A Perflex Metais lança o misturador monocomando e torneira Week para banheiros.

A **Torneira de mesa para lavatório com cuba de apoio Week**, com design diferenciado e moderno é indica-

da para cubas de apoio. Composição básica: ligas de cobre, plásticos de engenharia e elastômeros. Acabamento: superficial biníquel cromado que proporciona alta resistência à corrosão e riscos. Volante metálico em forma de alavanca que facilita a abertura dos metais. Tubo metálico em forma quadrada.



Características: bica móvel 360º deslizante com bucha plástica que elimina a folga e duplo anel de vedação que evita vazamentos. Toda a linha possui arejador econômico embutido, que regula vazão da água, bem como facilita a filtragem de micro partículas de impurezas, evita respingos na cuba e desperdício de água. Cartucho de acionamento 1/4 de volta com pastilha cerâmica de alto desempenho, acionamento leve e vedação perfeita. Superfície de contato da canopla quadrada dotada de guarnição plástica que garante a vedação e mantém a rigidez do produto instalado. Garantia de 12 anos.

Misturador monocomando para lavatório de mesa Week. Misturador monocomando com design moderno e inovador que garante a beleza do banheiro. A união de formas retas e curvas dão um toque especial ao conjunto.

Composição básica: ligas de cobre (latão), inox, plásticos de engenharia e elastômeros. Acabamento superficial biníquel cromado que proporciona alta resistência à corrosão e riscos. Tubo metálico em forma quadrada.

Características: temperatura máxima da água 70°C. O Misturador Monocomando Week permite o ajuste da temperatura da água e intensidade do jato com apenas uma mão.

ROCA

A marca Roca, referência em design e inovação, traz à Expo Revestir lançamentos que reforçam o conceito de produtos inovadores para banheiros e cozinhas. Novas linhas, novos acabamentos e tecnologias que apostam em economia de água, sustentabilidade e design.

Para os metais sanitários, a marca amplia a coleção de monocomandos, como Insignia, Naia, Escuadra e Atlas. Também apresenta novidades em torneiras, misturadores, chuveiros Raindream e duchas manuais Plenum, Sensum e Stella – além de modelos para espaços gourmet, com destaque para os acabamentos com cor. Do ponto de vista de desenvolvimento tecnológico, destaque para a tecnologia Cold Start, criada para reduzir o consumo de água e energia. A colocação do volante na posição inicial fica reservada apenas para a água fria. Ao girar para a esquerda a água quente é gradativamente liberada. Desta forma, os rituais como molhar a escova ou rapidamente lavar as mãos, que não precisam de água quente, podem ser realizados sem que o aquecedor seja ligado desnecessariamente. Além, disso, o volante gira apenas para a esquerda e fica sempre centralizado, mantendo uma estética mais bonita.

Linha Insignia - misturadores bicomandos para lavatórios. Conceito do produto: design orgânico e variedade de cores em uma linha moderna e sofisticada para salas de banho. Conta com: mecanismo cerâmico de 1/4 de volta permite economizar até 50% de água; garantia de 10 anos. Acabamentos/cores: 100% metal cromado com exclusivo acabamento biníquel.

Linha Insignia - Monocomandos - misturadores monocomandos para salas de banho. Conceito do produto: design futurista e tecnologia sustentável. Conta com: sistema Cold Start, com abertura na posição de água fria que gera economia no consumo de energia elétrica em até 30%; garantia de 10 anos. Acabamentos/cores:100% metal cromado com exclusivo acabamento biníquel Opções: monocomandos para lavatório bica baixa, bica alta ou para instalação em parede; monocomando para bidê, banheira ou ducha e apenas para ducha e misturador para lavatório com bica alta.

Linha Carmen - misturadores bicomando e monoblocos para salas de banho. Conceito do produto: a linha Carmen revolucionou a tendência de banheiros na Espanha, em 1936. Renovada, agora traz ampla opção de metais para compor ambientes inspirados nos conceitos vintage e luxuosos. Conta com: misturador em versão monobloco, ou seja, integrado na mesma base de saída de água. Isso torna a instalação mais simples porque é necessário apenas um furo na bancada ou na louça; mecanismo cerâmico de 1/4 de volta que permite economizar até 50% de água; garantia de 10 anos. Acabamentos/cores:100% metal cromado com exclusivo acabamento biníquel. Opções: misturador monobloco para lavatório, misturador monobloco para bidê e misturador bicomando para lavatório.

Linha Atlas - linha de misturadores monocomandos para banheiros. Conceito do produto: a linha Atlas, desenvolvida pelo Roca Design Center, de Barcelona, traz um design com formas claras e planas, assim como quatro diferentes alturas de seus monocomandos para lavatórios, valorizando ao máximo o conforto. Conta com: sistema Cold Start, com abertura na posição de água fria, que gera economia no consumo de energia elétrica em até 30%; arejador que permite economia de água de, até, 50%; monocomandos para lavatório com quatro diferentes níveis de altura, monocomando para bidê e monocomandos embutidos para duchas e/ou banheiras.

Linha Escuadra - linha de metais para salas de banho.
Conceito do produto: coleção completa, com linhas retas, robustas e contemporâneas. Voltada a diferentes perfis de projetos, oferece ampla variedade em cores e funções para salas de banho, banheiros e lavabos. Conta com: monocomando com exclusivo sistema "Click® de segurança colabora para limitar a vazão de água. Ao abrir e sentir uma leve resistência na alavanca, o usuário estará consumindo dentro da faixa econômica (50% de vazão); ultrapassando-a, passará a trabalhar na faixa de maior vazão. No misturador bicomando e torneira, a linha traz o acionamento de 1/4 de volta, que permite economia de água de, até, 50%. Garantia de 10 anos. Acabamentos/cores: 100% metal cromado com exclusivo acabamento biníquel. Opções: misturadores monocomandos de bica alta e baixa para lavatório, de embutir, com desviador para banheira e ducha e versão de embutir para banheira ou ducha; misturador bicomando e torneira de mesa para lavatório, ducha higiênica e quatro opções de acabamentos de registro.

Linha L20-E - torneira eletrônica de mesa, com bica baixa. Diferenciais: a nova torneira eletrônica da Roca é ideal para quem busca requinte no espaço do banheiro, em locais de grande circulação. Além do design arrojado, com linhas orgânicas, a L20-E destaca-se pela funcionalidade: seu sensor eletrônico de acionamento, com fechamento automático após a utilização, permite economia de água de, até, 50%. Conta com: funcionamento por pilhas, sem necessidade de um ponto de energia elétrica; design elegante para espaço público, criado pela Roca Design Center de Barcelona. Acabamentos/cores: 100% metal cromado com exclusivo acabamento biníquel.

Linha Syra - monocomandos para cozinhas e espaços gourmet. Conceito do produto: a sofisticação ganha espaço nas bancadas de cozinhas e espaços gourmet com a linha de monocomandos Syra. Nas opções com bica em design curvo ou reto com ângulo de 90°, a bica extraível oferece maior praticidade no dia-a-dia. Da mesma forma, a escolha de temperatura, nas opções quente ou fria, uma característica dos monocomandos, favorece a limpeza e o preparo de alimentos. Voltado para o segmento premium. Conta com: bica extraível com dois tipos de jatos; sistema Cold Start com abertura na posição de água fria, que gera economia no consumo de energia elétrica em, até, 30%; garantia de 10 anos.Acabamentos/cores: 100% metal cromado com exclusivo acabamento biníquel. Opções: monocomandos com ângulo reto de 90° e com bica em formato "U".

SUPORTE PARA MICRO-ONDAS
E FORNO ELÉTRICO

Carga Máxima 30 Kgs
Fácil Instalação
Braço AJUSTÁVEL
5 Garantia 05 Anos

SBR3.7
SBR3.8

Acesse o QR Code
e saiba mais sobre o produto!

Siga-nos em nossas redes sociais!
www.brasforma.com.br

brasforma

SANITRIT

Xavier Desrousseaux, da Sanitrit, ressalta a bomba autoaspirante da marca, indicada para obras de reforma residencial ou de retrofit hospitalar e corporativo. “A solução permite instalar um chuveiro ou um ralo de banheiro onde quiser, mesmo no subsolo ou em locais sem desnível para levar o esgoto por gravidade”, diz. Sobre o mercado, o executivo comenta: “A Sanitrit cresceu mais de 80 %, em 2018, e vemos muito mais oportunidades de crescimento para 2019 graças à retomada dos investismentos na construção civil”.

SICMOL

O diretor-geral da Sicmol, Antonio G. Gomes, acredita que 2018 não foi um ano ruim para o segmento de acessórios para banheiros. “Tomo, como referênci,a a Sicmol, que teve um bom crescimento. Fizemos poucos investimentos, mas, mesmo assim, foi positivo. Para o ano de 2019 estamos bastante otimistas, com previsão de mais investimentos em equipamentos.

Também estamos bastante avançados no desenvolvimento de novos produtos, especialmente para atender ao público da melhor idade, pois entendemos que existe uma grande necessidade de itens para banheiros direcionados a esse público. Este será um ano de crescimento bastante significativo ao segmento em geral.”

STEEL DESIGN

Foco para dois dos maiores sucessos de vendas da Steel Desing:

Kit linha INOOX: conjunto com 5 peças fabricados em aço inox e alumínio, resistente à maresia com preço acessível.

Porta-xampu da linha CLASS: produzido de vidro com acabamento de metal cromado e design quadrado.

Idenilson Barros, comenta que a empresa está, também, desenvolvendo novas linhas de produtos e preparando a fábrica para o aumento de consumo. “Nossa expectativa é de crescimento de 10% neste ano por causa das ações que estamos fazendo com os clientes em comemoração ao aniversário de 15 anos da empresa, aliado à percepção de muito otimismo nos pontos de venda pela retomada de crescimento no setor de construção civil”, declara.

TRAMONTINA

Otimista com a retomada do mercado, a Tramontina prepara novidades para o ano. “O fim da recessão e as expectativas positivas em 2019 mostram que o país retoma as oportunidades rumo ao crescimento coletivo, principalmente, no segmento de construção civil. A Tramontina segue em atualização constante e está apresentando diversos lançamentos neste ano. No segmento de cubas, pias, torneiras, misturadores e lixeiras, já é possível perceber a retomada e a tendência é que isso se intensifique nos próximos meses”, avalia Felipe P. Lazzari, diretor Comercial da empresa.

Na linhas de cozinhas, o executivo destaca a coleção Morgana, conhecida pelos consumidores e profissionais da área de arquitetura e decoração. Segundo a empresa, são produtos que reúnem características que facilitam a rotina na cozinha, além de agregar mais valor do que as tradicionais cubas de embutir e chamadas popularmente de número 0, 1 ou 2. “Neste ano, ampliamos a coleção Morgana com dois novos modelos, o que garante atender aos mais variados projetos e necessidades dos especificadores e que serão apresentados, em primeira mão, durante a Expo Revestir”, comenta Lazzari. Conheça as novidades:

Morgana Undermount: modelo com 60cm de largura interna, especial para instalação por baixo da bancada.

Morgana Maxi: modelo para instalação por cima da bancada, com 86cm de largura (42% maior que o modelo tradicional), para cozinhas amplas e usuários que desejam um espaço diferenciado para lavagem de louça ou alimentos. Ideal para áreas gourmet, por exemplo. São três composições com diferentes acessórios como tábua para corte de alimentos, cesto coador, dosador de sabão ou misturador em inox.

“No total, a família de produtos Morgana agora contempla 10 diferentes composições desde referências apenas com a válvula, até as mais completas, com tábua, dosador de sabão e misturador em aço inox”, detalha Lazzari.

Em produtos para banheiros, a Tramontina segue as tendências do uso

de metais coloridos em lavabos e salas de banho, e apresenta a Lixeira Útil de aço inox com revestimentos especiais à base de verniz. O produto está disponível nas cores rose gold, gold e black, além do modelo com a tradicional cor do aço inox. “O utensílio deixa a aparência dos ambientes mais elegante, com um produto durável e de visual moderno. As lixeiras são produzidas de aço inox com acabamento polido e com capacidade de 5 litros, contendo aramado interno para fixação do saco de lixo e serão apresentadas, em primeira mão, ao mercado durante a Expo Revestir”, anuncia o executivo.

TIGRE METAIS

Veja o que as linhas Tigre Metais oferecem para cada espaço da casa:

Banheiro

Tigre Lit - essa linha é marcada por leveza, simplicidade e facilidade de manusear. É composta por um misturador, torneira, ducha higiênica e acabamento universal para registro. Diferenciais Misturador e Torneira: com visual moderno e mais clean, os novos itens garantem o uso sem respingo, além de economizar água. Ambos têm acionamento 1/4 de volta com mecanismo cerâmico de alta performance. O Misturador acompanha válvula de saída de água para cuba. Diferenciais Ducha Higiênica: com apenas um ponto de água, é possível abastecer a caixa de descarga acoplada e a ducha higiênica. Com acionamento de 1/4 de volta com mecanismo cerâmico de alta performance, a produto tem mais facilidade para abrir e fechar. Diferenciais acabamento universal para registro: é versátil e compatível com as principais bases de registro do mercado para bitolas de 1/2”, 3/4” e 1”.

Tigre Lean - os modelos dessa linha são destacados porpraticidade, sofisticação e versatilidade, já que se adaptam a todos os ambientes e propiciam perfeita harmonia com os demais itens do local. Diferenciais Misturador e Torneira: com visual delicado, os produtos têm como objetivo garantir o uso sem respingo, economizando água. O Misturador tem forma de alavanca, o que facilita o uso.

Diferenciais Ducha Higiênica: o acionamento de 1/4 de volta com mecanismo cerâmico de alta performance garante a sofisticação ao banheiro.

Acabamento universal para registro:

possui acabamento em formato de alavanca o que facilita o uso no dia a dia.

Linha Quarter - essa linha é composta por duas torneiras, uma ducha higiênica e acabamento universal para registro.

Diferenciais Torneiras: são dois modelos, sendo um com a bica alta. Ambas possuem acionamento de 1/4 de volta com mecanismo cerâmico de alta performance. Diferenciais Ducha Higiênica: seu acionamento de 1/4 de volta com mecanismo cerâmico de alta performance, garante a sofisticação ao banheiro.

Diferenciais acabamento universal para registro: possui acabamento em formato de alavanca, o que facilita o uso no dia a dia.

Monocomando Centre - linha que conta design harmônico e estilo bastante moderno. Diferenciais Misturador Monocomando e Misturador Monocomando Bica Alta: contam com arejador inclinado o que direciona o jato de água para dentro da cuba. A temperatura da água também pode ser controlada em um único comando, com identificador de temperatura nas cores vermelha e azul – quente e fria, respectivamente. Diferenciais Acabamento para base Monocomando de Chuveiro: controla a vazão e a temperatura da água em um único comando.

Acessórios GOA - com design minimalista e slim, a linha apresenta design harmônico, combinando com vários estilos de banheiro e torneiras. Os acabamentos são cromados refletindo maior beleza e durabilidade. A linha é composta por Porta Toalha Barra, Porto Toalha Rosto, Papeleira, Cabide, Saboneteira e Prateleira.

Cozinha – Linhas Monocomando Dual e a Monocomando XX - linhas que apostam na funcionalidade, pois têm bica móvel e flexível, com facilidade ao puxar e encaixar a ducha, além de possibilitar o ajuste da altura da bica. Também destaca-se a resistência da mangueira flexível com malha que não descasca ou solta com o tempo; e a praticidade, pois acumulam poucos pontos de sujeira, tornando mais fácil a limpeza.

VÍQUA

A Viqua Indústria de Plásticos ressalta a linha de acessórios para banheiros Atlantis. "Com design moderno, as peças são fabricadas 100% de ABS, material resistente que não oxida e não enferruja", afirma Daniel Alberto Cardozo Júnior, presidente da empresa. Ele explica que os produtos possuem suporte destacável para facilitar a limpeza, acompanham buchas e parafusos e são de fácil instalação. O Kit Atlantis é composto de um toalheiro argola, saboneteira, cabide e papeleira. Possui cinco anos de garantia de fábrica.

"A Víqua inicia o ano apostando na retomada da economia, com reflexos importantes no desempenho dos principais setores em que atuamos, com soluções ao uso doméstico, predial e para irrigação. A retomada da confiança por parte do consumidor e das próprias empresas, ao lado da queda nas taxas de juros, garantem maior fôlego para o mercado de construção civil, após a crise pela qual nosso país passou nos últimos dois anos. A queda do estoque de imóveis prontos, à venda, e a retomada das concessões do governo também geram expectativa de melhoras. Nessa linha, estamos dando andamento a projetos importantes no campo da inovação que darão base ao crescimento que desejamos para o próximo período", conclui o executivo.

ARTPLAS

A Artplas destaca os **Kits de Acessórios para banheiros** com grande variedade de modelos e cores. São kits com papeleira, toalheiro, saboneteira e porta-xampu, que organizam o banheiro com excelente custo-benefício. Destaques para o **Kit ONIX** e para a linha de acessórios de sobrepor, que conta com porta-algodão, saboneteiras, porta-escovas de dentes e copo, em cores divertidas, para decorar e alegrar seu banheiro.

A empresa tem uma linha diversificada que inclui armários, cantoneiras, assentos sanitários, cestos, tapetes, espelheiras e Kits de acessórios.

GTRES

A GTRES destaca a ligação flexível com válvula/registro de segurança, lançada exatamente para evitar os problemas de vazamento que causam preocupação aos consumidores. Fabricado de aço inox, o produto vai além da qualidade: evidencia a preocupação da marca com a segurança dos usuários.

Quanto ao mercado, a empresa segue

HEAVY DUTY®
Better to use Heavy Duty

Os **Discos Diamantados** Heavy Duty® foram desenvolvidos para operações pesadas que necessitam de precisão de corte.

São capazes de cortar diversos tipos de materiais, desde alvenaria até asfalto.

HEAVY DUTY®
Better to use Heavy Duty
www.heavyduty.com.br
(41) 4042-7435 / contato@heavyduty.com.br

otimista para esse ano: “Já existe um ar otimista para a economia brasileira, em 2019, e isso é facilmente perceptível nas pessoas. Do ponto de vista prático, dentro do setor da construção civil, os empresários estão motivados a retomar projetos e, conforme o novo governo cumprir com suas propostas (reforma tributária e previdenciária), acredito que o otimismo aumentará, ainda, mais e auxiliará na realização dos projetos dentro do ano. Fora isso, existe uma demanda reprimida no setor imobiliário e, com esse engajamento na construção, a queda dos juros e a retomada do crédito, o setor de construção civil deverá ter um crescimento sustentável a partir de 2019”, diz Ricardo Granja, diretor da marca GTRES.

DECA

O conceito de modernidade costuma ser entendido como um ideal ou visão de mundo relacionado à ruptura com o tradicional. Essa ideia vem acompanhando o desenvolvimento dos produtos Deca ao longo dos anos, especialmente com a criação de novas demandas de mercado e a necessidade de adaptação ao mundo contemporâneo.

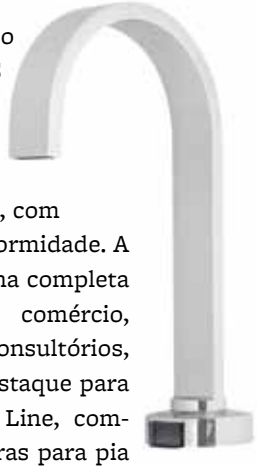
Especialista em apresentar soluções que agregam conforto, design inovador e tecnologia com valor competitivo, a marca traz ao público a linha de metais para banheiros, mostrando que nunca foi tão fácil ter um produto da marca líder de mercado em sua casa.

Com acabamento cromado clássico, o design das torneiras surpreende. São diversos os tipos de alavancas e bordas, que justificam o fato de serem, além de destaques da Deca em conforto, modernidade e conveniência, os grandes best sellers do setor:

Flex – Com acionamento em cruzeta, essa torneira traz a solução por trás de um design clássico com o toque certo de elegância. O seu design icônico vira protagonista em qualquer cozinha, ideal, também, para ilhas gourmet.Conta com acionamento por alavanca e água quente e fria. Esta peça chega ao mercado para atender a todas as necessidades, inclusive de investimento. Uma das melhores opções Deca em custo benefício

Flex Plus – A modernidade é materializada nas formas arredondadas e abertura em alavanca que acompanha o modelo. Funcionalidade e conforto são suas marcas registradas. É ideal para quem procura decorar a cozinha de forma clássica e elegante, unindo praticidade e qualidade. Com inúmeras características que facilitam ainda mais o dia a dia, como seu arejador articulado, esta torneira é reflexo de mobilidade e alcance durante as atividades.

MPS



Há mais de 20 anos que a MPS está no mercado, produzindo torneiras, registros e acessórios, com qualidade e conformidade. A empresa tem linha completa para residência, comércio, escritórios, consultórios, hospitais etc. Destaque para as linhas Front Line, composta por torneiras para pia de cozinha, lavatórios, tanque, jardim e outros para Conjunto Habitacional; e Super Luxo e Luxo.

grupo perlex

CONECTE-SE AO FUTURO!

A cada dia estamos nos reinventando para melhoria de nossos produtos e serviços.
Com linhas arrojadas, design moderno, elegância e funcionalidade.
Grupo Perlex, Há 56 anos presente no seu dia a dia
com qualidade e durabilidade.

NÃO POLUENTE · PRODUTO NACIONAL · RESPONSABILIDADE SOCIAL · SISTEMA DE GESTÃO TÜV QUALIDADE

www.grupoperlex.com.br - (11) 4661-2414

A linha mais completa de materiais elétricos do Brasil!

EMPRESAS DO GRUPO PERLEX

A COMBINAÇÃO DE **PISOS E REVESTIMENTOS FRIOS** NUMA MESMA OBRA

Fechando a sequência de três artigos sobre o consumo de pisos e revestimentos frios, tendo como base uma pesquisa realizada pelo DataMkt Construção – sistema de inteligência de mercado cogerido por Leroy Merlin, Eucatex, Votorantim Cimentos e Deca –, com 900 consumidores que realizaram reformas e obras residenciais, no período de maio de 2017 a abril de 2018, vamos analisar de que maneira os consumidores de piso cerâmico, porcelanato e revestimento cerâmico para parede os combinaram numa mesma obra.

Recapitulando dados dos artigos anteriores, do total de entrevistados, 62,4% trocaram pisos e revestimentos em geral, sendo que os três tipos mais colocados nas residências foram: piso cerâmico, com 54,6%; porcelanato, com 46,9%; e revestimento cerâmico para parede, com 38,8%.

Mas, é de se esperar que esses consumidores os combinaram durante a obra, correto? Sim, para a maior parte.

Dos 54,6% dos entrevistados que colocaram piso cerâmico, 19,4% não os combinaram, nem com porcelanato, nem com revestimento cerâmico para parede. Porém, 16,7% compraram e colocaram, também, revestimento cerâmico para parede; e, 12,3%, porcelanato.

Já porcelanato foi comprado e colocado com exclusividade por 22% dos entrevistados. Porém, outros 12,3% os combinaram com piso cerâmico; e, 6,4%, com revestimento cerâmico para parede.

Por fim, revestimento cerâmico para parede foi comprado e colocado com exclusividade por 9,5% dos entrevistados. Porém, outros 16,7% os combinaram com piso cerâmico; e, 6,4%, com porcelanato.

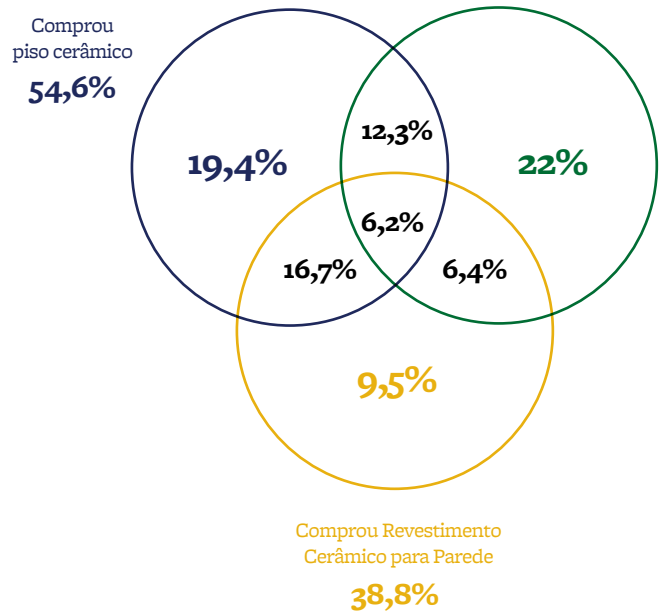
Por fim, 6,2% combinaram os três tipos de pisos e revestimentos frios numa mesma obra.

Vemos, portanto, que, ao considerarmos os três tipos, a maior parte é comprada e colocada de maneira combinada numa obra residencial, com maior índice de exclusividade para porcelanato e, menor, para revestimento cerâmico para parede, como podemos ver no gráfico abaixo.

De qualquer maneira, é claro que são vendas sinérgicas, que devidamente estimuladas pelas indústrias e varejistas, podem potencializar umas às outras, inspirar os consumidores com combinações criativas, de acordo com o seu poder aquisitivo e a imaginação.

Com esse artigo, fechamos uma série de análises sobre o comportamento de consumo dos principais tipos de pisos e revestimentos frios.

O Grupo Revenda está presente na Expo Revestir 2019, de 12 a 15 de março, num estande preparado para receber e surpreender varejistas e atacadistas de materiais construção.



	Índice de exclusividade - %
Piso Cerâmico	35,5
Porcelanato	46,9
Rev. Cerâmico	24,5

Questão: Quais os tipos de pisos e revestimentos que você comprou para a obra? (considerando apenas combinação entre quem comprou piso cerâmico, porcelanato e revestimento cerâmico)
Amostra Absoluta:613

Fonte: DataMktt Construção

EXPO REVESTIR

10–13 MARÇO 2020

10–11 BUSINESS DAYS
NEGÓCIOS E NETWORKING

12–13 CREATIVE DAYS
TENDÊNCIAS E CONTEÚDOS

Visitar a Expo Revestir é sempre uma experiência única.

Dias de visitação com foco em diferentes interesses.

exporevestir.com.br

Promoção

ANFACER
ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS FABRICANTES DE CERÂMICA PARA REVESTIMENTOS, LOUÇAS SANITÁRIAS E CONGÊNERES

Organização

NÜRNBERG MESSE

Eventos Conjuntos

forum
INTERNACIONAL DE ARQUITETURA, DESIGN E CONSTRUÇÃO

SUSTENTABILIDADE É ARGUMENTO DE VENDA

A Henkel, fabricante das marcas Pritt, Loctite e Schwarzkopf Professional, simplificou a embalagem da linha de selantes Cascola Flexite 50g, como parte de sua estratégia global de sustentabilidade. Reformulada, a embalagem consiste, apenas, na própria bisnaga, eliminando a cartela de papelão, o blister plástico e o aplicador. Com a mudança, pensada e realizada pela equipe brasileira, em 2012, foi possível eliminar o consumo anual de 10,4 toneladas de papel e 6,6 toneladas de plástico. O sucesso do projeto brasileiro foi replicado para outros 14 países, incluindo México, Espanha, França e Itália, para marcas irmãs da Cascola.

Sérgio Crude, diretor de Segurança, Saúde, Meio Ambiente e Sustentabilidade da Henkel para a América do Sul, informou que, para a companhia, a nova embalagem gerou economia de 1.770m³ de água e 88.500 kilowatts/hora por ano, o equivalente à quantidade de energia necessária para abastecer a linha de envase de selantes durante um mês. Além disso, o tubo, também, ficou mais maleável, o que possibilitou o consumo até a última gota aos consumidores.

O projeto – que levou dois anos para ser concluído – teve de levar em conta estética, compatibilidade química dos materiais e layout técnico, de forma que contenham todas as informações obrigatórias e as adaptações no maquinário de envase.

Há 39 anos na Henkel, e desde 1993 na área de sustentabilidade, Sérgio fez curso de engenharia ambiental na FAAP, quando ainda não existia curso regular. Depois, foi para a Irlanda e Porto Rico, para aprender mais sobre a área. Conhecia muito a teoria, mas faltava a prática. "Sorte que estou na Henkel. Conheço várias empresas, mas acho pouco provável que outra dê tanta liberdade para trabalhar na área de sustentabilidade como esta. Em 2010, a Henkel lançou a estratégia de sustentabilidade para 20 anos, até 2030, e, a cada cinco anos, faz atualização. É para ser três vezes mais ecoeficiente em tudo: econômica, segurança das pessoas dentro da fábrica, e mais eficiente. De 2010 a 2030, pretende ser 30% mais eficiente na redução do carbono, no consumo de água e energia elétrica. Todas as unidades Henkel estão interligadas e, tudo é monitorado diariamente", diz.

Apesar de todos os esforços da empresa em reduzir os processos produtivos e de apresentação do produto para preservar o planeta, Sérgio sabe que, dificilmente, o consumidor percebe. "É difícil o consumidor final perceber, mas fazemos a nossa parte. Como o Cascola Flexite, que, antes, vinha com 5 itens de embalagem: cartela, blister, tubo, bico aplicador e na embalagem. Hoje, o tubo vem numa única apresentação. O que significou menos embalagem para o consumidor final. Essa redução significou três itens a menos na embalagem, reduzindo 1.000 cortes de árvores por ano e a redução de 1.100m³ de água para produzir estas embalagens e também

energia para produzir", explica.

A Henkel lançou um projeto global, no final de 2018, de estratégia de embalagem plástica, e, em 2025, vai abolir, completamente. Todas as embalagens deverão ser recicláveis, reusáveis ou compostáveis, que se decompõe em aterros sanitários. "A meta é reduzir mais de 2.000 toneladas de plástico que vão para os oceanos todos os anos, e enviar à reciclagem. A partir deste ano, com a utiização do uso de PET nas embalagens blister, vamos reduzir 180 toneladas a menos de PVC em nossos produtos, utilizando um produto totalmente reciclável e os revendedores serão orientados a passar estas informações no ponto de venda", finaliza.

POLIURENATO

No segmento de colas e adesivos para a indústria moveleira, a Henkel, também, investe nas matérias-primas renováveis de origem vegetal.

Essa divisão trabalha com adesivos para todos os tipos de móveis de madeira e tudo o que numa casa, que não seja construção civil, mas correlato, como colchão, portas, molduras, rodapés.

"A principal tecnologia que trabalhamos nesse mercado moveleiro é o adesivo base água, que funciona muito bem e tem capacidade muito boa de adesão, além de ser, ecologicamente, correto", informa Thiago Samora, gerente da unidade de negócios de Adesivos Industriais para Móveis e Construção da Henkel para América do Sul.

Samora diz que a preocupação em desenvolver um produto ecologicamente correto é muito grande: "Investimos em nossa fábrica de Poliuretano acima de 10 milhões de reais, que foi o maior investimento da Henkel em uma planta de poliuretano no mundo. E essa fábrica é primordial para mostrar a importância que a Henkel dá aos países emergentes", explica.

Samora avisa que o consumidor, hoje em dia, não sabe que está levando para casa um móvel ou colchão que teve a aplicação de uma cola ecológica. "Este consumidor deve saber que está comprando uma mesa com aplicação da cola que não utiliza mais solventes, e, sim, produtos base água, que têm o mesmo desempenho com menos impacto ambiental."

Como no Brasil há uma tendência muito grande de utilizar produtos renováveis, a Henkel está se tornando referência mundial. Hoje, na Henkel existe um processo muito interessante: tem uma capacidade excelente de produção na Alemanha, sua sede, mas estão tentando utilizar o que há de bom nos países emergentes. O poliuretano, também, é fabricado em Jundiaí e exportado para outros países.

Samora anuncia que, a partir de 2019, o Brasil será o HUB de produção de poliuretano para América Latina, o que impactará, positivamente, no market share da unidade de negócio de Adesivos Industriais para Móveis e Construção.

A HORA É AGORA

Neymar, Messi, Suarez, ao vivo no Brasil, em junho. A alegria do bom futebol está de volta aos gramados brasileiros com a disputa da Copa América, o mais antigo torneio de seleções do mundo. Uma pausa nos tempos bicudos vividos no início do ano

A partir do dia 14 de junho, o brasileiro terá a grande chance de ser feliz, novamente. É que vai acontecer a 46ª edição da Copa América de Futebol, o torneio mais antigo de Seleções do mundo, e que retorna ao Brasil depois de 30 anos. Serão cinco cidades-sede (Belo Horizonte, Porto Alegre, Rio de Janeiro, Salvador e São Paulo) e 12 Seleções participantes. Em campo, nove títulos da Copa do Mundo da FIFA reunidos e algumas das maiores estrelas do futebol mundial, representando o Brasil, Argentina, Bolívia, Chile, Colômbia, Equador, Paraguai, Peru, Uruguai e Venezuela. A novidade será a presença do Japão e do Catar países convidados.

Depois do vexame no Mundial do Brasil, em 2014, e o "quase", no ano passado, na Russia, Neymar terá a grande oportunidade de mostrar que pode ser um dos maiores jogadores do mundo em atuação. Com exceção do português Cristiano Ronaldo, que vai acompanhar de longe, pela TV, outros rivais do brasileiro, estarão em campo, como Leonel Messi, que deverá vir com a seleção argentina, e Luizito Suarez, com a seleção uruguaia. Assim como Neymar, o argentino tem de mostrar, pelo menos aos compatriotas, que tem estrela de campeão.

O Brasil não deverá parar para assistir a Copa América, como acontece nos Campeonantos Mundiais, mas será uma boa oportunidade para levantar os ânimos, depois de tantas tragédias que tivemos no início do ano.

A Copa América desfilará por seis estádios: Morumbi (SP), Maracanã (RJ), Arena Corinthians (SP), Arena do Grêmio (RS), Arena Fonte Nova (BA) e Mineirão (MG). A abertura será no Morumbi, em São Paulo, e a final está marcada para o Maracanã, no Rio de Janeiro. Como podem ver, nada da megalomania que foi a Copa do Mundo, com jogos em Brasília, Mato Grosso, Manaus.

Na **Chave A**, além do Brasil, estão: Bolívia, Peru e Venezuela.

Na **Chave B**: Argentina, Colômbia, Paraguai e Catar.

Na **Chave C**: Uruguai, Chile, Japão e Equador.

O último campeão foi o Chile e o campeoanto foi disputado, em 2016, nos Estados Unidos.

Para a compra de ingressos, acesse: www.copaamerica.com.

CHAVE DE GRUPOS

GROUP A
- BRAZIL
- BOLIVIA
- VENEZUELA
- PERU

GROUP B
- ARGENTINA
- COLOMBIA
- PARAGUAY
- QATAR

GROUP C
- URUGUAY
- ECUADOR
- JAPAN
- CHILE

ARTIGO POR JAIME TROIANO, PRESIDENTE DA TROIANOBRANDING

AS MARCAS DAS MIL E UMA NOITES

No mundo das coisas sempre em mudança, com tendências apontando para um novo futuro, deixando a sensação de que nada será como antes, vale muito a pena refletir sobre aquilo que é quase eterno e que está escrito e preservado há muitos séculos. Como a inspiradora saga da Sherazade. Ela não foi escrita para isso, mas é uma aula para quem quer ou precisa gerenciar marcas e seu poder de mercado.

No texto de As mil e uma noites, conta-se que um rei persa chamado Shariar vivia amargurado e muito deprimido pela infidelidade de sua mulher. Para encarar o problema, simplesmente mandou matá-la e mais: resolveu passar cada noite com uma nova esposa, que ele ordenava que fosse degolada na manhã seguinte. Um belo dia, recebeu Sherazade como sua nova mulher e ela começou a contar-lhe uma longa história que atiçou muito sua curiosidade. Antes que a noite terminasse, Sherazade interrompia o relato, mantendo o clima de suspense e deixando o novo capítulo para a noite seguinte. A criativa e estratégica atitude estendeu o casamento com o monarca por mil e uma noites e ela acabou sendo poupada da morte.

Com as "marcas Sherazade", acontece a mesma coisa! Elas têm sempre uma nova história para contar, têm sempre um novo capítulo para acrescentar ao anterior, têm sempre a capacidade de fazer o cliente, o consumidor esperar até o capítulo seguinte. Sem abandoná-la e sem riscá-la da sua lista de preferências. Sem matá-la, enfim. "Marcas Sherazade" podem não ter todas as "noites" a mesma capacidade de provocar emoções de alta intensidade. Mas têm sempre algo a acrescentar, sempre algo que faz com que você não as descarte. Diz o texto de As mil e uma noites que, ao longo de todos aqueles anos, Sherazade acabou tendo três filhos e que foi também em nome do amor às crianças, que o rei a poupou.

Esse é um dos grandes ensinamentos das marcas Sherazade: seus filhotes, suas extensões de marca ou de negócios, multiplicam o envolvimento que você tem por elas. E aí, é muito mais difícil viver sem elas. Muitas empresas e marcas, por razões as mais diversas param de contar suas belas histórias e não sabemos ainda como o "cliente-consumidor-Shariar" vai reagir. Talvez não seja tão impiedoso como foi o monarca. Porém, estejam certos de que ele não ficou feliz com isso. As histórias que estas marcas contam em sua comunicação o entretêm e informam em todas as horas do seu dia e de suas noites.

Não sejamos ingênuos, sabemos o que são estes tempos bicudos que estamos vivendo. Conhecemos bem a necessidade de enxugamento de investimentos de marketing e comunicação. Mas conhecemos, também, as fantásticas oportunidades de contato que a engenharia digital colocou em nossas mãos. E mais, todas as formas inovadoras e nem sempre tão dispendiosa de experiências de marca que, criativamente, podemos desenvolver.

Mesmo com todas as dificuldades de que estamos conscientes, muitas marcas Sherazade não deixaram de contar alguma história, ou algum capítulo novo, ao seu Shariar e soberano cliente-consumidor.

Não são apenas as grandes e tradicionais corporações que desfilaram com suas "marcas Sherazade". Isto não é um atributo exclusivo deste perfil de empresas. Ao contrário, acho que deve ser uma obrigação das que querem crescer e não podem se limitar a contar uma ou outra história apenas, vivendo de soluços de comunicação. Ninguém cresce em uma noite, mas em mil e uma.

O tempo vai mostrar, para quem ainda não está convencido, que a Sherazade ganhará a batalha final contra as marcas retraídas, que nunca têm nada para contar. O importante não é usar montanhas de recursos para contar uma história ao mercado e sair de cena. O mais importante, mais criativo, mais estratégico e mais eficaz é ter sempre algo para alimentar o fio da meada. Ainda que em pequenas doses, em capítulos, noite após noite. As marcas Sherazade apontam o caminho mais seguro que nos leva ao futuro. Ainda que demore mil e uma noites!

30 de Julho a
02 de Agosto
2019

FIERGS

PORTO ALEGRE - RS

Terça a Sexta: 13h às 20h

Construsul

22ª Feira Internacional da Construção

INOVAÇÃO - TECNOLOGIA - LANÇAMENTOS

AGENDE-SE PARA FAZER BONS NEGÓCIOS!

Informações e reservas:
comercial@suleventos.com.br
51.3225.0011
www.feiraconstrusul.com.br

APOIADORES CONSTRUSUL 2018

REALIZAÇÃO:
SUL EVENTOS
FEIRAS PROFISSIONAIS

RACUIA MODERNIZA

RENDICOLLA

Acompanhe nossas redes sociais

rendicolla
rendicolla

www.rendicolla.com.br

ADQUIRA NOSSOS PRODUTOS PARA A SUA REVENDA

42 3252.3051

COLOU? NÃO SOLTA MAIS!

São quase 70 anos de história no setor de materiais de construção, com alcance nacional e atendimento voltado ao público varejista e profissional. Estruturada em duas marcas fortes, Racuia e Fera Atacadista, a empresa mantém a gestão familiar e investe continuamente na modernização de sua operação. Recentemente, a Fera entregou à Candossim e Cabana a missão de estruturar um ambiente gerencial em uma de suas instalações. O segundo andar da Fera Atacadista, na avenida Rio das Pedras, zona Leste de São Paulo, agora abriga uma sala de reuniões, sala para treinamento, novos banheiros e copa, projetados para atender melhor clientes e parceiros da marca.

Perto de concluir uma outra etapa, a loja da Fera Atacadista está sendo redesenhada. "Transferimos as áreas de conferência para o estoque, deixando a loja com melhor circulação, área de conveniência e uma disposição mais inteligente dos produtos. Nossa ideia foi agregar serviços e trazer mais conforto para nossos clientes e equipe", explica Carlos Racuia, diretor Comercial da empresa. Segundo Carlos Racuia, o consumidor, hoje, não busca só produto, mas, também, orientação de como ampliar suas vendas em suas respectivas lojas, que melhorias pode fazer em seu varejo inspirado no seu fornecedor. A Fera /Racuia quer ser esse parceiro, que leva o melhor produto, com preço justo e seja a referência de bom atendimento e ambiente inspirador.

"A Fera Atacadista trabalha mais focadamente no público local, Grande São Paulo e arredores. Enquanto a Racuia, que fica na Av. Alberto Camus, 152 - Jardim Vila Formosa, atende compradores de todas as regiões. "Cada loja tem uma proposta, com dimensões e públicos próprios. O projeto de cada loja considerou as necessidades de atendimento, conforto, disposição, fluxo de pessoas e produtos para que o resultado seja uma loja com fácil circulação, atrativa e confortável para todos", explica Margaret Candossim. "A empresa tem como objetivo atender outros lojistas, ou seja o seu maior público são comerciantes desse setor. Pensando nisso, criamos uma loja com maior conforto e com características distintas, onde cada um de seus clientes, sintam-se à vontade. A ideia é mostrar que em espaços pequenos, mas bem projetados, podemos, sim, ser diferentes e dar melhor experiência de compra aos clientes. Criamos uma loja simples, compacta, mas eficiente em atendimento e em prestação de serviço", detalha Celso Cabana.

Use os produtos
IMPERMACX
A SUA OBRA AGRADECE
O SEU BOLSO TAMBÉM!

Uma história tão sólida como as nossas obras: são três fábricas, 22 anos e milhões de produtos vendidos. Quem entende de obra sabe: preço é importante, mas é a qualidade que evita prejuizos 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
MACXICOLA
Super Ligante

macxcola.com.br

71.3394.1368 77.3427.6095 81.3542.1462

viajando pelo BRASIL

Confira as datas e os locais das principais feiras do segmento

17ª EXPO REVESTIR
De: 12 a 15 de março
Local: Transamérica Expo Center, São Paulo, SP
www.exporevestir.com.br

FEICON BATIMAT
Feira Internacional da Construção
De: 09 a 12 de abril - 2019
Local: São Paulo Expo Center, SP
www.feicon.com.br

EXPOSEC 2019
Feira Internacional de Segurança
De: 21 a 23 de maio
Local: São Paulo Expo Center, SP
www.cipafeiramilano.com.br

FEIRA CONSTRUSUL
22ª Feira Internacional da Construção
De: 30 de julho a 02 de agosto
Local: Centro de Eventos da Fiergs, RS
www.feiraconstrusul.com.br

CONCRETE SHOW
Feira Internacional de Construção, Tecnologia e Equipamentos
De: 14 a 16 de agosto
Local: São Paulo Expo Center, SP
www.concreteshow.com.br

12ª INTERMACH 2019
Feira Internacional de Tecnolgia, Máquinas e Equipamentos
De: 17 a 20 de setembro
Local: Pavilhões da Expoville Blumenau, Santa Catarina
www.intermach.com.br

ABRAFATI 2019
EXPOSIÇÃO INTERNACIONAL DE FORNECEDORES PARA TINTAS
De: 01 a 03 de outubro
Local: São Paulo Expo Center, SP
www.abrafati.com.br

TUBOTECH
Feira Internacional de Tubos e Conexões
De: 01 a 03 de outubro
Local: São Paulo Expo Center, SP
www.tubotech.com.br

CONSTRUMETAL
8ª Feira da Construção Metálica
De: 14 a 16 de outubro
Local: São Paulo Expo Center, SP
www.buildshow.com.br/pt/construmetal

TUBO TECH
As principais novidades e lançamentos de produtos e equipamentos no segmento de Tubos, Válvulas, Bombas, Conexões e Componentes estarão na 10ª Tubotech, que acontece de 1 a 3 de outubro em São Paulo. Realizado a cada dois anos, o evento é organizado e promovido pela Cipa Fiera Milano com o apoio da ABITAM (Associação Brasileira da Indústria de Tubos e Acessórios de Metal) e da Tarcom Promoções.

Simultaneamente, acontecerá a 4ª Wire South America – Feira Internacional de Fios e Cabos, cujos produtos e visitantes têm grande sinergia com os públicos da Tubotech.

Os eventos conjuntos terão a participação de mais de 500 marcas expositoras nacionais e internacionais, que ocuparão uma área de 20 mil m², e público estimado em 13 mil profissionais do setor.

A feira foi lançada em 2002 e cresceu organicamente até 2009, considerado o melhor ano do evento. Mas, foi em 2007, pela parceria com a Messe Düsseldorf, que a Tubotech ganhou características de evento internacional ao receber expositores de diversos países. Atualmente, a feira alemã Tube, organizada pela Messe Düsseldorf, tem intercâmbio com a Tubotech para promover a vinda de expositores e visitantes internacionais.

Os principais mercados atendidos pelo setor são construção, óleo e gás, automotivo, duas rodas, mineração, implementos agrícolas e refrigeração.

"A Tubotech é uma das maiores feiras do mundo para o setor de tubos e segmentos correlatos. Durante os três dias, ela gera negócios, difunde conhecimentos e promove network, além de mostrar uma infinidade de produtos, serviços, máquinas e equipamentos para inúmeras utilizações, com destaque para aplicações em gasodutos e oleodutos on e offshore, poços de petróleo, minerodutos, adutoras, construção civil e industrial, energia, plataformas marítimas, refinarias, petroquímicas, sucroálcool, construção naval, mineração, papel e celulose, automobilística, construção civil, dentre outros", afirma Rimantas Sipas, diretor comercial da Cipa Fiera Milano.

www.ilumi.com.br

ilumibrasil

Não existe sensação melhor do que a de sentir-se em casa

E olha que de lar a gente entende.

Quando nos sentimos à vontade dizemos que estamos "em casa", não é mesmo? É exatamente assim que nos sentimos quando vemos que fazemos parte do dia a dia de nossos clientes.

Por isso, trabalhamos desenvolvendo soluções que te permitem realmente aproveitar os melhores momentos sem preocupações.

ILUMI

MATERIAIS ELÉTRICOS

a marca do lar brasileiro.

QUEM COMPARA QUALIDADE **SEMPRE PEDE LAMESA.**

MAIS SEGURANÇA
E TRANQUILIDADE
PARA SUA OBRA

LAMESA
CABOS ELÉTRICOS

Tel.: (19) 3623 1518 • vendas@lamesa.com.br • lamesa.com.br