

Revenda



ED. 343 | ABRIL 2019 | ANO XXXI
www.gruporevenda.com.br

PIAS E CUBAS

Não há
limite para a
criatividade

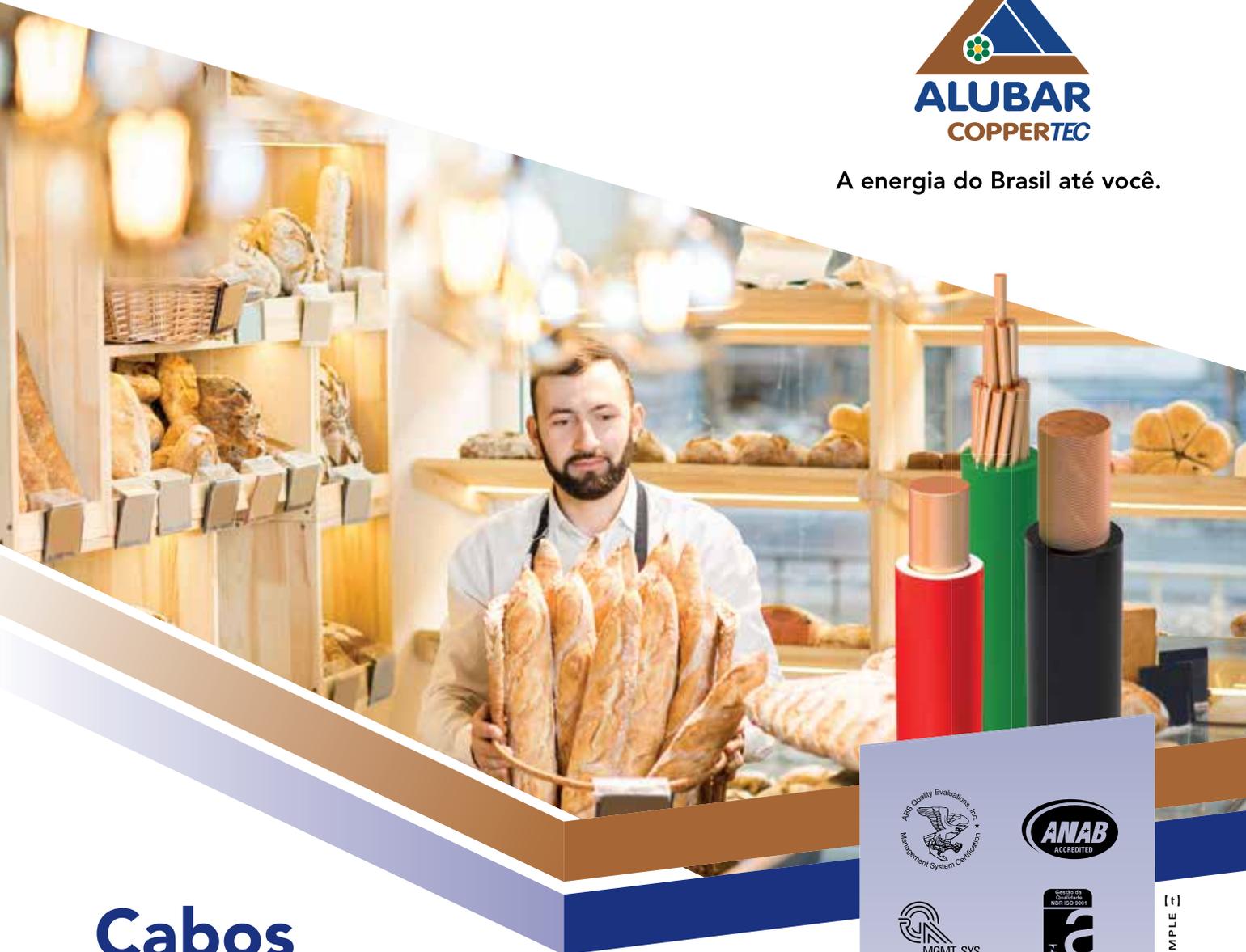


FERRAMENTAS, A CEREJA DO BOLO

Design, desempenho,
utilidade. Argumentos
que vendem, ainda, mais.



A energia do Brasil até você.



Cabos Tecnofire

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

Fabricados com a reconhecida qualidade Alubar, os cabos Tecnofire® - 450/750V são produzidos com isolamento em material termoplástico PVC/A, 70°C, tipo BWF, sendo resistentes à propagação de chamas. Por isso são recomendados para instalações internas, industriais, comerciais e residenciais de energia e força. Com boa flexibilidade, são fáceis de instalar em dutos de pequeno raio de curvatura e simples de utilizar em painéis e quadros de comando.

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



TEMPLE

Sistema de Gestão da Qualidade ISO 9001:2008 Certificado n° 34695

Sistema de Gestão Ambiental ISO 14001:2004 Certificado n° 43259

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:

AIQUID IDEIA
design

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 colonistas 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

ESQUEÇAM O PRÉ-SAL

A salvação do Brasil está na terra! Nenhum cientista político, político profissional, fazendeiro ou integrante do Big Brother é o mentor da frase acima. Esta é uma das observações dos futurólogos do planeta; da geração redes sociais, do tablet, smartphones e todos os que se comunicam pelo WhatsApp ou Messenger.

O futuro prevê que a maior parte dos aparelhos disponíveis para facilitar as nossas vidas, ferramentas elétricas, computadores, smartphones e outros menores, serão movidos a bateria de lítio, com desempenho e capacidade de carga/duração muito maior do que os mortais aparelhos movidos a simples pilhas ou baterias de chumbo. E, a esse grupo, vai se juntar o transporte: os carros, os caminhões e os ônibus elétricos, com potentes baterias à base de lítio, que transportarão os humanos para todos os cantos, reabastecendo em tomadas espalhadas pelas cidades ou estradas. E com zero de poluição. O futuro já chegou.

Pesquisando dados para apresentar os caminhões do futuro (reportagem a partir da página 54), que serão movidos por baterias elétricas, descobrimos que o Brasil tem uma das maiores reservas de lítio do mundo.

E a região com maior concentração está em Minas Gerais, estado marcado por recentes tragédias causadas por mineradoras, no Vale do Jequitinhonha. Estimativas apontam que o Brasil vai fornecer 8% da produção mundial de lítio, também, já chamado de petróleo branco.

Há poucos anos, era impossível imaginar veículos totalmente elétricos circulando pelas cidades. Hoje, quase todos os grandes fabricantes de veículos automotores têm modelos totalmente elétricos ou híbridos (gasolina e bateria), fazendo com que o preço do barril do petróleo despenque, cada vez mais. A Venezuela,

que faz parte da OPEP (Organização dos Países Exportadores de Petróleo), tem uma das maiores reservas petrolíferas do mundo, e está, praticamente, quebrada, com grande parte da população passando fome (menos os governantes da era da bonança, que vivem, nababescamente, espalhados pela Europa). A fatura era tão grande que a PDVSA (a Petrobras deles) patrocinou o piloto venezuelano Pastor Maldonado na Fórmula 1 de 2011 a 2015, em plena era Hugo Chávez. E, para um país com viés popular, nada mais elitista do que a Fórmula 1...

Voltando ao nosso mundo, mais realista, caminhamos para o caminhão elétrico. Não apenas os VUC (Veículos Urbanos de Carga), que podem fazer entregas nos grandes centros urbanos, mas, também, para os gigantes das estradas, principalmente, os utilizados pelos atacadistas distribuidores do nosso segmento.

Claro que, para isso, teremos de ter ruas e estradas bem pavimentadas e postos de reabastecimento elétrico aos montes.

E dizer que, em 1974, o engenheiro brasileiro João Augusto do Amaral Gurgel apresentou, no Salão do Automóvel da época, um pequeno veículo de 2 lugares chamado de Itaipu, totalmente elétrico. Não deu certo, é verdade, mas insistiu, e, em 1981, lançou o E-400, utilitário com capacidade para 400kg ou 500kg de carga, elétrico. O sonho durou pouco, porque as oito enormes baterias de chumbo ácido lhe davam autonomia inferior a 127 quilômetros. Hoje, os elétricos comercializados no mundo todo não rodam menos de 300 quilômetros e, alguns, já têm autonomia para 500 quilômetros.

Quem diria que, um dia, ainda iríamos dirigir um carro elétrico?

Boa leitura

Roberto Ferreira

82BPC

BAE

BEL

BEL E BAE COM
OPCIONAL DE
BIQUEIRA DE AÇO,
COMPOSITE E
PALMILHA
ANTIPERFURO.

CALÇADOS DE SEGURANÇA BRACOL. A MELHOR OPÇÃO PARA ENCARAR O TRABALHO PESADO.

- Máximo de proteção e conforto;
- Calçados tecnológicos em couro, nobuck e botas impermeáveis;
- Indicados para diversos setores, especialmente o industrial;
- Normatizados pela NR32.



Entre em
contato conosco:
14 3533.2200



PORQUE VOCÊ É IMPORTANTE

Revenda

EDIÇÃO 343 | ABRIL 2019 | ANO XXXI



Foto: Merchandising Vonder



12 **FERRAMENTAS**
Elétricas ou manuais, as ferramentas são as meninas dos olhos nos pontos de venda.



28 **A VOZ DO VAREJO**
Os diferentes modelos de negócios



40 **PIAS E CUBAS**
Fabricantes investem no design, cada vez, mais ousados.



58 **REVESTIR**
O bom gosto e as novidades em um só lugar

06 **ENTREVISTA**

54 **CAMINHÕES ELÉTRICOS**

82 **AGENDA**

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 prejuízos no futuro. Os produtos Impermacx têm tecnologia europeia com controle de qualidade rigoroso, garantindo segurança, durabilidade e acabamento. Tenha em sua loja produtos de primeira!

ARGAMASSA
MACXICOLA
Super Ligante

macxcola.com.br

71.3394.1368 77.3427.6095 81.3542.1462

Por Roberto Ferreira / Fotos divulgação



“NÃO POSSO ERRAR”

A empresária Sandra Papaiz é crítica com ela mesma. E encara desafios profissionais com a segurança demonstrada por poucos executivos da indústria. Depois de vender a Papaiz, fabricante de cadeados e fechaduras, e a Udinese, fabricante de acessórios para esquadrias, no final de 2015, poderia embarcar na “dolce far niente” que muitos querem, cuidar dos netos e assistir, a distância, a eterna luta dos empresários nacionais para tentar manter as próprias indústrias rentáveis. Mas, aos 65 anos, decidiu começar tudo de novo, com o mesmo pique de quando começou, aos 19 anos, na Papaiz, empresa fundada pelo pai, Luigi Papaiz, para cuidar da área de exportações. Agora, apenas, com um detalhe: não pode errar.

Mas, a experiência de viver no chão de fábrica (e, às vezes, na garupa da Lambretta do pai, que está exposta na recepção do condomínio industrial da família, em Diadema, SP) a levaram a um novo desafio: fabricar reguladores de gás.

Em entrevista exclusiva à revista **Revenda Construção**, Sandra Papaiz fala dos planos e de como não conseguiu ficar longe da agitada vida de empresária.

▶ **Revenda Construção - Começar tudo novamente...?**

Sandra Papaiz - Sim. Não consigo ficar parada. Depois da venda da Papaiz para o grupo Assa Abloy, no final de 2015, eu pensei: não posso ficar parada, cuidando dos netos! Não é o meu perfil, e procurei novos desafios.

▶ **Por que reguladores de gás?**

Com a venda da Papaiz, eu não posso fabricar produtos correlatos com cadeados, fechaduras ou ferragens para esquadrias. Tudo o que é solução para porta não pode mais, porque a marca foi junto, e que era o core do nosso negócio. Então, contratei uma

empresa para pesquisar oportunidades de mercado e surgiu o segmento de reguladores de gás. Outros produtos, também, como escadas, ganchos, acessórios para o público da terceira idade e, até mesmo, malas de viagem. Optamos pelos reguladores, por ser um mercado com potencial muito grande no Brasil e nos países vizinhos. Estamos falando de um mercado de 1,2 milhão de peças/mês, dominado por um grande fabricante há muitos anos. Então, por que, não?

▶ **Será um produto diferenciado?**

Partimos para fazer o produto mais básico do mercado, não queria começar com uma inovação e correr riscos, mas são reguladores de médio e alto padrão. Não posso colocar a marca Papaiz, de tanta tradição e prestígio no mercado de materiais de construção, em um produto não muito bom. Tem que ser excelente. As próprias pesquisas que fizemos, apontou que o padrão do produto deveria ser Papaiz, remetendo aos produtos que já fizemos e à marca que construímos há muitos anos.

▶ **Como foi esse insight?**

Após efetivarmos a venda, dois meses depois, eu já estava estudando a marca Papaiz, e o que poderia produzir com a marca; que produtos poderia fazer que não conflitassem. Contratamos o Alexandre Wollner, que havia feito uma atualização da marca Papaiz, há alguns anos, que desenhou uma nova marca para nós e fez uma pesquisa para saber os produtos que poderíamos fabricar sem conflitar com os vendidos. Simples, assim.

▶ **E como foi encontrar as pessoas certas para trabalhar nesse novo segmento?**

Fui atrás do João Francisco Gonçalves, que foi comercial da Papaiz durante muitos anos, e conversamos

“Não posso colocar a marca Papaiz, de tanta tradição e prestígio no mercado de materiais de construção, em um produto não muito bom. Tem que ser excelente. As próprias pesquisas que fizemos, apontou que o padrão do produto deveria ser Papaiz, remetendo aos produtos que já fizemos e à marca que construímos há muitos anos.”

SANDRA PAPAIZ,
CEO da Aquileia

sobre os planos. Ele indicou uma pessoa que conhecia tudo de reguladores, o Rogério Papini, que trabalhou, muitos anos, no maior fabricante de reguladores de gás do Brasil, mas estava fora do mercado, prestando consultoria à 3F, no Rio de Janeiro. E começamos a detalhar, fazendo um projeto econômico de viabilidade. Estou com uma equipe excelente, que tem total empatia com a marca e disposta a trabalhar com muita garra.

▶ **Foi preciso montar uma nova fábrica? Novas instalações?**

Vendemos para a Assa Abloy, apenas, o conteúdo. As instalações prediais pertencem à família. Então, a Aquileia, minha empresa, alugou o galpão onde funcionava a Papaiz à Papaiz Gas Control, que já está em operação, com maquinário moderno, laboratório de testes e pronta para produzir 20.000 peças/mês, mas, com a proposta de fabricar 50.000 peças/mês no segundo semestre. A fábrica está ocupando 1.000 metros quadrados do galpão localizado em Diadema, na Grande São Paulo, que pertence à Cicap, empresa da família Papaiz, com foco no segmento. Foi construída

uma máquina de embalagem automática que estou babando.

► Aquileia?

Este é o nome da minha empresa. Aquileia, remete à figura da águia e foi uma das cidades mais importantes do Império Romano, e pago royalties à Papaiz Participações – empresa da família –, pelo uso da marca.

► E qual é a previsão de faturamento?

Pretendemos responder, em três anos, por 10% de um mercado estimado em R\$ 300 milhões. O segmento tem margens pequenas, então, é preciso atingir certo volume, rapidamente. O faturamento projetado para o primeiro ano de atuação da Aquileia é de R\$ 12 milhões. A intenção é atender aos mercados residencial e semi-industrial de todo o país. Fizemos uma bela embalagem, o produto é bom, temos as certificações do Inmetro para comercializar, pois são produtos que envolvem risco. O design é um pouco diferente, mas não pode fugir muito do padrão existente. Todos os equipamentos para a fabricação já estão instalados e fizemos uma pequena produção de 2.500 reguladores, que exportamos para a Bolívia, Paraguai e Colômbia, onde não preci-

sa do selo do Inmetro para teste de mercado. O resultado foi excelente. Quanto à venda no Brasil, todos os produtos terão o selo de homologação do Inmetro, uma exigência que cumprimos. É um produto que exige muita seriedade na fabricação.

► Segurança e qualidade são palavras que a sra. mais pronunciou em sua carreira empresarial, certo?

O atributo segurança é muito forte nesse segmento, e a Papaiz leva uma pequena vantagem sobre os demais, porque fabricou produtos de qualidade inquestionável. A marca Papaiz tem 67 anos, o que não é pouco. É uma marca democrática, de varejo, para o consumidor final. Tem marcas boas no mercado, mas não têm a proximidade com o consumidor final que temos. Um exemplo é a marca Udinese, que fabricávamos e, também, foi vendida para a Assa Abloy. Faz ferragens de excelente qualidade, mas o consumidor final não conhece. Agora, pergunte ao fabricante de janelas? Com certeza, vai colocar, no topo da lista de produtos, a Udinese. Mas, é um mercado B2B. O balconista, normalmente, oferece Aliança, mas como também Papaiz é uma marca que está há muito tempo no varejo, com serie-

dade, confiabilidade e desempenho, ou seja, bons atributos, então, o próprio balconista ou o lojista sabe que um produto Papaiz será de boa qualidade. Claro que vamos ter de fazer um trabalho intenso para divulgar o nosso produto. Sei que o concorrente é líder de mercado, e irá continuar sendo. Quero um pedacinho para, quem sabe, daqui a 30 anos, vender o mesmo número deles...

► Como será feito este trabalho?

O mercado onde vamos atuar é bastante conhecido por nós porque estamos



“Pretendemos responder, em três anos, por 10% de um mercado estimado em R\$ 300 milhões. O segmento tem margens pequenas, então, é preciso atingir certo volume, rapidamente. O faturamento projetado para o primeiro ano de atuação da Aquileia é de R\$ 12 milhões.”

SANDRA PAPAIZ,
CEO da Aquileia



Sandra Papaiz e a equipe da Aquileia

FERRAMENTAS MANUAIS

Resistência e funcionalidade no
trabalho profissional e industrial!

www.vonder.com.br



PRÉ-LANÇAMENTO
na FEICON

Linha de
Ferramentas a
Bateria Intercambiável

Maior autonomia
e mobilidade no trabalho



É bom trabalhar com

vonder®

Maior durabilidade para instalações, reparos e manutenções! A escolha é sua e a qualidade é VONDER!

atuando há muito tempo. Temos os atacadistas que trabalham todo o Brasil; os atacadistas regionais; o varejo de material de construção, e, apenas, ainda não conhecemos o especialista do gás, lojas que vendem e instalam fogões, mas, o Papini conhece bem. O curioso é que os clientes torcem por nós. Estou sendo muito bem recebida pelos lojistas, que ficaram contentes com a nossa entrada no mercado. Sabem que a marca Papaiz é referência de qualidade e segurança. Desenvolvemos uma bela embalagem, que irá se destacar no ponto de venda.



“A nossa ideia é produzir 50.000 peças por mês no final do primeiro semestre. Claro que vai depender do mercado, mas, analisamos todas as hipóteses, não foi feita apenas com emoção, mas, também, com razão. O investimento foi de, aproximadamente, R\$2 milhões, sem, ainda, marketing e comunicação, o que passará dos R\$2,5 milhões.”

SANDRA PAPAIZ,
CEO da Aquileia

► **As revendas são importantes para a sra.?**

Muito! Vamos começar as vendas pelo varejo, que conhecemos muito bem, e o treinamento será fundamental para a divulgação do nosso produto. Quem é do varejo sabe que o relacionamento com o vendedor, o balconista, é fundamental para o sucesso do produto. Esse profissional tem de ser treinado afim de oferecer, com a máxima segurança, o seu produto. Também teremos materiais de ponto de venda muito bonitos e explicativos. Os atuais fabricantes empobreceram tanto esse produto que, praticamente, não existe comunicação no ponto de venda. Nós, como Papaiz, sempre nos preocupamos em levar novos produtos ao mercado, inovando e fazendo a marca desejada pelos consumidores. Eu gosto de participar de feiras, ganhar prêmios pela qualidade e o design dos produtos que fabrico. Então, vamos ser um diferencial. É para levantar o nível. Não queríamos que o cadeado virasse commodities, caso contrário, os chineses chegariam de baciada, e o mercado acabaria para os fabricantes. Então, trabalhar a marca, com embalagens bonitas e funcionais, é fundamental para o sucesso do produto.

► **Quais as metas?**

A nossa ideia é produzir 50.000 peças por mês no final do primeiro semestre. Claro que vai depender do mercado, mas analisamos todas as hipóteses, não foi feita apenas com emoção, mas, também, com razão. O investimento foi de, aproximadamente, R\$2 milhões, sem, ainda, marketing e comunicação, o que passará dos R\$2,5 milhões.

► **Não tem medo do desafio?**

O meu irmão disse que eu estava louca... Na minha idade (65 anos), depois de tudo o que já fiz e passei, não posso fazer uma bobagem. Se eu tivesse vinte e poucos anos de idade, poderia errar, que teria tempo de consertar e abrir outras frentes, e o mercado iria dizer: “da próxima ela acerta.” Mas, não agora, por isso fizemos um belo estudo e estamos, desde os meados do ano passado, implementando o projeto. E contratamos as pessoas certas.

► **Pode falar de preço e garantia?**

Nosso preço será acima do mercado, porque terá design, desempenho e garantia de 5 anos. E, a cada 5 anos, tem de trocar o regulador, é obrigatório e pouca gente sabe. Dentro do regulador, que é blindado, tem uma membrana de borracha que regula a pressão da passagem do gás e, com o tempo, essa membrana vai perdendo a flexibilidade, e fica mais rígida. Não causa perigo algum ao consumidor, mas

vai diminuir o desempenho do regulador e informar, erroneamente, que o gás do botijão acabou, quando, ainda, tem produto. Prejuízo para o consumidor. E isso é pouco comunicado para o consumidor.

► **O que os concorrentes estão dizendo?**

Os concorrentes têm visão de muito volume, com pouca rentabilidade. Eu penso diferente: eu quero um produto premium, porque, atrás da marca, tem qualidade, que vem junto à experiência, à seriedade, e serviço de pós-venda. Somos muito exigentes quanto à política de vendas. Neste ponto, eu aprendi, muito, como meu pai, que o mercado tem regras que devem ser cumpridas. Para todos, sem exceção, caso contrário uma loja está comprando por um preço e outra, ao lado, por outro, o mercado vai se voltar contra nós. Isso não irá existir na Papaiz Gas Control. O atacadista nacional tem um tipo de preço, o regional, outro, e o varejo ainda outro. Se você faz muito baratinho para o nacional, você atrapalha o regional, que é prejudicial e, você, não pulveriza o produto, o que é muito importante.

► **Está feliz?**

É um ato de insanidade, espero que não me internem.

CARROS HIDRÁULICOS E EMPILHADEIRAS

LANÇAMENTOS

Máxima agilidade, resistência e produtividade para suas operações logísticas! Garanta processos mais eficazes, com equipamentos modernos que se adequam a cada necessidade e com rigor técnico incomparável!

www.vonder.com.br

Sempre utilize equipamentos em proteção individual VONDER

Assista aos vídeos e siga a VONDER nas redes sociais!



/vonderferramentas



Visite o nosso stand
Rua Principal (F)

09 a 12
ABRIL
2019

FEICON
BATIMAT

Baixe um aplicativo leitor de QR CODE e confira as informações técnicas de cada produto pelo seu smartphone!



É bom trabalhar com

vonder®

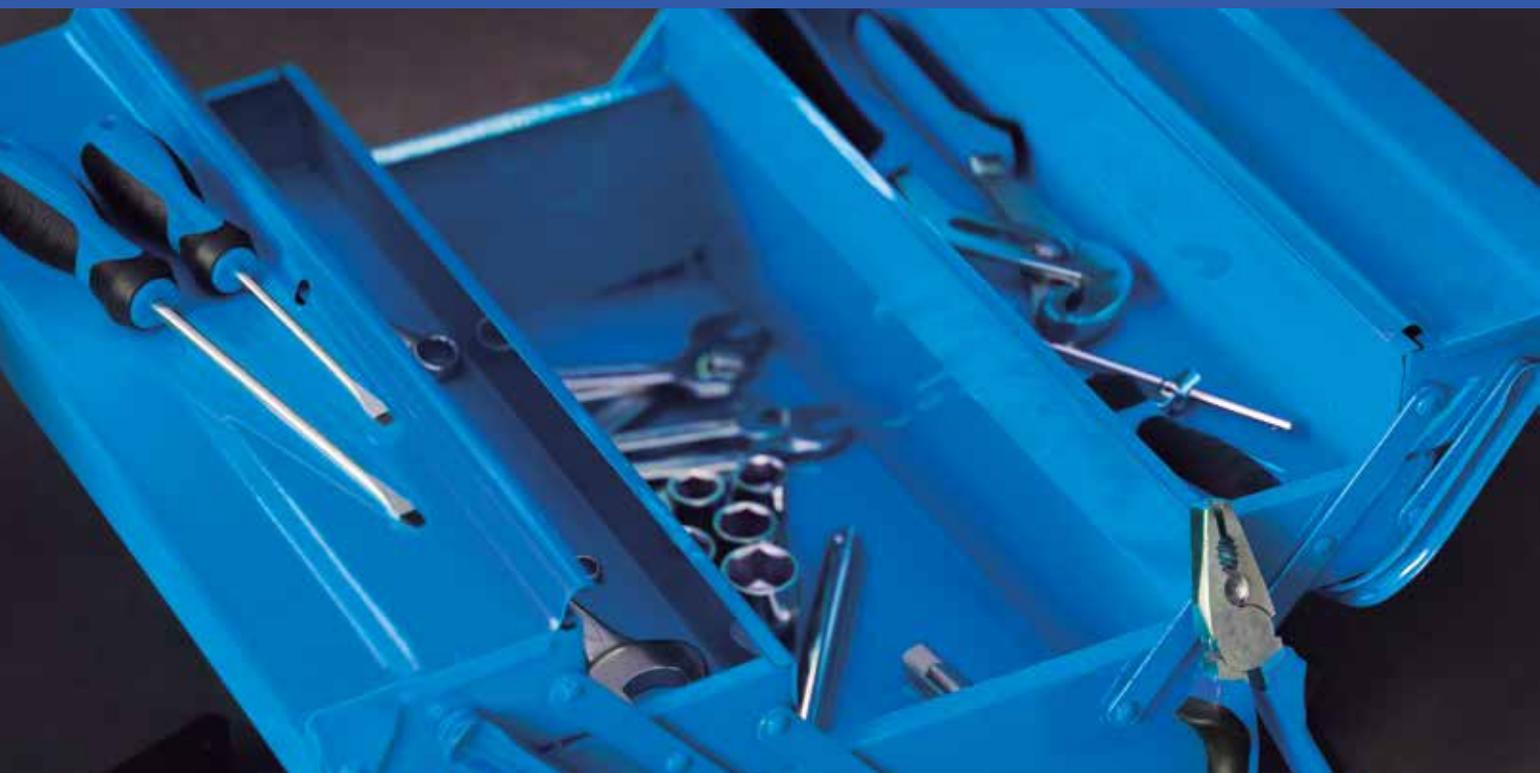
Produtividade e segurança nas operações logísticas! A escolha é sua e a qualidade é VONDER!

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

FERRAMENTAS MANUAIS E ELÉTRICAS



FAÇA VOCÊ MESMO COM AS FERRAMENTAS CERTAS



BRASFORT

Condor 90

CORTAG
REVOLUTION TOOL

GAMMA
FERRAMENTAS

Gran Disco
DIAMANTE AZUL

HD HEAVY DUTY
Better to use Heavy Duty

PENERAG VITÓRIA
FERRAMENTAS

TYROLIT

vonder
vonder.com



Um tour pelos
melhores produtos

FERRAMENTAS MANUAIS E ELÉTRICAS



Recentemente, fechamos o Painel Comportamental do Consumo de Materiais de Construção 2018, que entrevistou 900 consumidores que haviam realizado obras/reformas residenciais no período de setembro de 2017 a agosto de 2018, e, pela primeira vez, desde o Painel de 2014, investigamos a disposição desses consumidores para realizarem, por si próprios, manutenções, reparos, pequenas reformas e melhorias domésticas, o velho e bom “Faça você mesmo.”

Entender o que isso significa, pode trazer importantes informações para o varejo de materiais de construção, na composição do mix de ferramentas manuais e elétricas, e, na maneira como esse perfil de cliente deve ser abordado nos balcões e corredores das lojas.

Então, vamos definir esses perfis.

Do total de entrevistados, 25,9% disseram não ter qualquer tipo de interesse no assunto, inclusive, já chamando um profissional para fazer o reparo, a melhoria ou manutenção, não alterando sua rotina.

Para esses consumidores, tudo indica, é perda de tempo tentar vender uma simples parafusadeira.

Por outro lado, 60,6% disseram que tentam fazer a maioria das coisas sozinhos (as), mas se for algo muito complicado ou difícil, chamam outras pessoas ou profissionais. Bem, esses consumidores merecem atenção, para a oferta e venda das melhores e mais adequadas ferramentas e complementos.

E, cabe aos balconistas e vendedores identificarem claramente qual o tipo de reparo, manutenção, pequena reforma e melhoria doméstica que eles gostariam de fazer. Embora, certamente, esse contato na loja seja fundamental para essa compreensão, podemos dar uma dica, com aquilo que, segundo esses entrevistados, já fizeram sozinhos.

Pintura de ambientes da residência apareceu em destaque, já realizada por 67,3% desses entrevistados; seguida por instalação de chuveiros elétricos, por 56,1%; troca de tomadas e interruptores, por 55%; aplicação de tintas, verniz ou stain em portas e/ou janelas de madeira, por 54,4%; e, apenas para ficarmos nas cinco primeiras atividades desenvolvidas, instalação de acessórios para banheiro, como porta-toalha, porta-papel higiênico etc., por 48,2%. No gráfico, ao final desse artigo, apresentamos os dez tipos de atividades mais desenvolvidas, inclusive, por classes sociais.

E, aí, entra uma constatação interessante.

Há uma predominância de consumidores da classe C (principalmente em atividades ligadas a preparação e pintura de superfícies), seguidos por consumidores da classe A, demonstrando, também, que além do prazer e gratificação envolvidos nas atividades do “Faça você mesmo”, há, também, uma busca por otimizar recursos financeiros.

E, tanto para tornar essa atividade prazerosa, quanto para proporcionar economia de dinheiro para os clientes, vale a máxima acima: escutá-los, entender o tipo de

reparo, manutenção e melhoria desejada, e oferecer as melhores e mais adequadas ferramentas e complementos, evitando tornar o “Faça você mesmo” uma grande dor de cabeça, e, ainda, com gastos elevados, devido a erros e retrabalhos na atividade, muitas vezes, por não utilização da ferramenta certa.

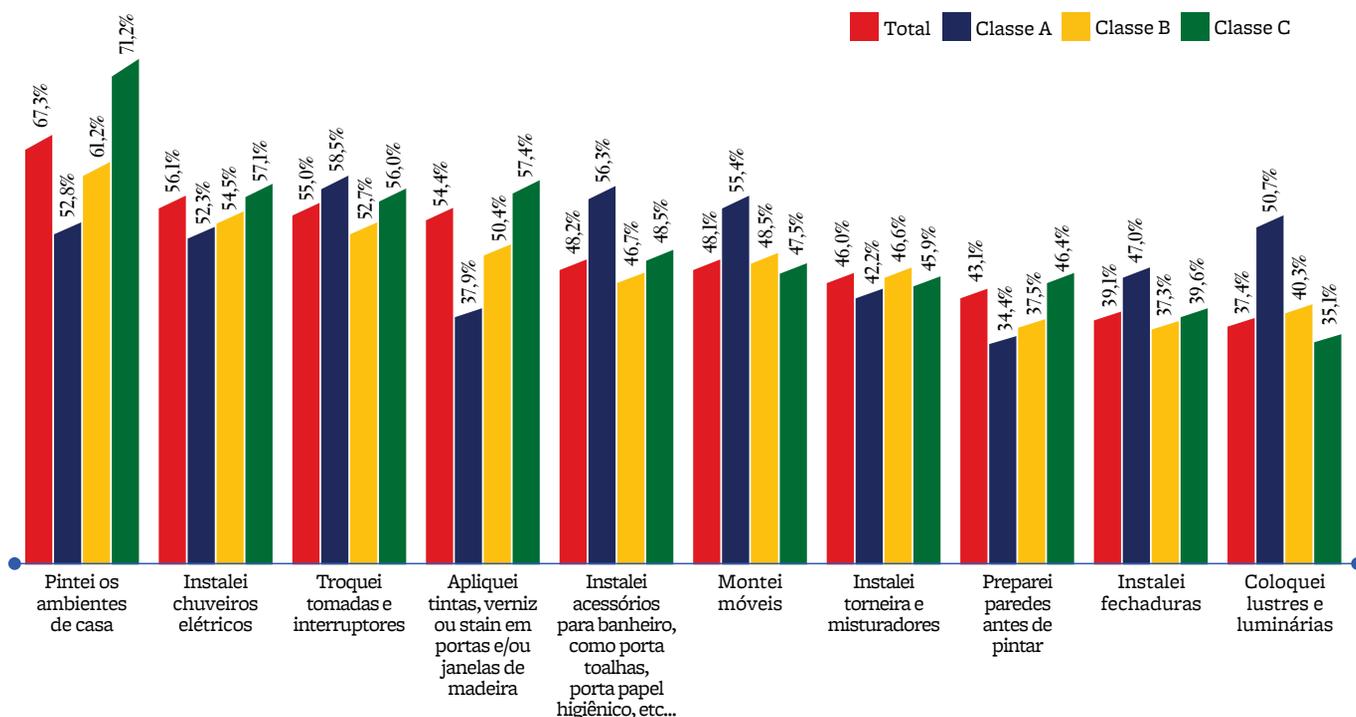
E, por fim, 13,5% dos entrevistados disseram que fazem tudo sozinhos, mesmo porque, já fizeram uma série de reparos e melhorias anteriormente e deu tudo certo.

Bom, para esses convertidos do “Faça você mesmo”, vale a mesma máxima anterior, quanto à qualidade e adequação das ferramentas, porém, com uma recomendação a mais: tratem-os no mesmo nível com que são tratados os pintores, pedreiros, eletricitas, encanadores etc.

Afinal, além do prazer, gratificação e economia de dinheiro, eles já se sentem verdadeiros profissionais!

Newton Guimarães é Head DataMkt Construção – sistema de inteligência de mercado cogerido por Leroy Merlin, Eucatex, Votorantim Cimentos e Deca.

OS DEZ TIPOS DE ATIVIDADES MAIS REALIZADAS



Base absoluta 2018 - 534 / A 127 / B 259 / C 148

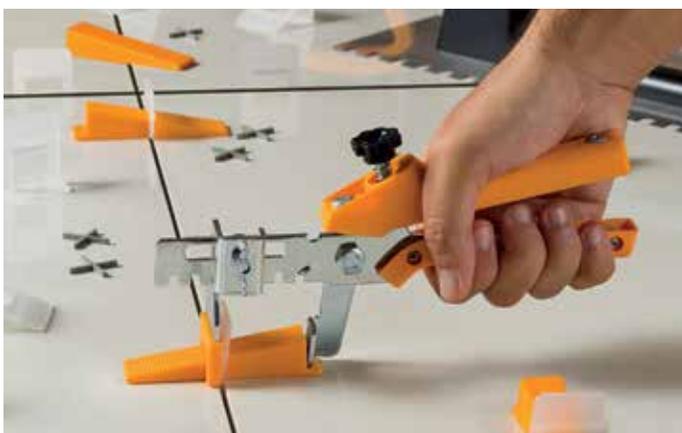
NT: Apenas os dez mais citados.



Cortadores Profissionais Linha Master PLUS

Líder nacional.

Cortadores de precisão para pisos cerâmicos e porcelanatos.



Sistema de Nivelamento



Cortadores Elétricos Linha ZAPP G2

  @cortagoficial
www.cortag.com.br

CORTAG
REVOLUTION TOOLS

EU TENHO A FORÇA

Um tour pelos
melhores produtos
**FERRAMENTAS
MANUAIS E ELÉTRICAS**

As ferramentas manuais e elétricas enchem os olhos dos compradores no ponto de venda. Com o crescimento do “Faça você mesmo” entre os consumidores brasileiros, a procura por estes produtos aumenta e os fabricantes estão de olho nesse nicho de mercado, lançando produtos cada vez mais fáceis de serem utilizados. A utilização das baterias de lítio nas ferramentas elétricas é um grande diferencial, pois proporciona maior autonomia no uso dos produtos e permite mais agilidade nos trabalhos mais difíceis.

AMATOOLS

A Amatoools lançou uma linha de Instrumentos de Medição “MADE IN ITALY”, com qualidade confiável, e preços competitivos. Outros lançamentos: disco de corte diamantado “METAL MAIS”, para aplicação em Aço, Inox, Ferro, Cobre, Alumínio e outros, o grande diferencial para discos convencionais, é o rendimento 60 X MAIS, chegando a mais de 1.000 cortes; Serra Circular com pastilha de metal duro (Multimateriais) e Kit de Serra Multiuso 11 em 1. Segundo Arari Tomaziello, consultor técnico, a empresa tem Expositores de Autosserviços, para chão e balcão, conforme o acordo comercial. “Se necessário, temos equipe técnicas, para orientação dos balconistas. Aliás, possuímos um corpo técnico, que faz constantes treinamentos para os lojistas, instruindo quanto a venda correta, a utilização, e a segurança, prolongando a vida útil das ferramentas”, diz.



BOSCH

Dentre os destaques da Bosch no mercado está a linha de ferramentas a bateria que atende às demandas de todas as fases de uma obra e proporcionam diferenciais, que favorecem o trabalho dos profissionais, como maior potência, menos peso e mais liberdade. A Bosch tem uma gama completa de soluções intercambiáveis, versáteis e tão potentes quanto os modelos con-

vencionais a cabo, que incluem: furadeiras com e sem impacto, parafusadeiras e chaves de impacto, e, ainda, martelos, serra circular, serra tico-tico, esmerilhadeira, serra sabre, multicortadora, aspirador de pó e lixadeira.

Pedro Costa, diretor de Vendas da Divisão de Ferramentas Elétricas da Robert Bosch no Brasil, informou que recentemente foram lançados produtos totalmente desenvolvidos e fabricados no Brasil – as furadeiras de impacto GSB 450 RE e GSB 550 RE e a esmerilhadeira GWS 850. “Estas novidades são indicadas para diferentes perfis e demandas, além de contar com diferenciais, como: melhor custo-benefício, assistência técnica ágil e econômica, e de potência, durabilidade, segurança e conforto. Além destes lançamentos, a Bosch também tem a linha de ferramentas Heavy Duty, direcionada ao uso pesado e em condições extremas, que demandam ainda mais autonomia e robustez, com dois anos de garantia Bosch”, diz.

Quanto ao portfólio de acessórios, o destaque é o novo disco diamantado para porcelanato, que proporciona melhor performance, durabilidade, facilidade de corte com mais estabilidade e menos vibrações, sendo ideal para corte de revestimentos duros, incluindo placas de mármore e granito.

A Bosch orienta os revendedores sobre a importância de apresentar as ferramentas e os acessórios no ponto de venda, de forma que o cliente possa visualizá-los com facilidade e conhecer as soluções completas para a sua necessidade. “A demonstração dos diferenciais de cada produto é relevante para a decisão de compra. Temos uma gama extensa de produtos e trabalhamos muito para que o usuário adquira a solução correta. Além disso, trabalhamos em duas frentes: online e offline. No online, disponibilizados em nossas mídias sociais vídeos explicativos



que detalham as características técnicas dos produtos que podem ser acessados, tanto por vendedores quanto por usuários. No off-line, trabalhamos o ponto de venda para que ele seja de fácil entendimento e auxilie no momento da compra. Materiais como displays, monitores e outros são essenciais para atingir este objetivo”, explica Pedro Costa.

O executivo destaca a importância da possibilidade de experimentação dos produtos no ponto de venda: “A demonstração e possibilidade de experimentação das ferramentas são fundamentais para a decisão de compra. Vale ressaltar que tecnologias inovadoras e lançamentos sempre atraem a atenção dos usuários, por isso, um ponto de venda que apresenta as novidades do mercado e produtos diferenciados tem mais vantagem no sentido de alavancar as vendas, já que os clientes buscam nas lojas físicas conhecer, mais detalhadamente, as funcionalidades de cada equipamento ou acessório, antes de adquiri-los”, explica. Os treinamentos realizados pela Bosch são destacados por Pedro Costa. “Cada vez mais, atuamos com o objetivo de que nossos clientes considerem a Bosch como um provedor de sistemas e soluções e não somente de produtos. Assim, investimos, muito, na capacitação técnica de nosso time, além de realizar treinamentos e amplo suporte técnico para os revendedores e seu time de vendas, que são fundamentais para assegurar que os produtos sejam conhecidos e apresentados de forma correta aos usuários. O vendedor é vital ao segmento de ferramentas, já que nem todo os usuários possuem conhecimento técnico e precisam de uma consultoria no momento da compra”, encerra.

COFER

Na visão de Murilo Machado Azevedo, do Marketing, o ano de 2019 será bem importante para a COFER, quando o assunto é ferramentas manuais. “Temos uma vasta variedade com a nossa marca própria REFOC, na qual somos referência por qualidade e preço. A partir do mês de abril iremos lançar a nossa linha de Torquês Armador de 9”,10”,12” e 14”. Vale destacar, também, nossa linha de alicates, que será reforçada com a chegada do alicate Fazendeiro de 10,5” e do alicate para bomba d’água cromo vanádio fosfatizado. Iremos, também, trabalhar com alguns alicates indicados para o uso doméstico, atuando nas 2 linhas, tanto profissional quanto amador. Neste caso, a linha é chamada de “Hobby” e iremos entrar forte com o alicate universal de 8”, alicate de corte diagonal de 6”, além do alicate de 6” de bico meia cana reto”, informa.

A empresa recomenda ao revendedor que a exposição do produto deve ser acompanhada por informações como as características, finalidade e, principalmente, as principais qualidades. “Procuramos deixar claro as vantagens de se ter, por exemplo, ferramentas feitas de cromo-vanádio. Ferramentas desse tipo possuem alta resistência a corrosão e calor (cromo) além de

elevada dureza, permitindo resistência mecânica (vanádio). O cliente deve saber de tais características, podendo, assim, escolher de acordo com as suas reais necessidades a ferramenta ideal para a compra”, explica Murilo.



CONEX TOOLS

Neste ano, a empresa Conesul está completando 22 anos e apresenta muitas novidades da marca Conex Tools.

Dentre as quais, e a mais esperada pelos clientes, é a linha AGRO. Contam com um amplo mix nesse segmento como pulverizadores, facões, facas, vassouras, tesouras, telas, lonas, botas, mangueiras e vários tipos de esguichos e conectores.

Todos os produtos são bem explicativos e de autosserviço, sendo elaborado para o lojista ter mais facilidade com a exposição e a elaboração de Slatwall.

“A empresa é ousada e quer ter o maior mix de produtos diversos do Sul do Brasil”, diz Robson Castro, diretor da empresa.

CORTAG

A Cortag, líder nacional de cortadores de precisão para pisos cerâmicos e porcelanatos, para esse ano de 2019, conta com vários lançamentos. Destaque ao Cortador de Revestimentos de Grandes Formatos Infinity, indicado para cortar pisos cerâmicos e porcelanatos de superfície lisa e espessura de até 8 mm. Cortes em peças com até 3,40 m de comprimento com o conjunto de trilhos-padrão, seguindo a tendência de mercado de porcelanatos em grandes formatos.

Neivaldo Rossetto, diretor Comercial, destaca que os produtos da Cortag oferecem soluções para o corte e o assentamento de peças de grandes formatos.

“A Cortag trabalha, hoje, com exposições personalizadas, em que utiliza gôndolas e bancadas de trabalhos. Possui e disponibiliza também expositores personalizados”, explica.

A Cortag possui uma equipe de promotores responsável pela realização dos treinamentos práticos. “A Cortag orienta os vendedores e os balconistas a maneira correta de utilização e exposição dos produtos para que, na hora da venda, não haja dúvidas de utilização”, explica.





GRUPO FOXLUX

Eloir Pereira Padilha Junior, gerente de Marketing do Grupo Foxlux, informa por que não fizeram lançamentos recentes. “Em 2019, não traremos lançamentos, pois a recente compra da marca Famastil direcionou nosso trabalho para a organização de linhas de produtos dentro do segmento de ferramentas, além de análise e estudo dos itens que ficaram na linha FOXLUX, e os que ficaram na linha FAMASTIL. Iremos potencializar, para este ano, a maior presença das linhas em nossos clientes e, conseqüentemente, no mercado. Hoje, em representatividade de unidades vendidas, as ferramentas FOXLUX, que se destacam com grande presença no ponto de vendas são as chaves (Fenda, Philips e Canhão). Na linha Famastil, os Martelos são campeões de venda há muitos anos, se mantendo dentro da preferência dos canais de distribuição e principalmente do consumidor final”, diz.

No ponto de venda, Eloir dá as seguintes dicas: “Para ferramentas, é essencial que a exposição reforce as características do produto, ou seja, nossa equipe de trade foca muito na exibição completa, sempre que possível, em painéis perfurados que possibilitem a fixação (o que inibe a infeliz ocorrência de roubos desses itens no varejo). O importante é a possibilidade de manuseio do item, pois o consumidor precisa sentir a “pegada” de chaves e martelos, por exemplo. Como novidade, estamos desenvolvendo um material para nossa linha de chaves que, com certeza, irá facilitar o trabalho do vendedor da revenda em oferecer esse tipo de produto, pois sem ter o item (físico) em mãos, o consumidor conseguirá ver características e tamanhos dos itens. A previsão de disponibilizar este material para todas as revendas é em maio. É importante ressaltar que na linha de ferramentas a revenda deve ter a consciência de que a venda por impulso nessa categoria é latente, e a exibição que fomente esse desejo traz resultados substanciais à venda.”

Experimentar o produto no ponto de venda é visto como algo ainda difícil no Brasil, segundo o executivo da Foxlux. “É recomendado que o cliente possa experimentar porém, esta é uma realidade não tão fácil de se executar. Afinal, o grande fluxo das lojas impossibilita uma exposição mais “livre” dos itens pelo grande índice de roubo. Esse foi um dos motivos que nos levaram a desenvolver material novo de apresentação de linha de chaves que traremos ao mercado em maio. Esse material visa a auxiliar a experimentação sem a necessidade de expor as chaves. Outra solução que fizemos no passado com grandes resultados são as ações itinerantes.”

GAMMA

Em 2019, a Gamma Ferramentas lançou a linha de Ferramentas a Bateria. Trata-se de uma linha de Ferramentas com design er-

gonômico, cabo emborrachado, iluminação frontal, duas velocidades mecânicas, com variador de velocidade, equipadas com duas baterias com tecnologia de ions de lithium e carregador bivolt.

Compõe a linha de Ferramentas a Bateria: Furadeira/Parafusadeira 3,6VCC, Furadeira/Parafusadeira 12VCC, Furadeira/Parafusadeira 16VCC, Furadeira/Parafusadeira 21VCC, Furadeira/Parafusadeira de impacto 21VCC, Chave de impacto 21VCC.

Com relação aos produtos com maior presença no ponto de venda, Arno Grahl, diretor da Gamma, destaca:

Linha de ferramentas elétricas: Soprador térmico G1935 com e sem Kit de acessórios. Equipamento com 1.500W(127V) - 2000W(220V) de potência, dois níveis de deslocamento de ar e temperatura; Martelele elite rotativo perfurador/rompedor HG1921. Equipamento com 900W de potência, velocidade variável reversível, encaixe SDS-plus; Martelele rotativo perfurador/rompedor G1951. Equipamento com 1.500W de potência, força de impacto de 7,5 joules, encaixe SDS-plus. Linha de ferramentas de Bancada: Moto esmeril de bancada G1684 e G1685. Equipamentos com 350W e 550W bivolt, apresentados com duas pedras para desbaste e acabamento de peças metálicas; Plaina Desengrossadeira G683 Equipamento com 1500W de potência, largura aplainável de 318mm, altura aplainável de 153mm, com protetor térmico e adaptador para coletor de pó.

Arno diz que a visibilidade dos produtos vai aumentar o interesse do comprador e, conseqüentemente, as vendas. “A apresentação dos produtos no ponto de vendas é muito importante para a visibilidade e a atratividade da marca. Para auxiliar nosso revendedor parceiro, a Gamma Ferramentas disponibiliza mobiliário especialmente projetado voltado a incrementar as vendas dos produtos. Com relação à exposição dos produtos, indicamos ao nosso revendedor parceiro: Linha de acessórios – apresentada em expositores aramados de frente de caixa para criar necessidade e gerar a venda espontânea da linha. Lançamentos – apresentados em expositor geralmente em local de destaque da loja para maior visualização dos clientes com utilização de material de marketing, como banners, folders, balões etc. Exposição de Ferramentas – deve obedecer alguns critérios para aumentar as vendas. Exposição das ferramentas e máquinas com maior giro em local de fácil visualização geralmente na altura dos olhos dos clientes, expositores limpos e bem apresentados com informações das ferramentas e máquinas expostas, dicas de utilização.”

E recomenda a experimentação. “O teste de balcão é muito bem-vindo para auxiliar na decisão e



**Qualquer lugar, independente da cidade,
Satisfazer o consumidor requer ação
Reconhecer valores é nosso comprometimento
Fazer valer cada momento é
a nossa missão**

A ▶  *dobre a página juntando A com B  ◀ B

FORRO DE PVC



Liso

Frisado

Gemini

PORTA SANFONADA



CAIXA MULTIUSO



Tels: (27) 3236-8555 • (27) 99271-8877 SAC Digital
falecom@novaformapvc.com.br

A ▶  *dobre a página juntando A com B  ◀ B

UMA EMPRESA DO GRUPO

FORTLEV

na compra por parte do cliente, funcionar a ferramenta mesmo que por um instante. O que dá ao cliente a sensação de segurança no equipamento. A Gamma dispõe de técnicos e demonstradores para toda a linha de ferramentas e máquinas bem como showroom móvel, onde o consumidor tem a oportunidade de visualizar as ferramentas e máquinas em operação”, diz.

HEAVY DUTY

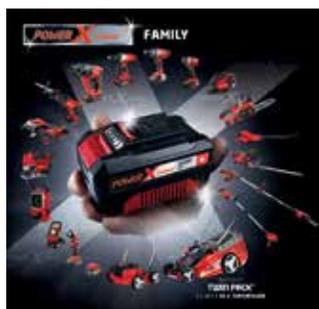
“Em nossa categoria de abrasivos, estamos lançando três discos novos: Disco de Corte Inox Ecoinox, Disco Removedor Strip Flex e nosso Rebolo Diamantado. Também estamos lançando Ponteiros e Talhadeiras SDS Plus e SDS Max”, informa Caio Pereira, Marketing. Caio destaca que os produtos da Heavy Duty são desenvolvidos pensando, sempre, no melhor aproveitamento. “São produtos com ótimo custo-benefício. Nos empenhamos para unir alta qualidade e bom desempenho com preços acessíveis”, explica. Informa que os revendedores devem oferecer a experimentação para os clientes. “Sempre temos feedback positivo de quem utiliza nossos produtos pela primeira vez. E prezamos por apresentar, corretamente, nossos produtos, oferecendo insights valiosos para ajudar o varejista na hora da venda”, finaliza.



EINHELL

A Einhell apresentará na Feicon deste ano muitas novidades. Começando com novos produtos da Linha Power X-Change (baterias intercambiáveis de 18V e ions de lítio), Ferramentas com tecnologia Brushless (sem escova de carvão), novos Martelos Demolidores e outras novidades que irão compor a linha a laser, de medição inteligente. “Inclusive, traremos produtos-conceito, e, alguns, que ainda nem foram lançados oficialmente na Alemanha. Nossos produtos, que ganham grande destaque nos pontos de venda, são principalmente as Ferramentas que compõem a linha Power X-Change, Medição Inteligente (laser) e Martelos Demolidores”, informa Rafael Bernardi, coordenador de Publicidade e Propaganda da marca.

A empresa destaca a importância do canal revenda para a venda dos seus produtos, como destaca Rafael: “Mantemos, sempre,



uma comunicação ativa com os nossos revendedores para que tenham maior resultado de vendas com nossos produtos. A orientação varia de PDV para PDV, de forma personalizada. Avaliamos, principalmente, se estão em um local de fácil acesso, pois os consu-

midores destes produtos são muito cinestésicos, ou seja, gostam de tocar, sentir e analisar o material, peso, testá-los etc.”

A Einhell possui duas unidades móveis para atendimento especializado aos revendedores, usadas para demonstração e treinamentos, além de uma equipe técnica de vendedores especializados espalhados por todo o território nacional, prontos para atender a todas as demandas necessárias.

LIXAS TATU

Lançado em 2018, os Discos de Corte e Desbaste da Lixas Tatu são indicados para aço carbono inoxidável em manutenção e reparos industriais. Estão disponíveis para aplicações conforme normas ABNT 15230, e podem ser utilizados em máquinas portáteis ou de bancadas.

“É, sempre, importante reforçar a questão de segurança quando da utilização dos discos de corte e desbaste, prezando, assim, pela vida do usuário: Utilize equipamentos de proteção individual e capa de proteção na máquina; Não utilize um disco que apresente algum defeito, principalmente trincas, lascas, empenamento etc; Não utilize discos com rotação superior à especificada no rótulo”, destaca Giovana Cruz Tavares, coordenadora de Marketing/Comercial



MILWAUKEE

Gustavo de Cesaro Dani, do Marketing, destaca que “a Milwaukee é líder mundial em inovações de máquinas a bateria, e, por isso, nossos lançamentos estão voltados para essa linha. “Temos para 2019 a exclusiva bateria de 12Ah (maior autonomia do mundo), máquinas exclusivas a bateria, como rebitador, serra fita, utilizada, apenas uma, mão, calibrador de pneus, soprador térmico, máquinas com controle via smartphone e máquinas de qualidade inigualável como nossas serras circulares, parafusadeiras e chaves de impacto (incluindo os novos modelos de 1/2 e 3/4), que são os mais fortes do mundo”, diz.

Segundo ele, o revendedor Milwaukee precisa, toda vez, priorizar a exposição onde o cliente final possa pegar a ferramenta na mão. “As nossas máquinas são muito visuais, o design é bem diferente do da concorrência e, esse contato físico cliente x produto, é fundamental para a venda. Sempre que possível, já no primeiro teste, o cliente sente a diferença da máquina que ele utiliza para uma Milwaukee. Essa experiência do usuário é muito importante”, destaca.



DENTRO OU FORA DA PAREDE, VISIVELMENTE **ELUMA É A MELHOR ESCOLHA.**

Para Tubos e Conexões ou para aqueles objetos que dão um toque de bom gosto, o nosso cobre tem tudo o que você precisa para um projeto completo: elevada resistência à corrosão, ação antimicrobiana, boa condutividade, resistência às pressões internas e a golpes de aríete, resistência a altas temperaturas, à pressão, ao fogo e à ação do tempo. Tudo isso, trazendo os benefícios e a pureza do cobre Paranapanema, sempre atendendo ao principal requisito de qualidade: o seu!



 www.paranapanema.com.br
 vendas@paranapanema.com.br
 (11) 2199-7500

ELUMA. A MARCA DO COBRE.

 **ELUMA**
uma marca Paranapanema



▶ NORTON

Para 2019, a Norton está preparando lançamentos importantes, principalmente na linha de discos diamantados. “Entre alguns dos nossos diferenciais está a constante busca por novas tecnologias e o desenvolvimento de produtos inovadores que ofereçam soluções cada vez mais práticas e inteligentes aos usuários das nossas ferramentas.

A linha de Discos Diamantados Pro é um dos destaques da Norton. Reconhecida e aprovada por profissionais, apresenta três discos para diferentes aplicações e proporciona cortes precisos além de alto rendimento”, explica Vivian Marques, diretora de Marketing e Customer Experience.

Vivian recomenda aos revendedores fazer uma boa exposição dos produtos para se ter maior êxito nas vendas. “Produtos bem posicionados no ponto de venda são mais propensos a ser escolhidos pelo consumidor. O grupo Saint-Gobain tem em um dos pilares, a proximidade com o cliente, olhando o negócio do próprio ponto de vista. Sendo assim, ao longo dos anos, desenvolvemos guias de merchandising com orientações das melhores práticas de exposição e uso de materiais que visam chamar a atenção e a facilitar a jornada e a decisão de compra do consumidor”, explica.

Destacar os diferenciais é outro ponto relevante que a empresa recomenda aos revendedores: “Oferecemos às vendas treinamentos locais, com a visita de promotores técnicos que realizam demonstrações de produtos, além de oferecer treinamentos às vendas em nossos Centros de Excelência, nas fábricas. Investimos em programas de marketing e de relacionamento, auxiliamos nossos clientes a reduzir os custos de produção e a aumentar a qualidade de seus produtos finais”, encerra.

▶ PARABONI

Monica Petró, Marketing da Paraboni, diz que, “desde 2013, estamos trabalhando firmes no desenvolvimento de novos produtos, de certa forma, na contramão da crise que afetou nosso setor. Apenas no ano passado, foram quase uma centena de lançamentos, entre produtos novos e itens complementares. Para este ano, ampliaremos não só na quantidade de itens, mas, também, ativaremos novas categorias. Aguardem por novidades. Em relação à maior presença no mercado, podemos dizer que somos tradicionais na chamada linha pesada (Pás, Picaretas, Machados, Enxadas etc.), entretanto, com o crescimento contínuo no mix, já expandimos as vendas de outras categorias, às quais não tínhamos tanta tradição tais como Ferramentas para Bricolagem e Linha Mecânica”, informa. Monica destaca que a compra de Ferramentas é mais racional,



portanto, manter os produtos visíveis e agrupados por categorias, se possível com boa sinalização indicativa quanto aos itens de cada nicho (Machados, Martelos), facilita encontrá-los, o que auxilia muito na decisão de compra.”

▶ STANLEY BLACK & DECKER

Lançamentos DEWALT: 2ª Onda Flexvolt – Serra de Mesa (dcs7485T1), Serra de Esquadria (dcs778T2), Martelo 5kg (dch481x2) e Bateria Li Ion 60v 9ah; Esmerilhadeira 4-1/2” 1700W – Sem Escova de Carvão /Uma das maiores inovações de mercado em 2019 (DWE4324); Martelo 20V Brushless + Aspirador DCH263R2DH; Lixadeira Roto orbital 5” DCW210.

“Com relação à marca Stanley, podemos destacar a linha Drywall, que está cada vez mais completa – esse ano oferecemos a ampla coleção de ferramentas, desde espátulas até lixadeira de parede e misturador de massa elétrico. Outro desenvolvimento refere-se à linha de armazenagem, na qual a marca continua ampliando seu portfólio, com novos coletes porta-ferramentas. A marca também aposta muito em produtos sem fio de altíssima performance como parafusadeira e furadeira de impacto de 20V e martetele, todos com bateria de íon de lítio”, destaca Fábio Govina, diretor de Marketing Stanley Black & Decker.

IRWIN: Destaque para a linha de discos abrasivos IRWIN e Seras Copo LENOX.

Govina diz que, “mais do que orientar, é preciso entender as necessidades, desde a perspectiva do revendedor, os hábitos e comportamentos do shopper. Desenvolvemos vários tipos de exposição, buscando adequar os espaços em loja e, principalmente, o formato, seja autosserviço, balcão ou televendas. Não existe uma fórmula única que atenda mais de 140.000 PDVs no Brasil, segundo a Associação Nacional dos Comerciantes de Materiais de Construção”, diz.

O diretor ressalta a importância do consumidor ter a opção de testar os produtos.

“A experimentação é, sim, um dos nossos focos no PDV, porque temos estatísticas que mostram que este tipo de tática, aumenta 40% as chances de compras. Entretanto, muitos clientes, sobretudo varejistas, tem receio de exposição por experimentação com o fator “roubo em loja”. Para minimizar, elaboramos com eles o “dia de loja”, onde o promotor passa um período na loja com demonstrações, tira dúvidas e ajuda no processo de escolha da ferramenta certa ao tipo de necessidade do consumidor.”

▶ TRAMONTINA

A centenária empresa gaúcha destaca:

LINHA MASTER - FERRAMENTAS ELÉTRICAS: Furadeira de Impacto, com ótimo desempenho em operações de perfuração, principalmente, para trabalhos em concreto, aço e madeira.

Parafusadeira / Furadeira - Para perfurar madeiras, plásticos e metais, além de trabalhos de aparafusar. Suas baterias de lítio

FERRAMENTAS E EQUIPAMENTOS

Máxima tecnologia e funcionalidade a favor do trabalho profissional e industrial!

www.vonder.com.br



Ferramentas Elétricas
Força, alto desempenho e segurança em uma linha profissional completa!

Solda

Uma das linhas mais modernas e completas do mercado em Inversores, Máquinas para Solda, Acessórios e EPIs!



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®

Com os equipamentos certos, o trabalho ganha força, produtividade e os melhores resultados!
A escolha é sua e a qualidade é VONDER!

com alta capacidade de carga .

Politriz - Projetada para polir superfícies metálicas e envernizadas, além de lixar pedras, todos os processos sem utilização de água.

Lixadeira Orbital - Desenvolvidas para facilitar a vida dos profissionais que precisam lixar superfícies de madeira, metal, massa de aparelhar (massa corrida) e outros materiais.

Moto Esmeril - Desbastar e afiar superfícies com segurança é o papel desse equipamento. Com regulagem de altura e inclinação do protetor ocular contra faíscas, o produto oferece proteção aos rebolos de aço em ambos os lados. Serra Circular - Projetada para trabalhos de corte em madeiras. Serra Mármore - Para trabalhos de corte em mármore, granito e pedras em geral. Martelo de unha com cabo em polímero de engenharia - Pioneiro no Brasil. O martelo de unha com cabo em polímero de engenharia apresenta 40% mais resistência do que o modelo tradicional com cabo de madeira. Além do ganho na resistência, a troca da madeira pelo polímero de engenharia, torna o produto reciclável e deixa o custo mais atrativo para o consumidor.



VONDER

Considerada uma das marcas mais respeitadas e premiadas do Brasil por quem usa e trabalha com ferramentas, a VONDER conta com uma linha completa de produtos que auxiliam no posicionamento da marca com o melhor e mais completo mix profissional do mercado, com muitos dos produtos apontados como carros-chefes da marca, diretamente ligados às linhas de ferramentas manuais e elétricas, que se destacam pela ergonomia, durabilidade, alto rendimento e segurança ao profissional.

“Dentro do conceito de marca com mix de especialidade, a VONDER aposta no constante aprimoramento das linhas que produz, agregando novas tecnologias com garantia de eficiência e praticidade no uso, e, também, lançamentos que incrementam e fortalecem seu mix e reforçam a preferência nos mais diversos segmentos”, informa Valter Lima Santos, diretor Comercial do Grupo OVD/VONDER.

E acrescenta: “Quando se fala em ferramentas elétricas da VONDER, automaticamente relaciona-se aos produtos com elevado rigor técnico, potência e alto desempenho, características presentes e já reconhecidas em uma das linhas mais completas e robustas do mercado, com furadeiras, parafusadeiras, chaves de impacto, esmerilhadeiras, lixadeiras, politrizes, microrretíficas, motoesmeris, serras circulares, serras de esquadria, tupias, plainas, serras tico-tico, serras mármore, cortadores de parede, martelotes, vibradores de concreto, misturadores de argamassa e muitos outros, destaques da

marca e que se diferenciam no mercado pelo elevado desempenho, durabilidade e, principalmente, pelo reconhecimento e credibilidade que conquistaram, ao longo do tempo, nas mãos de quem usa e trabalha com ferramentas”, diz.

A VONDER leva à FEICON um pré-lançamento que representa grande evolução à linha de ferramentas elétricas, as Ferramentas com Bateria Intercambiável! São apontadas como ferramentas do futuro, pois combinam eficiência e mobilidade, proporcionando maior autonomia ao dispensar os cabos elétricos que muitas vezes reduzem a mobilidade na operação, e atuam com baterias de alto desempenho em íons de lítio, que podem ser compartilhadas com outras ferramentas da mesma família.

Walter antecipa que, ao longo deste ano, a VONDER apresentará diversos modelos da linha intercambiável, composta pelas tradicionais parafusadeiras/furadeiras, esmerilhadeira, martelotes e lixadeiras, e até mesmo modelos de lanternas LED, aparador de grama, aspirador de pó, entre muitos outros.

“Juntamente com a autonomia e a mobilidade, o aprimoramento da linha de ferramentas a bateria da VONDER acompanha uma tendência de consumo cada vez mais crescente no Brasil. Tradicional em mercados mais desenvolvidos como Europa e Estados Unidos, as ferramentas a bateria são mais leves e muito mais práticas de ser manuseadas e acondicionadas. Também, representam economia, pois dispensam o uso constante da energia elétrica para seu funcionamento e agregam alta tecnologia no processo de carregamento, promovendo recargas otimizadas em tempo e durabilidade e que são 100% recarregadas, para maior vida útil da bateria. E, quando se fala em bateria intercambiável, a economia é ainda maior, pois um único modelo de bateria e carregador é compatível com mais de 20 modelos de outros produtos que compõem a linha intercambiável da VONDER!”, relata.

No desenvolvimento da Linha Intercambiável e de todo o mix VONDER, destaca-se, como ponto fundamental, o rigor técnico e de um criterioso processo de aferição da qualidade, que conferem aos produtos a máxima confiabilidade em cada detalhe e ao atributo técnico que os compõem. O controle da qualidade é constante e realizado num laboratório próprio, com infraestrutura de ponta para inspeções, ensaios técnicos e testes de qualidade, analisando os diferentes componentes que formam o produto, desde a matéria-prima até fatores como, por exemplo, composição e resistência.

Acompanhando a mesma premissa de qualidade e performance, a linha de ferramentas manuais da VONDER é uma das mais tradicionais da marca, com produtos que, ao longo do tempo,



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

se tornaram best-sellers pela preferência do mercado. São itens essenciais às mais diversas atividades profissionais e que se destacam pela maior durabilidade, funcionalidade e ergonomia, a maioria deles em cromo vanádio, um tipo especial de aço formado pela combinação de diferentes ligas, garantindo propriedades físicas, químicas e mecânicas com maior resistência, ou seja, ferramentas mais robustas e com melhor durabilidade.

WORKER

Como lançamento, a Worker apresenta o Disco Diamantado para Corte de Metais Diamond Ultra Performance. Disponível em três medidas, com diâmetros de 4.1/2"

(115 mm), 7" (180 mm) e 9" (230 mm) e espessuras de 1,4 mm, 2 mm e 2,2 mm, é ideal para cortar

aço, aço inoxidável, barras de reforço, chapa metálica, ferro fundido e metais não ferrosos. Apresenta alto desempenho e maior vida útil quando comparado a um disco comum.

Quanto à exposição, Luciane Ehlers, do Marketing, explica: "Como os discos diamantados de corte para metais são encarteladas (double blister) é indicado ao revendedor a apresentação em expositores ou gancheiras, para atrair a atenção do consumidor e facilitar a escolha na hora da compra". Já o treinamento é fundamental, segundo Luciane. "É importante que os balconistas/lojistas tenham conhecimento sobre os produtos da WORKER, por isso investe-se em treinamentos para orientar as equipes de vendas sobre formas de utilização dos discos, as aplicações e a importância da utilização dos equipamentos de proteção individual", encerra.



STARRETT

A Starrett está lançando linha completa de serra copo diamantada para alvenaria, blocos estruturais, porcelanato e pedras em geral. Em duas modalidades: Com haste (pronta para uso) ou a granel (vendida separadamente) e Serras e Hastes (hexagonal e SDS PLUS); disco diamantado especial para porcelanato, com alto rendimento e excelente acabamento; e disco para serra mármore para corte de madeira com prego e madeira com resíduos de cimento.

Antonio Alberto D'Angelo, gerente de Produto da Starrett informa que a empresa tem duas equipes de promotores: "Uma de merchandising, e a outra de vendas, que trabalham diretamente com o lojista, orientando as melhores práticas de exposição, demonstração e arrumação de loja. A presença dessas equipes é fundamental, tornando a experiência do usuário mais prática e acessível, além de promover o sell out dos clientes."

Para melhor conhecimento dos produtos, a Starrett realiza ações

especiais com os promotores de merchandising, que demonstram e treinam balconistas e usuários que visitam as lojas.

E explica que os treinamentos não se limitam às lojas: "Além dos treinamentos que são feitos no ponto de venda, pelos promotores de merchandising, a Starrett possui um centro de treinamento em Itu, SP, onde os clientes recebem treinamentos específicos, ministrados pela equipe técnica da Starrett."

CONDOR PINCÉIS

A Condor Pincéis vai lançar, na Feicon 2019, mix de produtos direcionado para o Pintor Profissional, produtos que não pode faltar nas lojas, de extrema necessidade, pois foram desenvolvidos conforme as solicitações dos pintores. A proposta traz uma nova arte para as embalagens criando uma segmentação no PDV, facilitando a identificação do pintor. Segundo Daniel Coutinho, coordenador de Marketing do segmento de Pintura Imobiliária da Condor, a grande novidade da Feira é a Caçamba Profissional Ref.1005 com capacidade de 24 litros, com grade para retirar o excesso de tinta do rolo de até 46cm, válvula para retirar a sobra da tinta, rodas removíveis para movimentação, alça de plástico resistente, produto padrão europeu para os pintores mais exigentes.

Outras novidades: Rolo Zero Gota Ref.952, que será revitalizado, agora com a família completa, todos os tamanhos, 5cm, 9cm, 15cm e 23cm, e duas listras amarelas na manta 100% Poliamida; Rolo ProfiPlus Ref.961 TOP-5, tamanho 23cm, produzido em manta 100% Poliamida, com maior densidade; Rolo Maximus Lã 963, tamanho 23cm, lã com 25mm de altura, embalado na caixa, ideal para superfícies rugosas, tais como: reboco, chapisco e texturas grossas. As desempenadeiras plásticas, também, foram, revitalizadas, com novo design e novos modelos.

Coutinho recomenda aos revendedores apresentar os acessórios de pintura, Rolos, Trinchas, Desempenadeiras, Espátulas, Cabos Extensores junto ao setor de tintas para facilitar o consumidor no momento da compra. "O ideal é separar por tipo de acabamento: Madeira, Alvenaria, Metal. Caso não tenha espaço suficiente, a estratégia é deixar os itens de maior giro no alcance dos olhos, e as nossas embalagens facilitam a vida do consumidor, pois trazem as informações da aplicação do produto. Também, podem ser explorados pontos extras nas lojas, como sobre as latas de tintas, onde podemos expor kit de pintura, formando ilhas. Também, temos expositores para aplicar trinchas e rolos em pontos extras, seja sobre as latas ou no chão", diz.

A Condor tem o Programa de Treinamento Craques da Pintura, onde auxilia os balconistas/lojistas com informações técnicas e argumentos de vendas dos acessórios de pintura, pois toda a venda de tinta vai necessitar do acessório, e a indicação do acessório correto é fundamental.

RALOLINEAR

Modernidade e elegância nos mínimos detalhes.

TECNOFIL

LANÇAMENTO

**A nova geração de ralo para seu ambiente.
COMPACTO, SOFISTICADO E EFICIENTE.**

FÁCIL INSTALAÇÃO

Por ser compacto, facilita embutir no próprio contra-piso, sem necessidade de rebaiços e recortes que produzem entulho. Simplifica o assentamento do revestimento com declividade (caimento) numa única direção.

DIVERSIDADE DE ACABAMENTOS

Linha Capri - PVC Branco, Bege e Cinza;
Linha Capri PLUS - ABS Cromado;
Linhas Capri MAX e Jurerê - Aço Inox.

COMPRIMENTO AJUSTÁVEL

3 opções de comprimento: 50cm, 80cm e 130cm.
Os modelos em PVC, podem ser cortados conforme projeto.

ESCOAMENTO PERFEITO

O Bocal com design afunilado, apresenta as melhores condições de escoamento do mercado, permitindo alta eficiência na coleta da água.



Um tour pelos
melhores produtos

FERRAMENTAS MANUAIS E ELÉTRICAS



MENINA DOS OLHOS

As ferramentas manuais e elétricas são o açúcar no bolo das lojas de materiais de construção. Bonitas, ergonômicas, baterias de lítio de maior duração, as ferramentas elétricas são utilizadas pelos profissionais e, também, hobbistas, que fazem trabalhos caseiros. Entrevistamos proprietários de duas lojas especializadas em ferramentas para dar uma visão do negócio. E, ambos, estão muito satisfeitos!





BALCÃO E E-COMMERCE

O hobby está em alta no Brasil. E, juntamente com este movimento, também cresceu a busca por profissionais liberais no consumo de ferramentas, como serralheiros, marceneiros, soldadores, carpinteiros e demais trabalhadores na área de serviços de manutenção. As ferramentas manuais, elétricas ou a bateria permitem que tanto o profissional libe-

ral quanto o hobbista tenham a liberdade de levá-las aonde desejam, sem ficar presos aos cabos, o que auxilia o trabalho com liberdade e economia. Especialista em entender e atender às necessidades dos clientes, a DD Máquinas oferece ferramentas indispensáveis para quem precisa botar a mão na massa, como furadeiras, parafusadeiras, esmerilhadeiras e ser-

ras. As parafusadeiras são as preferidas e devem ser divididas de acordo com os tipos de trabalho: hobby, profissional ou industrial.

As ferramentas para hobby são destinadas ao consumidor que as utiliza no fim de semana, ou seja, com pouca frequência. No caso do profissional, são necessárias ferramentas para uso diário com escalas de intervalo entre

QUANDO SE FALA EM TECNOLOGIA DE ADESIVOS E SELANTES, O MUNDO TODO ADERE À MARCA BOSTIK.

Com uma linha completa de selantes e adesivos para a indústria da construção civil, a Bostik garante aderência, vedações confiáveis, flexíveis e impermeáveis, para uma grande variedade de aplicações.



CONHEÇA O
FABRICANTE
MUNDIAL DE
ADESIVOS E
SELANTES.

Grupo
Bostik
smart adhesives

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



um trabalho e outro. Por fim, o industrial é direcionado para uso constante, como em uma linha de produção. Depois de trabalhar em lojas de materiais de construção que vendiam ferramentas, Rodrigo Dutra e Rogério Pais resolveram abrir o próprio negócio, há mais de 11 anos. Hoje, a DD Máquinas, pertencente ao grupo Duplor Máquinas localizada na rua Dr. Francisco Ribeiro Arantes, 101 - Vila Tortelli, em Sorocaba, prioriza o atendimento personalizado para cada cliente, garantindo os melhores preços da região de Sorocaba. A empresa fornece produtos para o Brasil todo com 100% de satisfação dos clientes, seja pessoa física ou jurídica. Com uma gama completa de produtos para distribuir, a DD Máquinas garante o envio dos materiais de forma rápida e eficaz, em loja física ou e-commerce. São mais de 15 mil itens em estoque e mais de 11 anos de tradição e qualidade, atendendo sempre em parceria com as melhores marcas mundiais do setor, como Dewalt, Stanley, Black Decker, Makita, Schulz, Gamma, Vonder, Motomil, Irvin, Wap, Kärcher, Garthen, 3M, Tramontina Pressure, Balmer, Puma, Grampac, Belgo, MTX e muito mais. “Iniciamos de forma bem tímida, com vendas, diretamente, para empresas e, hoje, atuamos com vendas para atacado e varejo, estamos bem agressivos na internet, ficando entre o 5º a 6º maior



“Iniciamos de forma bem tímida, com vendas, diretamente, para empresas e, hoje, atuamos com vendas para atacado e varejo, estamos bem agressivos na internet, ficando entre o 5º a 6º maior vendedor de ferramentas de e-commerce no Brasil”

RODRIGO DUTRA,
diretor da DD Máquinas

“Atendemos todos os tipos de clientes, desde o hobbista até indústrias e, cada vez mais, aumenta o número de consumidores de ferramentas para ter dentro de casa, pois o consumidor utiliza desde pequenos reparos até para hobby”

ROGÉRIO PAIS



vendedor de ferramentas de e-commerce no Brasil”, conta orgulhoso Rodrigo. A necessidade de trabalhar em casa, seja por hobby ou profissionalmente, tem aumentado a procura por ferramentas para diferentes tipos de serviço. Na maioria dos casos, os trabalhadores aproveitam para trabalhar aos fins de semana, fugindo da correria do dia a dia e se permitindo momentos de terapia e relaxamento. “Atendemos a todos os tipos de clientes, desde o hobbista até indústrias e, cada vez mais, aumenta o número de consumidores de ferramentas para ter dentro de casa, pois o consumidor utiliza desde pequenos reparos até para hobby”, complementa Rogério. Os sócios têm especial carinho pelos compradores que vão à loja em busca de soluções. “Geralmente, existem dois tipos de cliente: o profissional,

que já conhece a máquina e só precisa de orientação para decidir o modelo de acordo com a necessidade, e o cliente que necessita de uma ferramenta, mas, não sabe qual comprar, e nem os modelos existentes. Para atender a esse consumidor, temos uma equipe de vendedores treinados para dar total orientação aos nossos clientes”, informa Rodrigo. A área de experimentação dos produtos foi outro ponto que fizeram questão de incrementar na loja, pois sabem da importância que isso influencia nas vendas. “Mas, não deixamos de cuidar, também, com muito carinho do balcão, e dos vendedores prontos para o atendimento”, diz Rodrigo. Acostumados a atender, graças à experiência adquirida em outros empregos, os sócios conhecem muito bem sua clientele. “Geralmente nossos clientes já sabem qual ferramenta deseja utilizar, porém, trabalhamos com vários outros departamentos, como EPIs (equipamentos de proteção individual), produtos de camping, brinquedos, produtos para esporte. Possuímos mais de 16 mil itens em estoque”, informa Rodrigo. Como o e-commerce é muito forte no negócio, a DD Máquinas utiliza caminhões próprios, para a entrega na região, e transportadoras e correios parceiros destinados a atender outros municípios e estados.



grupo perlex

CONECTE-SE AO FUTURO!



Estaremos na
FEICON 2019
Rua João

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.

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



A linha mais completa de materiais elétricos do Brasil!

**EMPRESAS DO
GRUPO PERLEX**

perlex
produtos plásticos



perfil
condutores elétricos



perlux
eletricidade e iluminação



perplug
extensões elétricas





REFERÊNCIA BAIANA

A Ferimport começou as suas atividades em 1993, com o nome de Ferman, na Cidade Baixa, em Salvador, BA. Foi fundada por Emanuel Paes Cardoso Filho, mais conhecido como Maneca, com grande experiência no segmento, que trabalhou na Recil, também, uma loja de ferramentas, na época. Hoje, a administração das lojas está a cargo de Emanuel Cardoso Neto, COO - Chefe de Operações. Atualmente, são duas lojas (a terceira, também, na Bahia, será inaugurada em junho).

A matriz, em Camaçari, está localizada na avenida que leva o nome do mais baiano dos baianos: o escritor Jorge Amado! A filial 2 fica na Estrada do Coco, km 4,5, no Município Lauro de Freitas, Ba.

Emanuel conta que, no início, o modelo era venda de balcão. “Os clientes não tinham acesso aos produtos, era tudo feito manualmente: recebimento, logística, precificação. Obviamente que naquela época ainda havia a limitação da tecnologia”, conta.

Agora, a Ferimport é referência na exposição e no etiquetamento dos produ-

tos. “O controle acontece por sistemas, e as ferramentas utilizadas para fazê-lo são pistolas e etiquetas eletrônicas, então, é muito maior.”

A tecnologia da informação está presente na empresa. E o executivo destaca que o mercado e os consumidores mudaram muito recentemente. “O acesso à informação é bom, se você souber usar em seu benefício”, explica.

“O preço, hoje, é muito dinâmico, tenho alterações diárias, e muita automação, também, por isso a gestão tem que ser muito profissionalizante”, informa Neto.

“Utilizar a tecnologia é um processo constante. A tecnologia de dois anos atrás, hoje, já está ultrapassada, e um dos maiores desafios, eu acho que é conseguir montar um modelo de aplicação de ideias na empresa que seja rápido. Se me pedirem para fazer um projeto que vai demorar mais do que seis meses para começar a funcionar, eu já vou ficar com os dois pés atrás”, conta.

A loja, apesar de ser física, está, também, cada vez mais, online, seja com uso de totens, displays interativos, QR codes,

câmeras inteligentes e até robôs...

“A parte de experimentação do produto acho que já não é novidade para ninguém. Não deve existir nada mais frustrante para o cliente do que chegar na loja, para ver um produto, e encontrá-lo dentro de uma caixa, lacrado, sem poder tocá-lo”, explica.

O layout da loja é outra coisa que muda constantemente. Emanuel Neto explica que saber como expor, e onde expor, faz uma diferença enorme na hora de promover o produto. “Um equipamento prime tem de ter uma exposição prime, tem de passar essa sensação para o cliente, e assim por diante”, avisa.

A transição de digitalização do espaço físico é urgente, e quem não fizer vai ficar em desvantagem, costuma dizer Emanuel. “Obviamente que, nem tudo que se vê, se aplica ao seu negócio; então, temos de saber analisar as possibilidades e enxergar as oportunidades.”

A Ferimport atende aos profissionais e ao público hobista, sendo que notaram crescimento considerável nos consumidores hobistas, do “Faça você mesmo”.



E Emanuel tem uma boa explicação para isso. “Acredito que o acesso ao conhecimento, e projetos em que o usuário consegue fazer o passo a passo, tenham, também, ajudado a impulsionar esse grupo. Além do fato de as ferramentas serem mais intuitivas e fáceis de manusear.” O bom atendimento e conhecimento dos balconistas é uma regra na empresa. “Quando se trata da venda de consumíveis e produtos com um valor agregado menor, o fluxo é bem rápido, na maioria das vezes, o cliente já sabe o que quer, e opta em nem ter o vende-

dor acompanhando. Agora, quando vamos para máquinas, ou produtos com um valor maior agregado, o fluxo já é bem diferente. Hoje, quase 100% dos consumidores já vem com alguma noção do que quer, ou, pelo menos, uma ideia, pois, na maioria, passam pela internet antes, assistem a vídeos, lêem comentários. Na loja eles querem ver o produto, sentir, testar e coletar mais informações para validar sua compra”, explica Emanuel. Mas destaca a participação do vendedor: “O vendedor sempre é treinado para

oferecer todas as opções e tirar todas as dúvidas do cliente, isso é um trabalho extremamente importante, caso não tenha a informação que está buscando, ou não consiga ver/testar o produto, ele, com certeza, irá sair frustrado da sua loja.” Além do espaço de recepção para os clientes e área de experimentação nas lojas novas, a Ferimport promove workshops e eventos com os fornecedores. Emanuel conta que, o mais importante é não inventar nos negócios. E dá uma receita: “Eu acho que o difícil, mesmo, é fazer o básico. Temos clientes bem excêntricos, clientes muito exigentes. Mas, no final das contas, todos estão querendo a mesma coisa: um bom atendimento, e que as expectativas sejam atendidas, e a sua necessidade, suprida”, finaliza. Para as entregas na região metropolitana de Salvador, a Ferimport dispõe de dois caminhões próprios, desde que se enquadrem em um valor mínimo.

MIX DE PRODUTOS





ONDE VAI O **PROFISSIONAL**

A PRO Telhanorte é a loja do profissional da construção da rede. São duas unidades (Marginal Tietê e Aricanduva), que tem todas as soluções para o profissional: atendimento especializado, produtos exclusivos e preços competitivos. A loja é dividida em Mundos, seguindo a especialização profissional: construtor, electricista, encanador, pintor, acabamento e ferramentas. Tudo com as melhores marcas e grande quantidade. Também tem Centro de Formação Profissional, com cursos semanais dos maiores fabricantes do mercado.

Rodrigo Marson, coordenador da Divisão de Ferragens da Telhanorte, explica que a Telhanorte valoriza a categoria de Ferramentas. “Dessa forma, disponibilizamos um espaço amplo para comportar todos os principais itens dessa divisão, separando as ferramentas elétricas, manuais e demais acessórios. A Telhanorte registra bons números com os dois públicos, profissionais e hobbistas. No entanto, os profissionais procuram muito as lojas da

PRO Telhanorte, que é voltada especificamente para este público. Os hobbistas, nesse setor, se mantêm em alta, pois sempre necessitam ampliar ou renovar seu kit de ferramentas. A indústria também contribui para esse movimento, apresentando sempre grandes novidades, com diferentes tecnologias e funcionalidades, que fazem a diferença no momento da decisão da compra”, explica.

A Telhanorte conta com um mix de produtos composto por grandes marcas. Entre elas, Black Decker, Stanley, Starret, Dewalt, Good Year, Bosch, além das nossas marcas próprias ProSteel e NoviPRO. Um dos grandes diferenciais da Telhanorte é a possibilidade de o profissional experimentar os produtos. “Oferecemos espaços específicos para que os consumidores realizem alguns testes desejados, sobretudo, com as ferramentas elétricas e equipamentos de precisão, que são, necessariamente, avaliados pelo desempenho e potência. A partir desse processo, também, estimulamos o “Faça

você mesmo”, cada vez mais presente nos lares brasileiros. Contamos, ainda, com equipe preparada e treinada para atender aos consumidores, tirando dúvidas técnicas e indicando as melhores soluções”, diz.

Para melhor localização dos produtos, e a fácil identificação pelos compradores, as ferramentas estão colocadas em gôndolas e em corredores diferentes (manuais e elétricas).



LORENZETTI



ACQUA DUO ULTRA
FLEX
AUTOMÁTICO E INTELIGENTE

FORMAS CORES DESIGN

LANÇAMENTOS 2019



0800 015 02 11

www.lorenzetti.com.br

lorenzettioficial





olho nas OPORTUNIDADES

Diante de um perfil cada vez mais dinâmico, conectado e, em constante evolução, e dos novos comportamentos dos consumidores no Brasil, é fundamental que os varejistas apresentem e atentem para alternativas que possam diferenciar seu negócio, despertando a atenção e o aumento do tráfego de clientes na loja e, conseqüentemente, incrementando as vendas.

E, em se tratando de ferramentas elétricas, a VONDER é referência no mercado, oferecendo uma linha completa voltada aos profissionais e as indústrias, aplicando o conceito que, para cada necessidade, existe, sempre, a ferramenta certa! Por isso, trabalhamos a fim de orientar o lojista para a organização do PDV, com as ferramentas segmentadas por famílias, que respeitam essa aplicação, além de comunicar funcionalidade e equivalência entre um e outro produto, de forma crescente, por categoria e/ou segmento.

Na categoria de ferramentas elétricas, a sugestão da VONDER é trabalhar uma exposição horizontalizada e verticalmente, organizada pelos tipos/modelos de ferramentas, sempre, posicionando a embalagem próxima, para que o consumidor possa ter acesso aos atributos técnicos e diferenciais de cada item, comparando determinados produtos à escolha e sempre recebendo suporte de vendas aos itens que são, verdadeiramente, equivalentes e possam corresponder às expectativas de uso em cada atividade e intensidade de trabalho.

Também, para maior organização do PDV, a VONDER dispõe de uma linha de expositores, que contribuem, diretamente, na apresentação dos produtos, com alturas diferentes – considerando seu posicionamento nas paredes ou meio da loja, formando corredores, pensando no aspecto segurança e na necessidade de cada ambiente.

Junto à exposição, importante considerar, ainda, o Cross Merchandising, que expõe itens relacionados ao produto (por exemplo, consumíveis e acessórios, EPIs, organizadores, entre outros), que contribuem e agregam ao ticket médio da categoria e da loja como um todo.

Outra orientação diz respeito à venda consultiva, levando ao consumidor atributos importantes relacionados à ergonomia, resistência, potência e funcionalidade de cada item, fatores que devem ser destacados e que, somados à exposição, podem assegurar uma experiência que conquiste a preferência e influencie a decisão não só no momento presente, mas na próxima intenção de compra!

Recomendamos, também, que nos PDVs exista uma área de experimentação dos produtos, para que os consumidores possam testar e serem orientados por vendedores especialistas da correta utilização voltada ao máximo aproveitamento de performance e funcionalidade de cada item.

Elisângela Durães – Gerente de MKT Grupo OVD/
Ferramentas VONDER



Assista o vídeo e
conheça o cartucho
1/4 de volta Víqua

Novo cartucho 1/4 de volta com pastilha cerâmica

A Víqua, número 1 em torneiras ABS no Brasil, apresenta o novo acionamento 1/4 de volta com pastilha cerâmica. Mais conforto, praticidade e durabilidade agora também nas linhas Foz e Marujá.



AREJADOR

Economia de água e jato suave, menos respingos.



GARANTIA

Produzida em ABS, resistente a impactos e altas temperaturas.



INOVAÇÃO

Novo cartucho 1/4 de volta desenvolvido pela Víqua*.

4x
+ DURÁVEL

DURA MUITO

200 mil ciclos de abertura e fechamento.



*patente requerida

viqua.com.br | 0800 883 1010

VIQUA
Nossa vida é água

BELEZA BRASILEIRA

As pias e as cubas para cozinhas e banheiros estão, cada vez mais, bonitas, elegantes e...funcionais. Sim, os fabricantes estão se superando e lançando produtos que ganham prêmios internacionais pelo design, sem perder a funcionalidade e o bom desempenho. Assim, o revendedor deve tratar esses produtos com muito carinho, reservando um espaço nobre para apresentá-los.





A coleção de cubas desenhada por Ruy Ohtake para a Roca, que está na exposição O Design da forma, em cartaz no Instituto Tomie Ohtake, em São Paulo, foi anunciada, em março, a vencedora da categoria máxima de um dos prêmios de maior prestígio mundial no campo do design: Red Dot Award, concedido pelo Design Zentrum Nordrhein Westfalen, na Alemanha. Destacando o “brasileiríssimo” produto, o júri consagrou o design de Ruy Ohtake como best of the best, e a entrega do prêmio será em julho, em Essen.

A Deca não ficou parada no tempo e no espaço, e aproveitou a Expo Revestir para apresentar muitas novidades. Cubas desenhadas por Arthur Matos Casa, renomado arquiteto baiano, Jader Almeida e Osvaldo Tenório. Além de inovar ao entrar no segmento de cubas de aço inox e ferro. Quem diria!!!

▶ ASTRA

No ano de 2019, a Astra aposta na variedade de cores, tendência no vidro e material diferenciado para as cubas, como o bambu.



“Lançamos, em fevereiro, as cubas de vidro nas cores marrom, ouro (tom mais fechado) e azul-petróleo. Em março, durante a Revestir, foi lançada a primeira cuba feita de bambu, um produto exclusivo, confeccionado por meio de um processo artesanal com acabamento envernizado, alta resistência e peso leve, cuja presença se faz voltada para boutiques. As nossas cubas com maior presença nos pontos de vendas são as cubas de vidro, pela diversidade de tamanhos, cores e formatos, além do diferencial em qualidade que a Astra possui”, informa Joaquim Coelho, diretor Comercial.

A exposição é muito importante para apresentar os produtos, como explica Coelho. “Cubas de vidro ou de materiais naturais são produtos diferenciados para acabamentos de banheiros ou ambientes exclusivos. Dessa forma, expomos esses itens, aos nossos clientes, com destaque em expositores ou ambientes decorados, para que o consumidor final possa ver como a cuba ficaria em sua casa. Orientamos os lojistas a destacar o local ambientado das cubas com ilumi-

nação adequada e cuidados diários, valorizando o produto e incentivando a venda”, diz.

A realização de treinamento é sempre que solicitada. “No ato da venda para o lojista, passamos todos os diferenciais do produto, mas, se houver necessidade, quando o produto chegar na loja, podemos oferecer um treinamento específico para os vendedores. Além disso, disponibilizamos, também, materiais de apoio, como informações em catálogos, fotos ambientadas, no site da Astra, que valorizam o produto, e vídeos argumentativos nas redes sociais. Para as cubas feitas de pedra e de bambu, realizamos os workshops sobre o mercado de luxo para butiques e nossos especificadores (arquitetos e designers)”, encerra.

DECORALITA

Em 2019, pretendem consolidar os lançamentos realizados no ano de 2018, destacando uma presença forte com as pias de massa sintética e pia sintética com cuba de inox (ECOGRANITO).

Eduardo Pinheiro, diretor da empresa, explica como trabalham no ponto de venda: “Existem duas situações: utilização de expositores customizados, realizados conforme layout ou padrão da loja, e expositores padrão da linha Decoralita. Sugerimos mostrar em cima de gabinetes para cozinha da marca que o revendedor trabalha ou nos expositores sugeridos acima”, diz. Quanto ao treinamento dos vendedores, Eduardo informa que realizam treinamento com os balconistas e os vendedores das lojas, mostrando o diferencial do produto Decoralita, abordando os seguintes temas: garantia de quatro anos do produto, alto brilho e nível de acabamento, resistência, durabilidade e funcionalidade das pias.

DECA

A grande protagonista da casa das pessoas é a cozinha. A Deca apresenta linhas completas de cubas para cozinha, em diversos modelos e materiais. O portfólio contempla peças de aço inox, ferro, louça e quartzo, com opções em acabamentos, tamanhos, formatos e acessórios que dão, ainda, mais identidade ao ambiente. As cubas chegam ao mercado em kits que já contêm todas as peças necessárias para que a cozinha dos sonhos se transforme em realidade. Soluções que unem funcionalidade e design diferenciado, criados por grandes profissionais, fazem da Deca uma marca completa, com produtos que fogem do comum e trazem novas experiências na composição de projetos para banheiros. Com uma linha completa criada pelo designer Jader Almei-

da, parceiro da Deca desde 2015, a marca expande a atuação no segmento e apresenta ao mercado linhas assinadas com grandes nomes da arquitetura, com trabalhos reconhecidos internacionalmente: Arthur Casas e Osvaldo Tenório. Mais dois grandes parceiros da Deca, que empregam seus talentos para levar o design para a casa das pessoas.

Jader Almeida - Com mais de 30 premiações nacionais e internacionais no setor de arquitetura e design, o brasileiro Jader Almeida é exemplo de talento e dedicação. Há quase duas décadas desenvolvendo produtos para indústrias, a modernidade e a qualidade em design de suas peças transcendem as barreiras do tempo. E, apostando nessa estética, há mais de três anos nasceu a parceria inédita entre a Deca e o designer.

Com linhas suaves, Jader Almeida projeta o futuro com foco em harmonia e funcionalidade. Sua coleção contempla cubas, torneira e misturadores. Para as cubas, a primeira desenvolvida por Jader Almeida foi a L.300 na cor branca, que se destaca pelo visual leve, com as laterais planas que servem para acomodar frascos ou toalhas, e convergem para o centro onde escoar a água de maneira suave.

Nos demais modelos, formas leves e levemente arredondadas são características marcantes da coleção, ideais para projetos com foco no design e na harmonia entre as formas. As Cubas de apoio redonda (L.311), triangular (L.312), e quadrada no tamanho pequeno (L.313), e grande (L.314), possuem ângulos projetados para criar um jogo de luz e sombra, num design que oferece leveza ao ambiente. Estes modelos estão disponíveis na versão Branca e no acabamento Ébano Fosco.

Arthur Casas - Reconhecido internacionalmente e colecionador de prêmios nacionais e internacionais, Arthur Casas compartilha com a Deca o DNA de inovação. Criador do ambiente sysHaus, modelo de casa pré-moldada e sustentável, apresentada pelo arquiteto na CASACOR São Paulo 2018, o profissional trouxe para esse projeto seu olhar sobre os produtos Deca.

Para deixar o ambiente completamente autoral, a marca apoiou suas ideias e conceitos ao desenhar a cuba de banheiro e o misturador, que, agora, deixam de ser exclusivos da mostra para estar na casa dos consumidores.

Com design moderno e linhas retas, a cuba apresenta um modelo suspenso por uma base e área de apoio de itens para banheiro. Para a concepção, foi criado um esmalte único, na cor branca, com efeito granulada, imitando pequenas pigmentações no acabamento preto.





dim

A **Condor** ouve, valoriza e oferece facilidade para o profissional. A marca de ferramentas que **não pode faltar na sua loja!**



A **Condor** tem uma **linha completa** para atender a todas as necessidades dos pintores profissionais.

Faça seu pedido e deixe sua loja preparada para lucrar muito.

Expositores



Oswaldo Tenório - O traço marcante e cheio de personalidade de seus projetos faz de Oswaldo Tenório um profissional reconhecido no Brasil e no exterior. O arquiteto e designer pernambucano tem uma trajetória de 20 anos no mercado e assinatura com forte apelo atemporal. Tenório desenhou a cuba que compôs a sala de banho da Cisterna Deca.

A cuba cilíndrica de sobrepor chama a atenção pelo tamanho – grande para os padrões encontrados normalmente – e pelo design de bordas finas e arrojadadas. O desenho externo da cuba trabalha com a volumetria da peça, criando um jogo de luz e sombra. O modelo apresentado está no acabamento Kale Green, nova cor da Deca para louças.

Para quem busca um ambiente marcante, a Deca dispõe de acabamentos metalizados para cubas nas cores Cobre, Dourada e Prata. Aos mais ousados, a Deca oferece uma experiência irreverente: as cores NavyBlue, KaleGreen, lRose Millennial e Vanilla. A Deca traz, ainda, o acabamento Cinza-Fosco, um coringa que assegura originalidade e permite combinações em variados estilos.

Cubas de inox - Presente em quase em todas as cozinhas, a cuba de aço inoxidável é a mais tradicional nas casas brasileiras. Todos os modelos lançados pela Deca vêm com sistema antirruído, formado por uma manta que abafa o som da água ou de objetos colocados de maneira abrupta na cuba.

Deca Supra Hide(CC.650.40.SUP.INX) é um modelo de embutir premium do portfólio, perfeito para projetos de metragem reduzida. - Cubas de quartzo A Deca acrescenta a seu portfólio um modelo de cuba de quartzo, material poderoso e de alta qualidade, que garante durabilidade, resistência a riscos – é possível cortar alimentos em cima da cuba sem se preocupar em danificá-la.

Cuba de ferro - O estilo rústico e industrial ganha espaço no portfólio, com a cuba de ferro fundido da Deca esmaltada em branco(L.1671.17). Com quinas arredondadas, oferece um design mais bonito à peça, ao mesmo tempo que facilita a limpeza.

Cuba de louça - Design impecável e funcionalidade são os dois elementos básicos da cuba de louça criada pela Deca. O modelo L.1670.R de cuba dupla com tábua multiuso de resina deslizante, permite aumentar a área útil para a preparação de alimentos com facilidade e conforto nas atividades do dia a dia.

► DOKA

A Doka destaca três modelos de cubas:

Barcelona - A Cuba Barcelona Grande possui design contemporâneo e curvas delicadas, e com uma opção mais compacta para quem possui limitação de espaço.

É confeccionada em Quarrycast, material desenvolvido com uma rara rocha vulcânica naturalmente branca misturada



à resina de alta performance, garantia de 25 anos e a possibilidade de restaurar a superfície da cuba em caso de risco/arranhão. As linhas retas e elegantes enriquecem banheiro ou lavabo, fazendo com que a Cuba Barcelona Grande seja elemento-chave de beleza na sua casa e, esteja, permanentemente, branquinha.

Amalfi - A Cuba Amalfi é confeccionada de Quarrycast.

Napoli - A Cuba Napoli também é confeccionada de Quarrycast. Suas linhas elegantes enriquecerão o seu banheiro ou lavabo, fazendo com que a Cuba Napoli seja elemento-chave de beleza na sua casa e esteja permanentemente branquinha.

► FRANKE

A marca suíça Franke está lançando a Cuba Box Center para cozinhas. É um workcenter que atende às necessidades de um consumidor exigente que busca o melhor para sua cozinha unindo status, conforto, performance, design, funcionalidade e exclusividade.

A novidade tem performance modo Dia e modo Noite, exclusividade da marca. No modo Dia, todos os acessórios estão disponíveis para ser usados como apoio e são verdadeiros acessórios na preparação dos alimentos. No modo Noite, a cuba menor serve como armazenadora de forma limpa e ordenada dos acessórios utilizados (cestas, tábuas, facas). É a primeira peça dessa categoria a ter um organizador de suporte de facas diversas.



O MIX mais completo de produtos para o seu negócio!



Mais de 2 mil itens:



BRASFORT®

BRASFORTFERRAMENTAS

www.brasfort.net.br



ICASA

A empresa destaca um tanque reestilizado, apresentado na Expo Revestir 2019. O produto contém mesa para metais e permite ao consumidor escolher o lado preferido para instalar a torneira, além da possibilidade de instalar na parede. “Apresentamos quatro novos modelos de cubas de sobrepor e embutir para ser analisadas na Expo Revestir 2019, sendo que as duas mais votadas serão lançadas ainda este ano. Além deles, estamos em desenvolvimento de mais cubas de apoio e, também, em cores foscas, visto que esses modelos dominam o cenário de exposição nas grandes lojas”, informa Fábio Bergamasco Ferlin, gerente de Marketing. Bergamasco recomenda que a exposição de louça sanitária deve ficar próxima aos revestimentos e aos metais sanitários, o que já é uma tendência.

“Os expositores são sempre colocados em níveis baixos para facilitar a visão de todos os ângulos do produto. A Icasa fornece expositores próprios aos parceiros comerciais e/ou participa na exposição personalizada da revenda”, diz.

A Icasa tem equipe de profissionais voltada ao treinamento técnico/comercial com a finalidade de ajudar os vendedores a melhorar o mix de venda.

“É de grande importância que o vendedor conheça a parte técnica dos produtos para orientar o consumidor quanto ao produto que melhor atende ao seu projeto”, recomenda o gerente.

JAPI

A Japi lançará novos modelos de cubas cerâmicas, com formatos, cores e texturas diferenciadas, visando a atender aos diversos estilos.

O novo modelo Sottile, tem borda fina, sendo este o grande diferencial do modelo. Traz mais sofisticação e elegância à decoração. Estará disponível nas cores: branca, preta-fosca, mármore Carrara e mármore Nero.

As cubas têm espaço garantido aos lares de todos os tamanhos e perfis, por isso, a Japi aproveitou a Expo Revestir para lançar uma linha inteira de cubas cerâmicas.

Três peças que serão lançadas são quadradas com a borda fina.

Sendo uma delas com acabamento preto-fosco. No entanto, para aqueles que gostam de tons mais sofisticados, a marca traz a cuba com acabamento na cor mármore Carrara, e, outra, com acabamento de mármore Nero. As três peças medem 38,5cmx38,5 cm e 13,5 cm de altura.

Em relação a 2018/2019, as cubas Ravena, Veneza, Rimini, Udine, Capri, Bari, Nova Bolonha de grande aceitação no mercado, são os produtos com maior presença no ponto de venda. Diego Mattos, gerente Comercial, informa que a “Japi disponibiliza alguns expositores de linha, para que nossas cubas permaneçam bem expostas e ambientadas, facilitando a visibilidade de nossos produtos. Há, também, a opção de projetos personalizados, que variam, de acordo com a necessidade e espaço do cliente.” Quanto ao treinamento para os lojistas, Mattos alerta que os representantes da empresa estão aptos a oferecer treinamento adequado e especializado sobre cada uma das linhas, conforme a solicitação dos clientes.

LEPRI CASA

O processo artesanal da Lepri – Finas Cerâmicas Rústicas ganha nova expressão, com formas e cores ainda mais exclusivas. A empresa, reconhecida pelo portfólio de revestimentos finos cerâmicos e bricks, acaba de lançar a marca Lepri Casa que traz cubas e objetos. A riqueza de formatos e texturas oferecidos pela argila se manifesta na singularidade de cada peça, nas quais o movimento sobre a terra esculpida é evidente e levará personalidade aos projetos residenciais e corporativos.

Muito além do lavabo e de casas de campo, as peças são perfeitas para acompanhar salas de banho, spas, hotéis, áreas gourmet, e espaços comerciais e corporativos, como restaurantes, bares e coworkings, que buscam estilo exclusivo. As cubas são versáteis na combinação de materiais – podem estar em projetos que adotem desde uma estética mais clássica até industrial.

Comprometida com a fabricação de produtos de alta qua-





70
ANOS

DEDICADOS
A VOCÊ!

TAMBASA
ATACADISTAS®

www.tambasa.com
(31) 3359-0000

lidade, 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, a elegância e o aconchego.

► LORENZETTI

Na Expo Revestir 2019, a Lorenzetti complementa a linha de louças sanitárias com soluções elegantes, inovadoras, que se destacam pelo design funcional, conferindo sofisticação aos projetos modernos de decoração.

Uma das novidades é a linha LorenOne, composta por bacia convencional e com caixa acoplada Duo Flow, além de combo completo para instalação. A modernidade está presente em todos os detalhes da linha LorenOne. A base é quadrada e robusta, e, para ressaltar a uniformidade do desenho, a caixa acoplada e a bacia formam um match perfeito. O sifão oculto torna o design ainda mais clean e, ao mesmo tempo em que privilegia a elegância da peça, facilita a limpeza. Para favorecer a experiência de conforto no uso, a bacia tem 40 cm de altura, diferencial em comparação com os modelos similares.

A linha LorenLike, por sua vez, é composta por bacia com caixa acoplada Duo Flow, também disponível em combo completo para instalação, bacia convencional, cuba de apoio, lavatório com coluna e lavatório com coluna suspensa. Por meio da expressividade de linhas retas e dinâmicas, as louças impõem personalidade ao criar um design único e marcante. O conceito clean das peças é ressaltado pelo match perfeito entre a tampa, a caixa acoplada e a bacia, mantendo a uniformidade da peça. Além disso, o sifão é oculto, complementando a harmonia visual.

Outra novidade é a linha LorenClass, marcada por formas arredondadas, suaves e orgânicas. A linha é composta pelo combo da bacia com caixa acoplada Duo Flow e bacia convencional. Na versão com caixa acoplada, o destaque é o



exclusivo botão no formato retangular, que confere modernidade e resalta a harmonia visual, ao mesmo tempo em que evita o acionamento simultâneo das opções de descarga com 3 e 6 litros. Assim, o consumo é responsável e eficiente. Projetadas pela premiada Equipe de Design Lorenzetti, as bacias LorenClass possuem 40 cm de altura, o que garante conforto no uso, enquanto a base carenada imprime robustez ao design minimalista.

Paulo Galina, gerente de Marketing da Lorenzetti, diz como a empresa orienta os revendedores no ponto de venda: “A Lorenzetti sempre valorizou a exposição dos produtos no PDV. Trata-se de uma ação estratégica importante, pois sempre contribui para impulsionar o giro de vendas. A exposição atende a um dos anseios do consumidor brasileiro, que sente a necessidade de manusear o produto e avaliar os aspectos visuais. A orientação aos revendedores passa pela necessidade ou o perfil de cada cliente, buscando a melhor exposição para cada caso.”

A fim de auxiliar os revendedores, a Lorenzetti oferece treinamentos constantes para que estejam preparados a atender, com qualidade, o consumidor, esclarecendo dúvidas e apresentando a melhor solução para cada necessidade. “Além disso, a Lorenzetti faz a distribuição de materiais de apoio para a divulgação no PDV, que exaltam os principais atributos dos produtos, com conteúdo orientativo para uma venda assertiva”, encerra.

► MEKAL/DOCOL

Parte de um projeto de expansão, a MEKAL, a referência no segmento de cubas de inox superpremium, foi incorporada ao grupo DOCOL. Apesar de as marcas permanecerem independentes, preservando a essência dos seus trabalhos, com a união é possível esperar soluções ainda mais completas e inovadoras. Como o primeiro produto-conceito, apresentado na Revestir.

A combinação entre uma cuba multifuncional e um misturador telescópico formam uma bancada invisível, solução que proporciona múltiplas possibilidades ao mesmo espaço. Perfeita para os novos jeitos de morar, em que um mesmo ambiente pode amanhecer cozinha, enatardecer home office e anoiatecer sala de jantar.



Não há lugar como NOSSO Lar

E olha que de lar a gente entende.



FEICON | 09A12
BATIMAT | **ABRIL**
REFERÊNCIA PARA QUEM PENSA
EM CONSTRUÇÃO E ARQUITETURA | **2019**

visite nosso lar
na Feicon Batimat
STAND H030

ILUMI
MATERIAIS ELÉTRICOS
a marca do lar brasileiro.
www.ilumi.com.br

f i ilumibrasil

MONDIALE

Os produtos de maior presença da empresa nos pontos de vendas são as cubas de apoio, cuja linha é, atualmente,

composta de 17 modelos. “Os nossos produtos de destaque e de lançamento para o ano de 2019 são as cubas de apoio modelos Hilo e Hawi”, diz José Carlos Tonussi Junior, Marketing Mondiale.

Exposição: “A maneira mais eficiente que encontramos de orientar o revendedor para expor os nossos produtos foi por meio do uso do display-expositor de MDF que desenvolvemos. Como se trata de um belo conjunto, orientamos um local com bom acesso e visibilidade dentro da loja, pois gera bastante interesse do consumidor final”, conta Tonussi.

Quanto aos diferenciais, o gerente de Marketing destaca que os representantes são instruídos por meio de treinamentos técnico-comerciais, além de disponibilizarmos materiais de apoio como: banners, folders e catálogos aos vendedores nos pontos de venda.



PROJINOX

Fundada em 2000, a Projinox fabrica uma grande variedade de produtos de aço inoxidável para diversos segmentos, como construção civil, hospitalar e cozinha industrial. O inox é um material nobre que se destaca pelas diversas características exclusivas, como resistência à oxidação, ideal, principalmente,

para produtos que estarão em constante contato com a água. Para o segmento de cozinha industrial, além de coifa, caixa de gordura, mesa e bancada, a Projinox tem uma linha completa de cubas dos mais diversos tamanhos e modelos, podendo ser na linha padrão ou totalmente personalizada.

Dentro da linha denominada Brasil Cubas existem as opções de cuba redonda, com design diferenciado, cuba dupla para melhor aproveitamento do espaço, e as linhas industriais, voltadas às exigências maiores. A Projinox ainda é especializada na produção e na instalação de pias e bancadas, as quais são fabricadas conforme o projeto de cada cliente. “O inox é, extremamente, benéfico à saúde, de superfície lisa e não porosa, evitando o acúmulo de bactérias. Outro grande diferencial é a praticidade na hora da higienização e assepsia, essencial para uma cozinha”, explica o diretor Comercial Douglas Brito. Sobre a melhor forma de expor os produtos, acrescenta: “Preparar o revendedor de maneira técnica é o caminho mais eficaz para uma venda certa e, sobretudo, consciente. Quando o cliente entende todas as vantagens em se adquirir um artefato inox, seja uma cuba ou bancada, a venda se torna mais fácil”, finaliza.



Para o ano de 2019, a tendência é que o inox ganhe cada vez mais espaço nas construções, pois, além de proporcionar modernidade e sofisticação ao ambiente, proporcionando um custo-benefício muito vantajoso.

ROCA

A Roca tem lançamentos que reforçam o amplo portfólio de peças para banheiros e cozinhas. As novidades vêm com acabamentos modernos e tecnologias que resultam em economia de água e sustentabilidade. Especialista em louças para banheiros, a linha de cubas de apoio e de sobrepor aumentou com a coleção Optica, desenvolvida, especialmente, para atender à necessidade dos brasileiros. São 12 formatos com opções redondas, retangular e oval e sete cores: branco brilho, branco matte, onix, perla, café, disponíveis no acabamento matte.

A Roca apresenta, também, a inovadora cuba para cozinha da coleção Oslo com exclusiva tecnologia Quarzex®, garantindo maior durabilidade, resistência a impactos, manchas e riscos, além de suportar temperaturas de até 180° C.

São Cubas para cozinha de Quarzex® mais duráveis e de fácil limpeza e foram criadas para atender aos consumidores mais exigentes. Possuem design elegante e de resistência extraordinária, graças à composição de 80% de Quartzo e 20% de resinas. Também foram incluídos pigmentos naturais especiais para criar superfícies mais quentes, suaves ao toque e com baixa porosidade.

Cubas Roca by Fernanda Marques - Na busca por trazer peças com design único aos consumidores brasileiros e valorizar os traços dos arquitetos e designers conceituados do país, a Roca firmou uma parceria de sucesso para o segmento de louças. Na Expo Revestir 2019, a marca apresentou a coleção de cubas Infinity, assinada pela arquiteta Fernanda Marques.

Faz parte do DNA da empresa convidar nomes de expressão para colaborar com os profissionais do Roca Design Center. Mesmo com a versatilidade das peças assinadas internacionalmente, a marca acredita que a aproximação e as parcerias com profissionais que atuam no Brasil são essenciais para atender às expectativas e as características dos consumidores para projetar a nova coleção de cubas do portfólio no Brasil.

“Temos uma relação de longa data que se expandiu também pela proximidade e admiração ao trabalho executado por Fernanda Marques, que consegue navegar muito bem tanto na arquitetura quanto no design de produtos”, afirma Sergio Melfi, diretor de Marketing da Roca Brasil.

A decisão por esse nome reflete o objetivo da marca de aproximar-se cada vez mais do público nacional em busca de oferecer as melhores soluções e antecipar-se às necessidades, expectativas e gostos para



FECHADURA DIGITAL
EXPRESSION

PADO
Mais que produtos, tranquilidade!

Tecnologia e segurança
mais próximos de você.



LACISA

f /Padobr
@Padobr
www.pado.com.br

PADO NA

FEICON 2019

Visite nosso estande na **FEICON**
São Paulo Expo - SP | Estande E090
De 09 a 12 de Abril | 10 às 20h

**FEICON
BATIMAT**
REFERÊNCIA QUE INSPIRA
CONSTRUÇÃO QUE TRANSFORMA

os projetos arquitetônicos executados pelos profissionais que aqui atuam. “O desenho preciso, elegante e contemporâneo de Fernanda Marques se encaixam perfeitamente com as nossas expectativas de agregar ao portfólio da marca global soluções bonitas e funcionais”, complementa Melfi.

Assim, fundamentou-se a parceria que resultou na coleção Infinity, com cubas de apoio idealizadas para o dia a dia dos novos tempos e que trazem no design o equilíbrio entre o minimalismo e a funcionalidade.

Com três modelos, as cubas de apoio assinadas por Fernanda Marques ressaltam a suavidade e delicadeza das curvas nas bordas, resultado da tecnologia Fineceramic®, com aletas metálicas e válvula oculta que permitem um desenho ainda mais clean.

▶ SANTA CLARA

Humberto Nacif Lusvarghi, gerente Comercial, destaca a Linha Dona Beja Vintage.

“O estilo Vintage é um clássico na decoração e sempre esta em alta, tendo, como principal característica, o resgate de tendência que já fizeram sucesso em décadas passadas, por meio de elementos repaginados, sempre dotados de personalidade e delicadeza. Na Santa Clara louças sanitárias, o público encontra peças que combinam charme e qualidade para valorizar ainda mais a decoração no seu banheiro e lavabos. Dentre as três linhas de bacias acopladas que compõem nosso portfólio, Linha Araxá, Linha D. Álamo e Linha D. Beja, a linha Araxá, em seu conjunto acoplado (bacia+caixa de descarga), tem se destacado mais por ser uma linha que combina requinte com um custo-benefício que casa bem em qualquer casa.”

A empresa orienta aos representantes comerciais a colocar os produtos sempre em evidência nas posições estratégicas do PDV, para que tenham mais ênfase no showroom, despertando, assim, o desejo do consumidor.

Quanto a treinamentos, Humberto explica que “os nossos representantes são orientados a levar ao pessoal do ponto de venda informações técnicas como o excelente desempenho do funcionamento de nossas bacias sanitárias, da qualidade dos



nossos produtos por nosso esmalte ser 100% antigermico, livre de contaminações após o uso e também informações sobre o custo-benefício de possuir uma louça Santa Clara.

▶ TRAMONTINA

A cada ano, a Tramontina traz novas soluções que levam design e tecnologia para a cozinha do brasileiro. Em 2019, os lançamentos seguem a linha minimalista e elegante, que prezam pela funcionalidade sem perder em beleza. O aço inox é a matéria-prima dos produtos, garantindo a qualidade e a durabilidade. O destaque desta edição é o sistema exclusivo de filtragem para coifas ganhador no iF Design Award 2019 - maior prêmio de design do mundo. Dentre as novidades deste ano estão a linha Smooth de cubas, que tem modelos com escorredor e está disponível em diferentes tamanhos; as coifas coloridas New Colorful, com acabamento em pintura automotiva; o tanque Jumbo, com diferencial do tamanho, além de cooktops premiados internacionalmente.

Produtos:

SMOOTH - Design super clean é a tradução da nova linha de cubas de sobrepor Smooth da Tramontina Design Collection. Fabricadas de Aço Inox AISI 304 com 1 mm de espessura, garantem higiene e resistência às tarefas do dia a dia. Os modelos com escorredor apresentam a grande novidade, por conta de uma área lisa, dando ao produto um visual leve e elegante. Oferecidas em 5 modelos diferentes: cuba dupla, cuba única ou uma cuba e meia, tem profundidade de até 20,5 cm, além de escorredor em 4 dos 5 modelos.

Novas Cubas Morgana - A cuba Morgana da Tramontina já é conhecida pelos consumidores e os profissionais da área de arquitetura e decoração, pois reúne características que facilitam a rotina na cozinha. Neste ano a Tramontina amplia a coleção Morgana com dois novos modelos, com a garantia de atender aos mais variados projetos.

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

Morgana Maxi - Modelo para instalação por cima da bancada, com 86 cm de largura, para cozinhas amplas e aos usuários que desejam um espaço diferenciado para lavagem de louça ou alimentos. São oferecidas 3 composições de kit com tábua para corte de alimentos, cesto coador, dosador de sabão ou misturador de inox.

TORNEIRA
PRIMA
touch

ela se tornou
indispensável
nas suas vendas!

**1ª TORNEIRA
TOUCH DO MERCADO**



Possibilidade
de instalação em
bancada ou parede



Tecnologia Touch
Água na temperatura
certa com um toque



Facilidade na
instalação e troca
da resistência



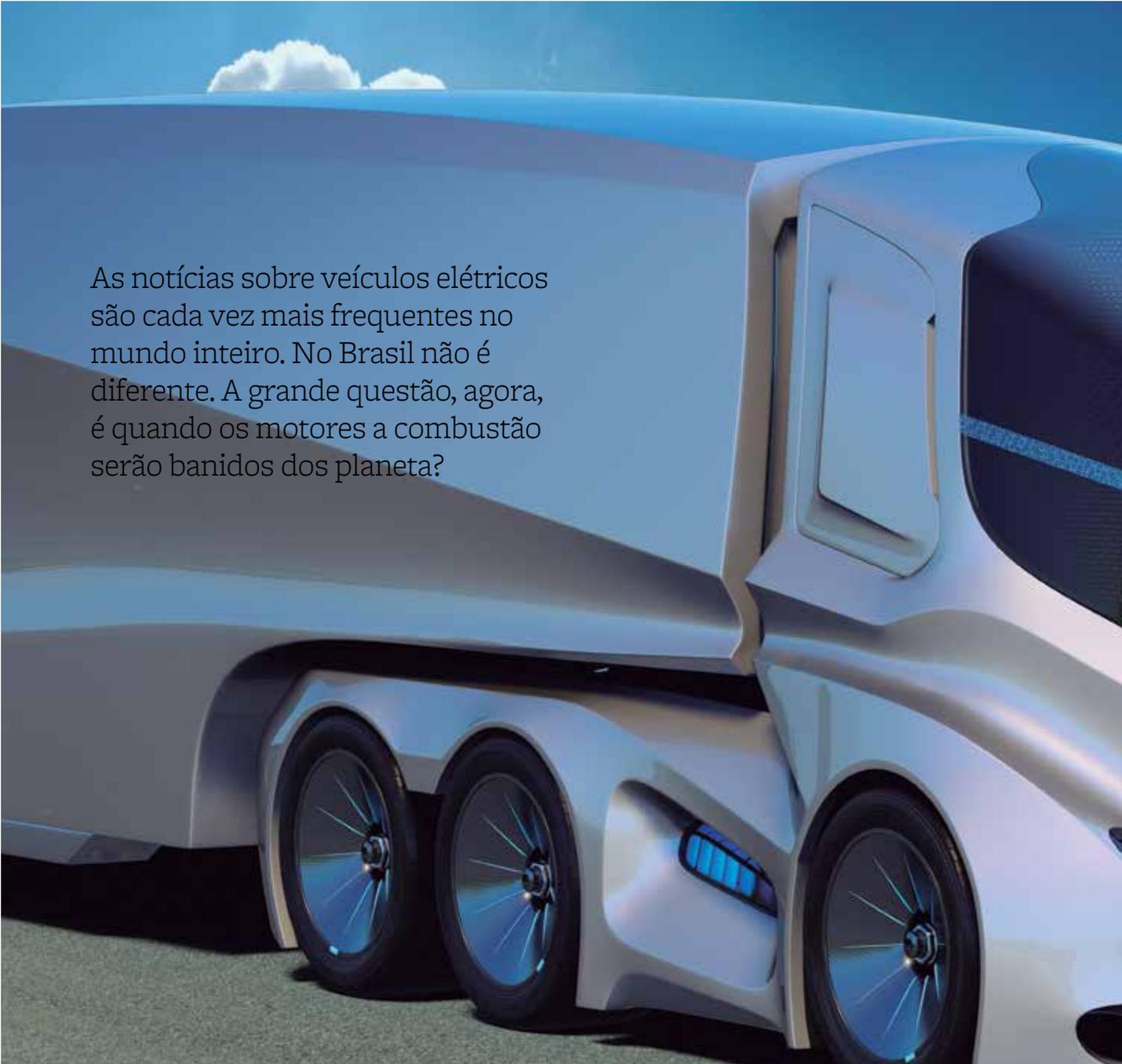
Bica Giratória
Praticidade e
facilidade na
utilização

Led como indicador de temperatura



/eletrozagonel

Zagonel
Tecnologia eficiente



As notícias sobre veículos elétricos são cada vez mais frequentes no mundo inteiro. No Brasil não é diferente. A grande questão, agora, é quando os motores a combustão serão banidos dos planeta?

**O FUTURO
POR UM FIO!**



A Volvo, fabricante sueca de carros e SUVs de luxo, já avisou que, a partir deste ano, fabricará apenas veículos movidos com motores elétricos ou híbridos (gasolina e elétrico). O governo francês anunciou que irá proibir a venda de todos os veículos a gasolina e a diesel, a partir de 2040. A Noruega, atualmente o país com maior penetração de veículos elétricos na Europa, também, irá banir automóveis convencionais até 2025.

Há estudos para que a Alemanha, quarto maior produtor de automóveis do planeta proíba, também, motores a combustão, mas o governo de Angela Merkel ainda não estipulou uma data para que isso aconteça. Não há detalhes sobre o impacto dessas decisões nos veículos comerciais e no trânsito de automóveis entre os países da região.

No ano passado, o governo parisiense já havia anunciado uma restrição de horário permanente para carros com 20 anos de uso. A medida proíbe a entrada de automóveis antigos no centro de Paris, entre 8 horas e 20 horas, de segunda a sexta-feira, e visa a reduzir a poluição na capital francesa.

O rápido desenvolvimento de carros elétricos no mundo ligou o sinal de alerta, também, para os fabricantes de caminhões e veículos comerciais leves, aqueles que fazem entregas nas áreas urbanas. E os grandes fabricantes começam a olhar para esse enorme mercado. A lição deixada pela greve dos transportadores, em 2018, aumentou a busca por combustíveis alternativos. Se o segmento de veículos elétricos, seja de automóveis de passeio ou de comerciais leves, está ganhando forma em muitos mercados, há outra categoria que, também, cresce, a dos caminhões elétricos. Buscando adentrar esse novo nicho de mercado, a MAN Latin America apresentou, na Alemanha, o Volkswagen e-Delivery, o primeiro caminhão leve elétrico desenvolvido no Brasil, cujo projeto leva em consideração aplicações em mercados emergentes. Por enquanto ainda um protótipo, o caminhão será um produto final que logo estará nos revendedores da marca pelo país. Os testes com frotas-piloto começaram em 2018.

O Volkswagen e-Delivery será oferecido nas versões de 9 ou 11 toneladas de peso bruto total, podendo receber diversas configurações de carroceria sobre o chassi de longarinas. Com foco no uso urbano, o caminhão elétrico brasileiro é dedicado à entrega de encomendas nas cidades e, para isso, possui emissão zero e nível de ruído extremamente baixo. O veículo pode ser enquadrado como VUC (Veículo Urbano de Carga).

Para mover o Volkswagen e-Delivery, a MAN introduziu um motor elétrico nacional, o WEG AL160 com 109 cv e 50,1 kgfm. A transmissão é automática da Allison e as baterias de íons de lítio foram desenvolvidas em parceria com a Eletra, empresa que atua na produção de ônibus elétricos e híbridos no país. Com esse pacote de células de energia, o caminhão elétrico tem autonomia de até 200 km. A recarga rápida repõe 30% da carga em 15 minutos e a lenta preenche 100% em, apenas, três horas. O carregador externo é padrão CCS.

No uso urbano, o Volkswagen e-Delivery consegue subir rampas de 25° e aclives com, até, 30° de inclinação. Equipado com ar-condicionado, compressor de ar, compressor da direção e outros dispositivos, todos com acionamento elétrico, o caminhão da VW mantém as demais características de seus irmãos movidos por diesel, tais como, eixos, suspensão, chassi, rodas e pneus, por exemplo, reduzindo os custos de operação do veículo. Todas as informações de gestão de energia são repassadas ao motorista por meio do painel, que tem layout similar aos dos carros elétricos da VW.

O futuro já chegou para ele, tanto é que a Ambev - maior fabricante nacional de cerveja e refrigerantes - anunciou a compra de 1617 caminhões elétricos modelo e-Delivery para o transporte de bebidas. A entrega de todos os veículos deverá estar concluída até 2023. Segundo a Volkswagen, com a compra anunciada até 2023, a Ambev terá 35% da frota composta de veículos elétricos, o que deve evitar a emissão de mais de 30,4 mil toneladas de carbono na cadeia logística da empresa por ano. Durante 30 dias, veículo desenvolvido em parceria pelas duas empresas percorreu 900 km e realizou entregas pelas ruas de São Paulo.

► CUSTO DIESEL X CUSTO ELÉTRICO

Isso pode mudar mais coisas do que você imagina. A greve dos caminhoneiros ainda está fresca na sua cabeça, certo? Então. Numa realidade com caminhões elétricos, nem teria existido, porque eletricidade é bem mais barata que diesel. O litro do combustível gira em torno de R\$ 3,60. Só que um caminhão típico faz apenas 3 km por litro. A cada mil quilômetros, então, um motorista desembolsa R\$ 1,2 mil reais.

Para percorrer os mesmos 1.000 quilômetros, um caminhão elétrico consome 1,25 MWh. Pelos preços correntes no Estado de São Paulo, tem custo de R\$ 750. É uma redução de 40% em relação ao diesel - mais até que os 30% de corte exigidos pelos grevistas no início do movimento.

A diferença não aparece só na hora de abastecer. Caminhões elétricos também são mais eficientes. O Semi, modelo da norte-americana Tesla, promete chegar de 0 a 100 km em 5 segundos - quase igual a um Porsche Boxster. Tudo culpa do chamado

OS PRIMEIROS CAMINHÕES ELÉTRICOS DO MERCADO DEVEM SER:

TESLA SEMI

Empresa: Tesla
Autonomia: 800 km por recarga
Lançamento: 2019
Diferencial: A bordo do veículo de Musk, um motorista pode controlar uma frota inteira: caminhões sem piloto seguem o veículo tripulado como se fossem vagões de trem.

ET-ONE

Empresa: Thor Trucks
Autonomia: 480 km por recarga
Lançamento: 2019
Diferencial: A Thor utiliza peças de outras empresas. O que facilita a produção, e torna os prazos de entrega mais críveis.

URBAN ETRUCK

Empresa: Mercedes
Autonomia: 200 km por recarga
Lançamento: 2020
Diferencial: É a aposta da Mercedes para o mercado de elétricos: um sinal de que as gigantes automotivas vão, também, entrar na disputa.

T-POD

Empresa: Einride
Autonomia: 200 km por recarga
Lançamento: 2020
Diferencial: O T-pod não precisa de motorista (por isso, nem tem janelas). Controlado 100% por inteligência artificial, é uma ameaça para o trabalho dos caminhoneiros.

RENDICOLLA



Acompanhe
nossas
redes
sociais

f rendicolla
 @ rendicolla

www.rendicolla.com.br

ADQUIRA
NOSSOS PRODUTOS
PARA A SUA REVENDA
 ☎ 42 3252.3051



Visite nosso stand

FEICON
BATIMAT
 REPARAÇÃO QUE INSPIRA
CONSTRUÇÃO QUE TRANSFORMA

📍 **STAND C092**
 09 a 12 | ABRIL
 São Paulo Expo - SP

COLOUR?
NÃO SOLTA MAIS!



torque instantâneo, que é uma característica de qualquer veículo elétrico. O motor consegue entregar toda a potência assim que você aperta o acelerador. O resultado é uma aceleração ágil e macia. É quase como comparar a partida de um ônibus (que é movido a diesel) com a de um trem de metrô (que é elétrico). Esse atributo é, particularmente, útil nas subidas. Em uma inclinação de 5%, por exemplo (o suficiente para ter que fazer um caminhão a diesel voltar para as primeiras marchas), o torque de um elétrico permite mantê-lo a mais de 100 km/h.

O calcanhar de Aquiles dos caminhões elétricos é o mesmo do seu celular: demora para carregar. O Tesla Semi, por exemplo, terá baterias de 800 kWh. O que dá dez carros elétricos, e nada menos que 50 mil celulares. Isso mesmo: 50 mil – um estádio de iPhones. Recarregar tudo isso numa tomada comum levaria uma vida.

Caminhões elétricos, então, precisam de supertomadas para ser úteis. O ponto é que já estão desenvolvendo algo assim. A Tesla criou pontos de recarga com uma potência de 1,6 MW. Ou seja: 60 vezes mais do que as tomadas da sua casa.

Um caminhão da Tesla teria 80% da bateria preenchida em, apenas, 30 minutos. Por sinal: isso não significa que os 20% restantes seriam completados em 7 minutos. Baterias de lítio levam mais tempo para finalizar a carga do que para completar a maior parte. Bom, como o próprio Elon Musk, dono da Tesla, frisa: meia hora

no posto é, justamente, o tempo mínimo que o motorista tem que parar para comer. Para todos os efeitos, é como se a recarga acontecesse em tempo zero. Assim que terminar o almoço, o motorista consegue rodar 600 km, usando os tais 80%. É o bastante para ir do porto de Santos ao Rio de Janeiro. Se o caminhão estiver com a bateria completa, então, a máquina aguenta mais 200 km de rotas. Ponto para os caminhões elétricos.

Tudo isso vai custar caro, é claro. O Semi, que deve ser lançado em 2020, deve chegar às lojas por US\$ 180 mil (R\$ 670 mil). É 60% mais do que um Scania R440, líder de vendas no Brasil. A diferença, no entanto, deve se pagar com o tempo. Além de livrar o dono do preço dos combustíveis, caminhões elétricos, praticamente, dispensam manutenção.

O próprio Musk diz que os freios do Semi vão durar “para sempre”. Veículos elétricos, afinal, usam pouco os freios. É que todos eles têm sistemas de regeneração de energia que funcionam assim: quando você pisa no freio, ele não aciona de cara as pastilhas. O sistema liga as rodas a um gerador de energia. Esse gerador é quem freia o carro – e tal resistência acaba convertida em energia para as baterias. Ou seja: carros (e caminhões) elétricos são mestres em poupar freios. Tendo em mente que um mero jogo de pastilhas de freios para o Scania gira em torno de R\$ 600, a conta começa a fechar.

A chance de você ter qualquer tipo de problema mecânico, na verdade, é estatisticamente menor. Um elétrico não exige peças fundamentais para veículos normais. Ele dispensa pistões, câmaras de combustão, velas, sistema de escape, câmbio (e um caminhão a diesel tem 18 marchas)... É tanta coisa a menos que eles têm, literalmente, de um milésimo das peças de um veículo normal. “Um caminhão a diesel tem 16 mil peças. Um elétrico pode levar menos do que 15! Ai, é uma questão de lógica: menos peças, menos desgaste, mais economia. Você não vai quebrar a embreagem se o seu possante não tiver uma.

PETRÓLEO BRANCO

O pré-sal foi uma das descobertas do Brasil para entrar no concorrido mundo do combustível e valorizou, muito, a Petrobras. Mas, como ficou provado depois, o mundo está utilizando cada vez menos combustível fóssil, o preço do petróleo baixou, consideravelmente, tornando a exploração do pré-sal muito cara.

Mas, o Brasil, abençoado por Deus (e bonito por natureza...), tem mais sorte do que juízo. No Vale do Jequitinhonha, Minas Gerais, o lítio é explorado pela CBI (Companhia Brasileira de Lítio), instalada entre os municípios de Araguaia e Itinga, onde novas minas também podem ser abertas. Com essas descobertas mais recentes, o país tem poten-

cial para multiplicar, por 20 vezes, as reservas comprovadas. Hoje, o País tem 0,4% das reservas de lítio do mundo. A estimativa é de que, já em 2019, responda por 8%, tornando-se o quinto país no ranking de reservas mundiais. Hoje, o Brasil produz 1% do mineral em uso no mundo, o equivalente a 48 mil toneladas. Argentina, Austrália, Chile e Bolívia respondem, juntos, por, aproximadamente, 70% das reservas conhecidas de lítio do planeta, estimadas em mais de 13 milhões de toneladas, segundo dados da CPRM (Companhia de Pesquisa de Recursos Minerais). O custo do metal, apelidado de “petróleo branco”, tende a subir com a demanda. O valor de mercado total do lítio no mundo deve aumentar para US\$ 43 bilhões, já em 2020, segundo a consultoria americana Market Research.



TECNOLOGIA + DESIGN = BELEZA

“O povo gosta de luxo. Quem gosta de miséria é intelectual”. A frase, dita pelo carnavalesco Joãosinho Trinta, ficou na memória dos brasileiros. E, o que se viu na 17ª edição da Expo Revestir foi luxo, design, beleza. Sem perder o conteúdo e a funcionalidade. Com um detalhe: agradar a todos os gostos e bolsos.

Um dos eventos mais esperados do calendário da Construção Civil é, sem dúvida, a Expo Revestir. Este ano, a feira foi realizada entre os dias 12 e 15 de março e ocupou, mais uma vez, os 40 mil m² do Transamérica Expo Center, em São Paulo. Repetiu a fórmula, inaugurada em 2018, ao buscar dividir os visitantes entre Business Days, com foco em revendedores e lojistas, e Creative Days, direcionados a arquitetos, designers e especificadores em geral. A organização registrou a presença de 61.785 profissionais e 240 empresas expositoras. “A

feira vem em um movimento crescente e, a cada nova edição, se supera em demanda de participantes expositores e público. Nosso grande esforço como organizadores do evento é, justamente, para qualificar cada vez mais este público que vem para cá: qualificar significa orientar, cada vez mais, para negócios”, afirma o então superintendente da Anfacer e presidente da Expo Revestir, Antonio Carlos Kieling, na última participação executiva na liderança do evento. Maurício Borges, diretor-geral da entidade, assumiu a posição e deve liderar as próximas edições.

Nesse contexto, Kieling explica que a Expo Revestir não tem por objetivo ser um grande balcão de negócios, apesar dos grandes volumes de vendas realizados durante os quatro dias, especialmente no que se refere à exportação. Para ele, o maior valor está no conteúdo gerado. “A exposição do produto é importante, mas são os conteúdos que, efetivamente, aprofundam o entendimento dos especificadores acerca dos materiais que estão colocados. Quanto mais seguros, mais tecnicamente informados estiverem a respeito dos diferentes produtos – lou-

ças, cerâmicas, pedras, acabamentos etc. – melhor eles levam isso para o dia a dia dos seus projetos nos escritórios de design, arquitetura, lojas de materiais de construção... aí, sim, os negócios são gerados. Essa é a visão estratégica da feira”, avalia. Para ele, a aproximação dos revendedores com a indústria, também é fundamental para gerar vínculos e criar fidelidade. “Essa capilaridade é muito importante. Nós temos, no Brasil, mais 120 mil lojas de materiais de construção... é inigualável essa rede.”

A revista **Revenda Construção**, pela primeira vez, participou com um estande onde recebeu amigos e representantes da indústria e do varejo de materiais de construção.

Tecnologia - Um giro pela feira e algumas conversas com os representantes da indústria deixam clara a tônica do mercado: tecnologia. Seja qual for o caminho que você percorra, a tecnologia estará

presente nas conversas: para aumentar a capacidade produtiva, para viabilizar novas estéticas e acabamentos, para tornar os processos mais sustentáveis. Nas palavras de Kieling, “nessa indústria está o estado da arte, com tecnologias que cada vez mais, se projetam e se traduzem no produto final em design, formatos, texturas, placas em relevo, impressão em 3D, ou seja, são várias coisas. A tendência dos grandes formatos, por exemplo, é um derivativo que permite a produção de peças de até quatro metros de altura por até dois metros de largura. É muito importante que lojistas e profissionais tenham esse conhecimento, que dará muito mais segurança para oferecer as soluções ao cliente no balcão”, diz.

Sustentabilidade - Para Kieling, outro vetor fundamental do segmento é a sustentabilidade. “Ainda é, aparentemente, incipiente, mas que não há dúvida nenhuma que em um futuro não muito distante

a decisão de compra se dará em função dos valores de sustentabilidade de que o produto tiver embarcado nele”, avalia. Ele ressalta que sustentabilidade está em um contexto muito mais amplo: “é também um compromisso com a perenidade das empresas, dos empregos e das rendas que essas empresas geram, além de um compromisso que todos nós precisamos ter com valores sociais e com as questões ambientais”, define. Ele lembra que faz parte desse contexto a formalidade técnica e fiscal, por exemplo, além da concorrência leal entre os agentes econômicos e o compromisso das empresas com as comunidades em que estão inseridas. “Nós acabamos de lançar a Iniciativa Anfacer + Sustentável, um amplo programa de inovação e desenvolvimento do setor da indústria cerâmica com visão de longo prazo. Nos próximos dez anos, o guarda-chuva conceitual e institucional será a sustentabilidade nos negócios”, anuncia.

uma empresa
InBeta

facebook.com/pinceisatlas
youtube.com/pinceisatlasoficial
www.pinceisatlas.com.br

* **ATLAS**
Marca
LÍDER
de mercado
CATEGORIA PINTURAS, TINTAS
E ACESSÓRIOS PARA PINTURA



CAÇAMBA PARA PINTOR PROFISSIONAL

Ref. AT1520P

**RAMPA
REMOVÍVEL**

Maior facilidade
para limpeza.

ALÇA INOX

Transporte
de forma fácil.

**CAPACIDADE
DE 20 LITROS**

Ideal para trabalhar
em grandes áreas.

**LINHA DUPLA
PROFISSIONAL**

Compatível com
rolos de até 46cm.

ATLAS, A MARCA DO
PINTOR PROFISSIONAL

ATLAS

UMA VARIEDADE DE FERRAMENTAS MANUAIS E ELÉTRICAS



MOTOMIL

EleTropLas

Garthen

VAMOS PARTICIPAR!
VENHA NOS FAZER UMA VISITA.
ESTANDE - F130

**FEICON
BATIMAT**

REFERÊNCIA QUE INSPIRA
CONSTRUÇÃO QUE TRANSFORMA



Mercado Internacional - Um dos aspectos importantes da Expo Revestir está na grande presença de compradores internacionais. Para Kieling, isso é reflexo do trabalho feito junto ao mercado internacional e da qualidade do produto brasileiro. “Hoje, nós somos o terceiro produtor mundial. Já fomos o segundo, mas, com a crise, a produção caiu um pouco, e fomos superados pela Índia. Acredito que, com a recuperação da economia, voltaremos a ser o segundo produtor mundial e segundo mercado consumidor de cerâmica. Eu diria, sem medo de errar, que o parque produtivo brasileiro é o mais moderno do mundo. Somos hoje o 6º maior exportador de cerâmica e temos um grande programa em desenvolvimento para nos transformar no 4º exportador mundial nos próximos três a quatro anos”, acredita.

Brasil - Sobre as perspectivas no cenário nacional, Kieling é categórico. “O empresariado não precisa de favores. Precisa de um ambiente de negócios favorável”, dis-

para. “O que move a economia é o empreendedorismo, é a iniciativa privada, que gera emprego, que gera renda. Não existe a expectativa que se construa uma nova infraestrutura no país. O que existe é uma caneta muito forte, que é a caneta do Estado. Essa caneta bem orientada e com criatividade pode, sim, favorecer o desenvolvimento desse ambiente favorável aos negócios. Isso significa desburocratizar, oferecer segurança jurídica, lançar um programa de privatizações e concessões e favorecer o crédito, que é o alavancador de todo o desenvolvimento. Dessa forma é possível gerar um ciclo virtuoso de emprego e renda, que significa mais consumo e mais arrecadação. Por isso, eu vejo, com grande otimismo, esse conjunto de iniciativas da atual política econômica no sentido de diminuir os custos para a produção. É importante taxar a renda e não onerar a indústria, a folha de pagamento, o empregado... Há um otimismo com a atual equipe econômica no sentido de gerar um liberalismo econômico com res-

ponsabilidade”, conclui. Veja os destaque da 17ª Expo Revestir:

ASTRA

A Astra lançou durante o evento a Cuba de Bambu. Focada no mercado de luxo, a peça tem design e material arrojados e busca integrar ambientes internos à natureza. Desenhada para dar leveza e aspectos naturalistas aos ambientes, a Cuba de Bambu da Astra é leve e facilmente adaptada a ambientes rústicos ou contemporâneos. Medindo 55cmx35cmx7cm, a novidade da Astra é ideal para ambientes que combinam vidro e madeira.

Outro lançamento foi o kit de acessórios para o mercado luxo. Fabricado de cerâmica e madeira, o kit de itens para bancada do banheiro conta com saboneteira, porta-sabonete líquido, porta-escovas e escova sanitária. O grande diferencial do conjunto está na mistura de materiais que é tendência.

Ideal para aqueles que precisam de segurança, conforto e autonomia no banheiro,

**VERSATILIDADE
QUE COMBINA
COM QUALQUER
AMBIENTE.**

ACQUABIOS®

A Acquabios está sempre atenta às últimas tendências de design e conta com soluções para bancadas com as linhas ACQUA PREMIUM e COLORS. Escolha a torneira perfeita para combinar com o seu projeto.

Visite o site e conheça todas as opções de cores e modelos disponíveis.



www.filtrosacquabios.com.br



/acquabios

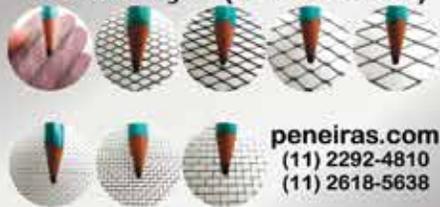


**Não Revende?
Tá perdendo.**



Foto Ilustrativa
Cor do Aro
pode variar

**Peneiras Profissionais
100% Aço (Aro&Tela)**



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

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

TELAS EXPANDIDAS	TELAS TRANÇADAS	tipo							
		FUBA Forte	FUBA fio Comum	ARROZ	FUBA	ARROZ	AREIA	FELIÃO	CAFÉ
		Ø20CM Altura 3cm	Ø20CM Altura 5cm						
		Ø25CM Altura 3cm	Ø25CM Altura 5cm						
		Ø30CM Altura 3cm	Ø30CM Altura 5cm						
		Ø40CM Altura 3cm	Ø40CM Altura 5cm						
		Ø55CM Altura 3cm	Ø55CM Altura 5cm						
		Ø70CM Altura 3cm	Ø70CM Altura 5cm						

a Astra apresentou as recém-lançadas barras de apoio com tom amadeirado. Diferenciada por ser fabricada de aço inox e receber pintura por meio do processo de Water Transfer, que confere ao item alta qualidade de acabamento.

O ano de 2019 traz a Spa Las Vegas como sinônimo de alegria e férias. Com o nome inspirado na cidade americana, que é pura diversão, o lançamento promete levar ao consumidor momentos de lazer e relaxamento. Com formato octogonal, a Spa Las Vegas acomoda até oito pessoas.

ATLAS

A Cerâmica Atlas, empresa líder no segmento de pastilhas de porcelana, trouxe à 17ª Expo Revestir um portfólio inovador e sensorial. Além do acabamento preciso nos detalhes, a empresa conta com um 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, clientes em busca de personalizar projetos de arquitetura e interiores. “Somos uma marca presente no mercado há 45 anos, e, sempre, reconhecida por desenvolver cores por encomenda. Este ano, trouxemos para o evento muitas cores e novos formatos em revestimentos, como o hexagonal de porcelana Ardósia, no formato hexagonal 2,5cmx2,5cm”, conta Rodrigo Silva Camarotti, do Merchandising da empresa. “A recepção dos lojistas e vendas foi extraordinária”, avalia.

BIANCOGRES

Alexandre Maurício Luz, gerente de Marketing da Biancogres, conta que a empresa vem em um caminho de reposicionamento da marca. “A Biancogres, sempre, se baseou muito na Itália, e pioneira em tudo que ela fez. Foi a primeira a produzir o formato 120cmx120cm no Brasil. O que trouxemos para a 17ª Expo Revestir é a continuidade dessa evolução”, diz. “Acreditamos que o 120cmx120cm é um formato que atende a todos: é bom para a casa, entra no elevador, é um produto fácil de manusear, a mão de obra já

consegue trabalhar bem com ele, o que pode ser um desafio em grandes formatos”, explica.

A Biancogres destacou o exclusivo Calacata Altissimo, desenvolvido em parceria com um dos principais estúdios italianos especializado em design de porcelanato, e que reproduz, com máxima fidelidade, a pedra italiana de mesmo nome. Feito com impressão high definition, segue o mesmo padrão de elegância da matéria-prima bruta e soma, ainda, a resistência, qualidade e sustentabilidade que o porcelanato proporciona. Com múltiplas faces, as peças formam uma paginação contínua que tende ao infinito. Isso significa que os veios das peças complementam uns aos outros, transmitindo a sensação de continuidade em todo o ambiente e mais naturalidade à paginação.

BRASILIT

Aliar o aspecto rústico com o design inovador é a aposta da Brasilit ao lançar as Telhas GraviColor. A fabricante demonstrou a tecnologia exclusiva do produto, que proporciona leveza, resistência e facilidade na instalação, características que levam à redução de custos com a mão de obra, em dois diferentes desenhos: as linhas Riviera e Colina. Por causa da composição e espessura, as telhas gravilhadas refletem a radiação solar, não irradiam calor e não absorvem umidade. Graças ao acabamento, são silenciosas mesmo sob fortes chuvas.

CARMELO FIOR

Para o diretor Comercial da Carmelo Fior, Gerson Luís da Silveira, a Expo Revestir é o grande divisor de águas do mercado. “É o momento em que apresentamos ao mercado os nossos lançamentos. Este ano, trouxemos um novo tamanho, 20cmx60cm, alguns produtos pontuais e diversos complementos de linhas para o nosso portfólio”, informa. Ele conta que a empresa trabalha com volumes expressivos em fechamento de negócios durante o evento, tanto no mercado interno, quanto para exportação. “Hoje somos os maiores exportadores do mer-

cado em metros quadrados e o terceiro em valores, com clientes em cerca de 53 países”, informa. “No mercado interno, uma parte dos clientes, a exemplo dos home centers, vem para novas especificações, enquanto os pequenos e médios varejistas, ou para os mais afastados dos grandes centros, já realizam seus pedidos durante o evento”, explica.

► CASTELATTO

A Castelatto apresentou o portfólio de produtos exclusivos da marca. “Para a Castelatto é uma grande satisfação poder fazer parte da Expo Revestir. Trouxemos à feira uma linha de pisos novos, trazendo terraços e grandes formatos de concreto arquitetônico, que são novidades em nível mundial, porque apresentarem um tamanho que não existe ainda no concreto”, anuncia Gabriel Bertolacci, presidente da empresa.

“Temos, também, novas linhas de paredes, uma tradição da Castelatto, que estão sendo muito bem recepcionadas.

A feira é o momento de estar em contato com aqueles que já representam a Castelatto e também com os que desejam nos representar. Para isso, avaliamos cada região para ter uma estratégia justa”, explica Bertolacci.

► CEBRACE / VIVANCE

O destaque da Cebrace foi para os vidros de proteção solar para residências Habitat. Chamados, também, de vidros inteligentes, os produtos da linha são capazes de reduzir até 70% do calor, chegando a diminuir a temperatura interna dos ambientes em até 10°C, em relação à externa. Patrícia Spinoza explica que o principal objetivo da marca na Expo Revestir é estreitar o relacionamento com o especificador. “É uma oportunidade de mostrar as novidades, demonstrar as aplicações do produto de formas inusitadas, para ajudar o arquiteto a raciocinar diferentes formas de utilização do vidro. E fazer contato com arquitetos de diferentes perfis, do autônomo ao arquiteto de grandes

escritórios, bem como de todas as regiões do Brasil”, comenta.

► CERÂMICA PORTINARI

O diretor da Cerâmica Portinari, Paulo Benetton, destaca que uma das entregas da marca na Expo Revestir consiste na inovação na maneira de expor os produtos, de uma forma mais tecnológica. “Criamos um estande amplo e aberto, com o uso de tecnologias expositivas que são uma tendência no mercado pelo tamanho dos produtos. Isso vale ao varejista, que tem um espaço limitado para a exposição na loja, e pode usar recursos tecnológicos a fim de exemplificar e mostrar os produtos, e também para nós, da indústria”, diz. A Portinari criou um corredor de 30 metros com projeções no piso e paredes, que simulavam aplicações de produtos e exibiam o portfólio e os conceitos trazidos pela empresa.

De acordo com Benetton, a Portinari consolida-se como formadora de opinião e tendências. “Temos uma renovação de

Excelência no desempenho de cada aplicação

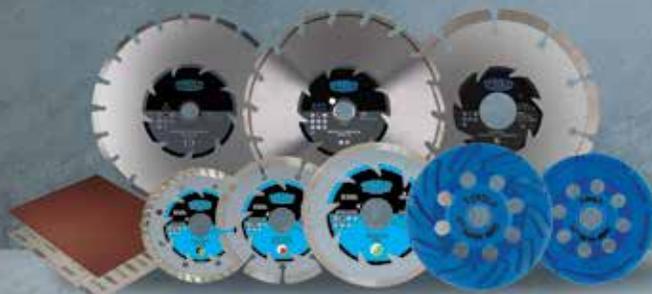
LANÇAMENTO

DISCOS DE CORTE TYROLUTION.
UMA NOVA ERA DE MAIS PERFORMANCE



E MAIS

FOLHAS DE LIXA, PRATO LIXADEIRA,
SERRAS E DISCOS DIAMANTADOS



coleções frequente, trazendo inovações para que os especificadores e lojistas desfrutem da inovação. Na Revestir, sempre apresentamos um portfólio de produtos fundamental para oxigenar vendas, porque é um mercado dinâmico e, neste período, as linhas já começam a ser copiadas. Como líderes em tendências, vemos que este ciclo reforça nossa posição. Estamos com os maiores revendedores do país, com um público muito qualificado, e em um número grande. Por isso, a Revestir é “tão valorizada”, avalia. A Portinari trouxe 175 produtos distribuídos em 29 coleções.

CEUSA

Inspirada pelas principais tendências mundiais e características das estações do ano, a Ceusa mostrou um festival de sensações com o conceito “Cada casa é um caso”.

Buscando inspirações em todas as nuances que a primavera, o verão, o outono e o inverno proporcionam, a marca apresentou combinações harmoniosas com

visual rico e moderno, reforçando a ideia de que as pessoas são feitas de instantes e as vivências estão, diretamente conectadas, a tudo aquilo que as cerca. Por isso, os bons momentos devem ser exaltados, lembrados e, claro, compartilhados.

Primavera Retrô – Com o tema jardim secreto, trazendo à tona memórias e sentimentos guardados ao longo da vida, as texturas ajudam a florescer recordações prazerosas de tempos que não voltam, mas que podem ser revividos com carinho. O produto Amalfi resgata com sua geometria simplificada e cores alegres a releitura dos ladrilhos com características da costa Amalfitana.

Já o Positano faz menção a uma pequena comuna da província de Salerno, na Itália. A natureza local serviu como guia na criação, onde a junção de folhas, pássaros e frutas aquareladas reforçam as peculiaridades e a vitalidade do vilarejo.

A estação também remete ao aconchego por meio do porcelanato acetinado Neo Georgia, que tem em seu design a inspira-

ção em técnicas de bordado tradicionais como verdadeiras obras de arte.

Verão Natural e Imperfeito – Essa estação traz a valorização da natureza, o recorrer da humanidade à sua essência e às experiências autênticas. O revestimento Blue Marine faz menção a um dos maiores arquipélagos do mundo, a Indonésia.

Ainda para aqueles que buscam ousadia e beleza, a marca inova com a inspiração em papéis de parede como o revestimento acetinado Lemon.

Outono híbrido – Essa linha aborda uma atmosfera surrealista, com refúgios do imaginário e toda a interpretação pessoal e artística que leva ao despertar humano, com soluções criativas e inusitadas para situações do cotidiano. Um dos produtos que refletem essa estação é o granilite.

Inverno tecnológico – Falando sobre tecnologia, o produto Engrenagem faz menção às impressões 3D, mostrando uma composição de linhas e texturas desafiadoras para os meios de fabricação cerâmica.

SÃO NAS FORJAS QUE MOLDAMOS UMA MARCA FORTE E INOVADORA.

F E R R A M E N T A S

SA **São**
Romão

Desde 1975

De Profissional para Profissional



SAIBA MAIS
SOBRE NÓS.





MISSÃO CUMPRIDA

Em depoimento exclusivo à revista Revenda Construção, Antonio Carlos Kieling participou e organizou, como presidente executivo da Anfacer, da sua última Expo Revestir.

“Eu estou há quase duas décadas como executivo da Anfacer e acredito que todos nós temos uma vida útil dentro das organizações. Há cerca de dois anos, venho discutindo com o Conselho esse meu processo de mudança... um desejo de sair um pouco do dia a dia da vida mais executiva.

Eu trabalho em São Paulo e moro em Florianópolis. Nesses quase 20 anos, eu venho toda segunda-feira para São Paulo e volto para Florianópolis na sexta-feira, e nunca falhei, além disso, tem as viagens internacionais. Eu gosto, sempre gostei, do que eu faço, mas chegou a hora de diminuir o ritmo. O que precisava ser feito, foi feito, e nós construímos uma identidade que tem uma marca forte nacional e internacionalmente.

A Revestir é a face mais aparente da Anfacer, mas não é o resumo da Anfacer. Há muitas outras coisas: uma agenda internacional enorme, de ações, feiras, ativações dentro e fora do país; tem todo um conjunto de ações de defesa comercial que nós fazemos, acompanhamento de todos os acordos, barreiras que possam afetar o desenvolvimento da nossa indústria.

Temos uma ênfase muito grande na aquisição da formalidade técnica, fortalecemos o Centro Cerâmico do Brasil, que é nosso organismo certificador. Cumprimento de norma para nós é essencial.

Temos norma de porcelanato, participamos da ISO internacional, onde o Brasil é protagonista.

É hora de arejar, outras ideias virem. Eu, também, vou continuar próximo, talvez mais próximo do Conselho da entidade, menos na parte executiva... pagar conta, contrata não-contrata... esse encargo permanente. E vou fazer outras coisas! Mas, seguramente, estarei próximo ao Conselho, em uma posição mais estratégica.

Eu gosto de pensar estrategicamente, minha veia é essa.

Evidence



A beleza do seu ambiente em evidência

FAME

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

CELITE

As cores e o acabamento matte continuam em alta na decoração dos ambientes, e a Celite reforça o portfólio de cuba de apoio e bacias sanitárias. As linhas Design e Smart oferecem as cores Castanha, Metr pole, Noite e Branco Matte. No quesito performance, a novidade é o sistema Rimless® para a bacia sanitária Net, exclusivo e desenvolvido pelo Grupo Roca. A nova gera o de bacias sanitárias foi desenvolvida para simplificar a limpeza, consumindo a mesma quantidade de água, e com menos risco de entupimento.

O desenho interno da bacia permite que a água flua por toda a estrutura, possibilitando a lavagem total da parede interna, com menor consumo de água, menos respingos e mais eficiência. O Grupo Roca é o primeiro no mundo a produzir este novo sistema, assim como foi pioneiro na fabrica o e implanta o do sistema de acionamento Ecoflush®,

de 3 e 6 litros. No segmento de metais, a Celite amplia seu portfólio de torneiras e misturadores para banheiros e cozinha, além de traz novidades também para espaços 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.

CORTAG

A Cortag, líder nacional de cortadores de precisão para pisos cerâmicos e porcelanatos, para este ano de 2019, mostrou vários lançamentos na Revestir. Destaque para o Cortador de Revestimentos de Grandes Formatos Infinity, indicado para cortar pisos cerâmicos e porcelanatos com superfície lisa e espessura de, até, 8 mm. Cortes em peças com, até, 3,40 m de comprimento, com o conjunto de trilhos padrão, seguindo a tendência de mercado de porcelanatos em grandes formatos. Neivaldo Rossetto, diretor Comercial, destaca que os produtos da Cortag ofe-

recem soluçoes para o corte e assentamento de peças de grandes formatos. Enfatiza a importância da Feira para a empresa. "Aqui, recebemos um público especificador muito grande, o que é importante para nós, por isso, fazemos questão de participar e ficar ao lado os grandes fabricantes de revestimentos cerâmicos", disse.

DECA

A Deca é, mais uma vez, vencedora do Pr mio Best in Show Ceramics of Brasil na Expo Revestir 2019. A marca ganhou o pr mio na categoria Louças Cerâmicas - cubas, com a peça criada pelo arquiteto Arthur Casas. A cuba, desenvolvida pelo profissional apresenta design moderno e de linhas retas. Para a concep o, foi criado um esmalte único, na cor branca com efeito granulado, imitando pequenas pigmenta oes no acabamento preto. No estande, apresentou soluçoes que unem funcionalidade e design diferen-

forusi

como você nunca viu!

A natureza agradece pequenos gestos!

Nova linha Forusi Ecoline

- * 100% abs
- * Durabilidade
- * Resistente
- * Reciclável
- * Custo benefício
- * Qualidade



NOVA LINHA DE TORNEIRAS ECO LINE 100% ABS

C-33

Ref.: 1131
Torneira tanque parede
c/bico para máquina
de lavar

ciado, criados por grandes profissionais fazem da Deca uma marca completa, que oferece produtos que fogem do comum e trazem novas experiências na composição de projetos para banheiros.

Utilizando-se de linhas suaves, Jader Almeida projeta para o futuro, com foco em harmonia e funcionalidade, o melhor que a qualidade dos produtos Deca podem oferecer. Sua coleção contempla cubas, torneira e misturadores. Para as cubas, a primeira desenvolvida por Jader Almeida, a L.300 na cor branca, se destaca pelo visual leve, com as laterais planas que servem para acomodar frascos ou toalhas, e convergem para o centro onde escoam a água de maneira suave.

Nos demais modelos, formas leves e levemente arredondadas são características marcantes da coleção, ideais para projetos com foco no design e a harmonia entre as formas. As Cubas de apoio redonda (L.311), triangular (L.312) e quadrada no tamanho pequeno (L.313) e grande (L.314) possuem ângulos projetados para criar um jogo de luz e sombra, num design que oferece leveza ao ambiente. Estes modelos estão disponíveis na versão Branca e no acabamento Ébano Fosco.

Arthur Casas - Reconhecido internacionalmente e colecionador de prêmios nacionais e internacionais, Arthur Casas compartilha com Deca o DNA de inovação. Criador do ambiente sysHaus, modelo de casa pré-moldada e sustentável, apresentada pelo arquiteto na CASACOR São Paulo 2018, o profissional trouxe para este projeto seu olhar sobre os produtos Deca. Para deixar o ambiente completa-

mente autoral, a marca apoiou suas ideias e conceitos ao desenhar a cuba de banheiro e o misturador, que agora deixam de ser exclusivos da mostra para estar na casa dos consumidores. Com design moderno e linhas retas, a cuba apresenta um modelo suspenso por uma base e área de apoio de itens para banheiro. Para sua concepção, foi criado um esmalte único na cor branca com efeito granulado, imitando pequenas pigmentações no acabamento preto. Seguindo a linha minimalista da cuba, Arthur Casas projeta um misturador cromado em uma única peça, onde o acionamento do comando se encontra no mesmo corpo da bica. Osvaldo Tenório - O traço marcante e

cheio de personalidade de seus projetos faz de Osvaldo Tenório um profissional reconhecido no Brasil e no exterior. Responsável pelo espaço da marca na CASACOR São Paulo 2018, Tenório desenhou a cuba que compôs a sala de banho da Cisterna Deca. A cuba cilíndrica de sobrepor chama a atenção pelo seu tamanho - grande para os padrões encontrados normalmente - e pelo design de bordas finas e arrojadadas. O modelo apresentado está no acabamento Kale Green, nova cor da Deca para louças. Também, destaque para as cubas de aço inoxidável, um novo segmento que a Deca investiu e aposta, muito, além dos metais, reconhecidamente com design inovador.



RODATETO EPEX

VOCÊ VAI SE SURPREENDER COM AS SUAS VENDAS.

Distribuidor:

CORZIM
CENTRAL DE DISTRIBUIÇÃO

Santa Catarina - Paraná - São Paulo.

SEJA TAMBÉM UM DISTRIBUIDOR EPEX.

EPEX
INOVANDO SEMPRE

epezim.com.br

DELTA PORCELANATO

A Expo Revestir é o momento para a Delta Porcelanato apresentar todo o investimento em marca e tecnologia que a empresa vem realizando. “A Revestir é uma das principais feiras, não só do país e da América Latina, mas, até mesmo, mundial. Dessa forma, queremos mostrar que temos uma produção que é grande, mas é também de qualidade, com tecnologia e inovadora. É isso que trouxemos para o nosso projeto: tecnologia e inovação”, conta a coordenadora de Marketing Claudia Perin Mubarak. O destaque da Delta vai para linhas Delta Natur. “São porcelanatos técnicos com impressão digital sobre a peça, ou seja, não recebem a camada de esmalte, agregando tecnologia e estética no mesmo produto”, explica Claudia. “Conseguimos aliar diferenciais técnicos bem acima do mercado, como altíssima resistência ao tráfego, com resultados de laboratório superiores à média do mer-

cado. Isso nos permite indicar o produto para áreas comuns, prédios, shopping centers e outros, com segurança e diferencial estético, inclusive, na tendência do formato, 80cmx80cm”, destaca.

Para o revendedor, a coordenadora recomenda que se aproxime da marca. “O lojista precisa se aprofundar na Delta, porque hoje somos um das a empresa com o maior mix de porcelanatos do Brasil. A gente quer que o lojista entenda nosso mix, conheça mais nossos produtos e veja o que temos que está mais de acordo com o perfil do público dele. Contamos produtos que atendem todos os perfis de consumidores”, garante.

DOCOL

A DOCOL apresentou as novidades no Pavilhão Conviver, inspirado no estilo de vida de diferentes gerações, em necessidades e experiências de convívio de indivíduos, famílias e comunidades. As novidades trazidas pela empresa buscam

melhorar a experiência de uso, a saúde e o bem-estar de todos por meio de produtos que combinam inovação, usabilidade, estética, qualidade e sustentabilidade, feitos para atravessar gerações.

Dentre as novidades, está uma coleção assinada por reconhecidos nomes da arquitetura e do design brasileiro, que imprimem sua personalidade e expressão artística às peças, criando linhas diversas e instigantes. A iniciativa reflete o posicionamento da marca de investir, cada vez mais, na identidade dos seus produtos e valorizar o design, estabelecendo um diálogo mais próximo com a arquitetura. Sempre atenta a relação do homem com a água, a DOCOL inova ao apresentar uma solução inédita no mercado brasileiro: um monocomando para cozinha capaz de oferecer, no mesmo produto, várias possibilidades de uso da água.

Para selar a sinergia entre DOCOL e MEKAL, o primeiro produto fruto da parceria, também, foi apresentado. Num



15 anos
decorando seu banheiro
com acessórios de qualidade.



Variedade e qualidade para sua revenda.
Fabricamos mais de 150 itens para organizar
banheiros.

Estamos presentes em mais de 7.000 pontos
de venda no Brasil e na América Latina.

entre em contato

www.steeldesign.com.br

☎ 15 3033 7810 ☎ 15 99723 8425

📱 /steeldesignbr 📷 /steeldesignbr

STEEL 
DESIGN
Seu banheiro com estilo

amplo espaço dedicado às áreas gourmet, foi possível conhecer uma bancada criativa, capaz de ressignificar sua cozinha.

Assim como acontece desde 2015, o espaço da DOCOL na Revestir foi projetado pelo premiado arquiteto Marko Brajovic, reconhecido pelos trabalhos de natureza multidisciplinar que desenvolve em países como Itália, Espanha, Austrália e China, além do Brasil.

Criada com exclusividade para a DOCOL e seguindo a linguagem irreverente e provocativa dos Irmãos Campana, designers brasileiros de maior projeção internacional, os produtos se destacam pelo desenho escultural. Ao mesmo tempo em que se diferenciam no ambiente, trazem a qualidade e a tecnologia que fazem parte da trajetória da DOCOL.

Inspirada nas adaptações hidráulicas encontradas em improvisadas construções arquitetônicas, a linha compõe-se de dois modelos de bicas – para torneira ou misturador de mesa ou parede – intercambiáveis a três opções de acionamento: acionamento para misturador monocomando tipo joystick, acionamento para torneira tipo volante cilíndrico e acionamento eletrônico com botão touch point remoto. As bicas possuem acabamento de superfície desenvolvido, exclusivamente, para a coleção.

► DOKA

A DOKA apresentou duas coleções completas de metais cromados, acessórios free-standing coloridos e cromados para compor com as linhas de metais, além das banheiras Victoria + Albert Vetralla na

mais nova tonalidade da marca Soft Pink e a Ios com um inusitado acabamento cromado. Também presentes no estande a coleção de metais DOKA Cores, as banheiras Victoria + Albert Trivento e Wessex, e a banheira de marca própria Geneve, que possui a exclusiva tecnologia Air Massage. Por causa do grande sucesso da coleção de metais DOKA Cores, a empresa recriou as linhas Favó Gold e Move Rose Gold, no tradicional acabamento cromado. Uma das coleções recebeu o nome de Favó Chrome, por conta de seu design sextavado que remete à forma dos ninhos de cera produzidos pelas abelhas. Já a linha Move Chrome é uma excelente alternativa para quem busca design contemporâneo e fluido de alto padrão.

► DURAFLOOR

Design, inovação, tecnologia e beleza são palavras que, juntas, traduzem a nova coleção de pisos Durafloor apresentada pela Duratex. No total, são seis novos padrões: 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.

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 estampado por formas orgânicas de flores e folhas. Com dimensão 248mmx1340mm, Verona apresenta textura lisa e acetinada e seu de-



senho oferece originalidade e personalização aos ambientes, valorizando os projetos de arquitetura e decoração de interiores.

O padrão Agra traz o arrojo como marca principal. Em dois tons de cinza, o piso confere aos espaços a sensação de urbanidade e modernidade. As 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. Inspirado no estilo das casas antigas presentes nas colônias europeias, cuja característica



PAPAIZ

Gas Control

www.papaizgascontrol.com.br

principal era a sobreposição de tintas, o padrão Moscou parte do conceito da madeira que sofreu a influência do tempo e do desgaste natural. Tendência que está ganhando, cada vez mais, força na decoração, principalmente entre os profissionais que buscam inovação, os revestimentos hexagonais foram muito utilizados no Brasil nos anos 1950 e, agora, voltaram, com tudo, para proporcionar visual inovador que combina com diversos estilos, do clássico ao mais moderno. Com dois novos padrões – Bogotá e Vegas – a linha de pisos vinílicos Durafloor Inova aposta no formato diferenciado das peças, capazes de criar um efeito singular nos projetos de interiores. O padrão Bogotá combina o elemento cimentício com uma malha reticulada, em tonalidade cinza escuro.

ELIANE

Coleção Vibra é o lançamento da Eliane na feira, que celebra a criatividade e a liberdade da autoexpressão com padrona-

gens contínuas e sinuosas. Apresenta cores vibrantes e perolizadas, que evocam paginações lúdicas e alegres. Indicados para paredes internas, os revestimentos de formato 45cm x 90cm trazem diferentes possibilidades de composições artísticas, tornando os espaços personalizados e únicos. A Coleção Vibra chega em quatro padrões – transitando entre expressões geométricas e orgânicas – nas vivas tonalidades Amarelo, Verde e Coral, nos sempre atemporais Branco e Preto, além do industrial tom Carbono.

ELIZABETH

Em um espaço mais amplo e de maior destaque dentro da Revestir, a Cerâmica Elizabeth mostrou novidades na coleção que vai marcar o aniversário de 35 anos da empresa. A coleção denominada Conexão Humana, uma tipologia de acabamento e um novo formato, fortalece o conceito proposto de gerar inspirações a projetos personalizados

e integradores. No uso da tecnologia de decoração em HD, as peças somam um portfólio reconhecido pelo mercado, com destaques nos porcelanatos, neste ano, com a inclusão de uma nova linha, no formato 101cmx101cm, o maior produzido pela empresa. São, ao todo, 13 produtos em três tipologias: porcelanato técnico, de acabamentos polido e natural; porcelanato HD polido; e porcelanato HD esmaltado, com acabamentos acetinado e rústico. Na lista de novidades da Elizabeth, consta, ainda, 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 tirar o brilho da peça e proporcionar um toque de seda ao produto. Sete lançamentos de 2019, além de três clássicos, todos no formato 84cmx84cm, já estão disponíveis com este acabamento, continuando, também, com a versão brilhante.

Escolha a melhor fechadura para o coração de sua casa.



IMAB

Excelência em cada ambiente.

www.imab.com.br

Facebook: /imabfechaduras

Instagram: @imabfechaduras

Pinterest: imabfechadurasfechaduras

► EUCAFLO/EUCATEX

Neste ano, a Eucatex traz como carro-chefe os novos padrões de pisos laminados da linha Gran Elegance Eucaflor: Stone e Carvalho Ouro. De detalhes discretos, que se assemelham ao aspecto da pedra natural, o padrão Stone faz contraste e pode ser combinado com os madeirados e concreto. Mesmo que as referências remetam, nostalgicamente, ao Modernismo Brutalista das décadas de 1950 e 1960, o novo padrão em cinza-quente possui um toque urbano e atual que garante a imponência e contemporaneidade.

Já o padrão Carvalho Ouro une a nobreza e sofisticação ao toque quente da madeira, sendo ideal para compor espaços com charme e elegância. O revestimento reproduz com perfeição a lâmina da madeira criando ambientes elegantes, com um toque de calor e conforto.

Outro ponto que merece destaque é a linha Gran Elegance, que combina

duas tecnologias avançadas, que agregam, ainda mais, praticidade: o substrato HPP, que permitiu a criação da régua com a largura generosa de 44,5cm, única do mercado brasileiro nesse segmento, e o sistema click de encaixe. Juntas, possibilitam uma instalação muito mais rápida e prática.

► FORMIGRES

A Formigres evidencia os lançamentos em três tamanhos 61cmx61cm, 50cmx50cm e 35cmx57cm, além do novo formato 20cmx60cm. “Os lojistas estão aceitando bem; o estande ficou sempre cheio e superou a nossa expectativa”, afirma o gerente de Exportação Sergio Brassoloto. “Trouxemos para a Expo Revestir os produtos de lançamento recente e, também, montamos uma coleção especial, com cerca de 60 modelos. O público internacional, de exportação, aceitou muito bem, o formato 20x60cm e os novos modelos 61cmx61cm, também. A exportação

é um setor que está indo bem e a tendência é só melhorar”, afirma o gerente.

► GRUPO CEDASA

João Correa, gerente Comercial do Grupo Cedasa, comemora mais uma participação na Expo Revestir em que a empresa cumpriu o objetivo de prospectar novos clientes para crescer a participação no mercado. Dentre as novidades, o gerente destaca a linha Marmogrês. “São produtos de encaixe, retificados, que trazem valor agregado a essa linha mais popular, que já mostrou estar no gosto do público-alvo”, declara. “Nossas marcas atendem todos os níveis de consumo”, lembra.

“Em exportação, a Expo Revestir é a oportunidade mais importante do mercado, tanto para apresentação das linhas quanto para fechar negócios. Apesar da oscilação do dólar, e das dúvidas políticas, esperamos um bom desempenho em exportações para este ano”, considera o gerente. Em relação ao



Representação sólida com lucro líquido

Seja um revendedor:

(34) 3661-4740 | 3664-7733
comercial@ceramicasantaclara.ind.br

www.ceramicasantaclara.ind.br

@santaclaraloucassanitarias

Santa Clara Louças Sanitárias

BRASILIA
GOIÂNIA
CUIABÁ
ARAXÁ
RIO DE JANEIRO
SÃO PAULO
BELO HORIZONTE

LOCALIZAÇÃO ESTRATÉGICA PARA DISTRIBUIÇÃO

boldpropaganda.com.br

mercado interno, o executivo lembra os lojistas da importância de acreditar na força produtiva da indústria brasileira. “Nossa seriedade, de mais de 30 anos de mercado, está sempre colocada à disposição do cliente e do consumidor. Podem contar com a gente que sempre atenderemos a necessidade do nosso público”, finaliza.

GRUPO COSENTINO

O Grupo Cosentino, líder mundial em superfícies inovadoras para o mundo da arquitetura e do design, apresenta lançamentos exclusivos que vão ao encontro das tendências mundiais. Um dos destaques é a linha Dekton Stonika. Em seis novos tons, a coleção Stonika é inspirada nos materiais de pedra natural mais preciosos, com brilho e durabilidade. As novidades no processo de fabricação resultante da pesquisa dão perfeição ao design que se expressa em um aspecto ultrarrealista. A coleção Stonika também

oferece a maior resistência do mercado ao impacto térmico.

Outro lançamento é o aumento da linha Industrial de Dekton. São quatro novas propostas de cores foscas que expandem a bem-sucedida coleção Industrial da superfície ultracompacta Dekton®. Em colaboração com o designer e arquiteto argentino Daniel Germani, a Cosentino continua a alinhar sua inovação e pesquisa com tendências globais e alcança novas referências de alto nível estético.

GRUPO CRISTOFOLETTI

Para o gerente de Marketing, Eduardo Scocco, a grande tendência do segmento é a tecnologia 3D. “Na Revestir, estamos apresentando uma solução em que, por meio de impressão e aplicação de sombras, conseguimos obter um efeito de relevo maior do que a peça, efetivamente, apresenta. Com isso, temos imagem e sensação de profundidade, com mais facilidade de limpeza. Só nessa linha, es-

tamos lançando sete produtos para uso interno e externo”, revela. “No porcelanato, o destaque é para a cor off-white, um produto que veio complementar nossa linha cimentícia. Ele é o que chamamos de semente blend, que proporciona uma cor versátil, que permite a combinação com os tons quentes, como o bege, mas também com o cinza”, explica.

Outra novidade são os produtos de encaixe. “São peças com dentes que, quando aplicados, tornam imperceptíveis os pontos de junção do produto. Como diferencial, nossa linha tem quatro dentes, o que torna o encaixe melhor, enquanto a prática do mercado é fazer com três dentes. É uma série produzida em relevo, 45x45cm, e tem a vantagem de ser super acessível e elegante”, informa. “Com isso, reforçamos nossas soluções em revestimentos decorativos, que são uma demanda muito forte do varejo”, segue.

Sobre o mercado, o gerente percebe que o momento é favorável à ampliação dos

SUPORTE PARA MICRO-ONDAS E FORNO ELÉTRICO



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

negócios. “Investimos junto às revendas, trabalhando a exposição dos produtos nos pontos de venda, produtos e treinamentos. É uma soma de fatores que nos leva ao resultado, uma parceria”, encerra.

► GRUPO FRAGNANI

Detentor das marcas Tecnogres, Incefra, Incenor e In Out Porcelanatos, o Grupo Fragnani segue ampliando a participação na Expo Revestir. “Ampliamos nosso espaço para poder atender melhor os nossos clientes revendedores”, explica a gerente de Marketing Bianca Fragnani. Ela destaca a parceria com oito arquitetas que desenvolveram ambientes que revelam aplicações dos produtos apresentados pelo Grupo. “Para a Tecnogres, Natália Salla criou um ambiente de descompressão, vital nos dias de hoje. Outro exemplo é a cozinha invertida concebida por Duda Senna, que mostra diferentes aplicações de porcelanatos da linha In Out em bancada, parede e piso. Na Incenor, o ambiente criado é um banheiro com piso que reproduz a madeira, um material inusitado para esse espaço, que só é possível graças à resistência da cerâmica”, conta Bianca.

A executiva conta que a empresa adota uma estratégia de desenvolvimento de produtos que leva em consideração as demandas da equipe comercial. “Essa escuta garante lançamentos sempre certos, feitos de forma colaborativa, fundamentados em pesquisas.... Sucesso garantido!”, comemora. Entre os destaques da empresa estão os novos formatos 3cmx74cm (monoporosa), 25cmx103cm (porcelanato) e as régulas de 51cmx103cm (porcelanato).

► GRUPO LEF

O Grupo Lef, apresentou os lançamentos para as marcas Lef Cerâmica, Via Ápia, Via Rosa Porcelanato e Rox. “Na Via Rosa, a novidade é que voltamos a fazer tamanhos grandes e investimos em uma linha inteira nova, com uma coleção de 13 produtos no formato 25cmx108cm. Para isso, há um investimento na linha de produção e maquinários de retífica, corte, produção,

embaladora, desenvolvimento, tudo. Além dessa coleção, ainda trouxemos mais 13 produtos no formato 50cmx108cm e 26 lançamentos na via úmida, além de mais novidades no polido”, conta Luiz Fernando Ortigossa, diretor do Grupo. Ele completa que nas outras marcas de via seca, há lançamentos como as régulas de cerâmica com 25 x110cm em base vermelha, e sustenta que uma tendência que segue forte no Brasil e no exterior é a madeira. “A receptividade dos lojistas na feira tem sido muito boa, em parte como resposta ao investimento que fizemos para oferecer volume e custo baixo. Com isso conseguimos apresentar produtos mais premium em preços mais acessíveis”, orgulha-se. Otimista com o futuro, Ortigossa diz perceber melhora no mercado que vem desde dezembro.

► GRUPO ROCHA

Para Fabio Fioravanti, gerente comercial do Grupo Rocha, o ambiente positivo da Expo Revestir contribui diretamente para novos negócios e clientes. “De modo geral, a feira, para nós, é sempre muito boa. Conseguimos captar novos mercados e fortalecer o relacionamento com clientes que, às vezes, só se relacionavam com a empresa por meio de representantes, acabam conhecendo a empresa como um todo, a força do Grupo Rocha e as nossas três marcas”, avalia. Para ele, o otimismo gerado pela mudança de governo traz novo ânimo para ano, especialmente para o segundo semestre. “Estamos convictos de que será um segundo semestre bem vitorioso”, afirma. Em produto, o Grupo destaca o sucesso dos porcelanatos 60cmx60cm retificados e apresenta as novidades: linha Coliseu, inspirada em geometria moderna com textura granilha para ser aplicada em áreas externas; o modelo Orion, mármore nobre no tom da tendência europeia; o Bálamo, madeira nobre com textura suave; e o modelo Vênus, granilite.

► HYDRA

Com estande exclusivo, a marca que fornece chuveiros e duplas eletrônicas, apresentou as novidades. E, para deixar o banheiro



com produtos totalmente sustentáveis, a Hydra oferece as Duchas Eletrônicas Híbridas, ideais para quem já possui algum sistema de aquecimento, solar ou a gás, por exemplo, pois garante a temperatura selecionada durante o banho todo. Essas duchas contam com um sistema inteligente que entende a temperatura de chegada da água na ducha e aquece somente a diferença da que foi escolhida pelo usuário, economizando energia. Assim que a água quente do sistema de aquecimento atinge a temperatura selecionada, o sistema eletrônico da ducha é inativado automaticamente. Com essa tecnologia, fica fácil economizar energia e reduzir o desperdício de água no início do banho. Um dos modelos disponíveis é a Polo Hybrid.

► ICASA

Para a Icasa, a Expo Revestir é uma grande vitrine de produtos, tendências e relacionamento. “Temos a intenção de receber

os clientes e mostrar nossas novidades. Este ano, temos dois lançamentos principais, que são o novo modelo de tanque, com mesa para metais, e o mictório, com acabamento e formato reformulados”, ressalta o analista de comunicação Fabio Perlim. Ele conta que a empresa trouxe produtos em desenvolvimento para a avaliação e pesquisa com os clientes. “Colocamos uma gama de produtos a fim de validar com o público lojista, para que pudessem opinar e escolher o que funciona melhor para eles e, assim, determinar o que entra em produção. A surpresa é que um dos nossos modelos de vaso sanitário ganhou o prêmio Best in Show e já vai começar a ser produzido”, comemora. Entre os produtos em validação, Perlim destaca opções de cubas e novas cores, foscas, que atendem a uma demanda dos lojistas para a marca. “Como nossa capacidade de produção é limitada, precisamos fazer escolhas bem acertadas para atender as demandas dos clientes”, explica.

INTERFLOOR

A Interfloor, líder no segmento de pisos de PVC, acrescenta às linhas de padrões que remetem a madeiras e a cimentícios as cores da nova linha Indelval. A linha de pisos de manta de borracha possibilita aos clientes soltarem, ainda mais, a criatividade em 20 opções de cores. “Na Interfloor, nos orgulhamos em prezar pela inovação e diversidade de materiais, por isso, acompanhamos as maiores novidades e tendências do design mundial e trouxemos com exclusividade os produtos Indelval de volta para o Brasil”, conta Adriana Cury, diretora da Interfloor. Os produtos são desenvolvidos com tecnologia de ponta, atendendo desde impermeabilização, preservando as características técnicas e visuais.

“Incluimos a linha em nosso portfólio para que nossos clientes tenham mais opções para se expressarem e criarem projetos, com mais estilo e personalidade. Além das cores diferentes, os pisos possuem textu-

ras que proporcionam maior segurança e conforto, sendo desenvolvidos em borracha natural, ideais a quem busca praticidade, beleza e durabilidade”, completa.

JAPI

A inspiração é algo nato de arquitetos, decoradores, designers de interiores e paisagistas. O que buscam, a todo o momento, é conceituar seus projetos com itens que destaquem suas aptidões. Pensando em ajudar e motivar esse público, a Japi levou ao evento lançamentos com formatos, cores e texturas para iluminar profissionais de todos os estilos.

Cubas – As cubas têm espaço garantido em lares de todos os tamanhos e perfis, por isso, a Japi aproveita o evento para lançar uma linha inteira de cubas cerâmicas. Três peças são quadradas e possuem a borda fina, sendo, uma delas, com acabamento preto fosco. No entanto, para àqueles que gostam de tons mais sofisticados, a marca traz a cuba com acaba-

Afix

Unir, selar e
construir.

SOLUÇÃO COMPLETA EM SILICONES E SELANTES.

 /afixoficial

 /afixoficial

www.useafix.com



mento na cor mármore Carrara, e outra com acabamento em mármore Nero. As três peças medem 38,5cmX38,5 cm e 13,5 cm de altura.

Vasos - Para os que precisam emoldurar ou evidenciar a natureza, seja em ambientes internos ou externos, os vasos da Japi são uma referência. E como não poderia faltar, a marca traz novidades em formatos, texturas e cores em 2019.

Com acabamento rústico-elegante e toque levemente áspero, a marca lança dois modelos com essas características marcantes: o vaso Elipse Rústico, na cor azul grafite e o vaso Redondo Rústico, na cor mármore. Serão comercializados em três tamanhos, o que ajudará a compor jardins de variadas expressões.

Além desses, a Japi levou para o estande metais sanitários, itens economizadores de água e vasos fabricados de fibra de vidro.

► KNAUF AMF

“Além de um reforço de marca, a Knauf AMF mostrou toda a diversidade de seu portfólio”, revela a gerente de desenvolvimento de mercado da marca, Vivian Ribeiro. “Recebemos, aqui, dois tipos de público: os distribuidores, que muitas vezes se encantam ao tomar contato com produtos que, muitas vezes, não ficam disponíveis em estoques por serem especiais; e os arquitetos e especificadores, que vêm para conhecer as possibilidades para projetos que vão se concretizar ao longo do ano”, explica. “Por ser um evento com público altamente qualificado, trata-se de uma oportunidade para consolidar nossa marca como queremos que seja percebida: uma empresa que traz design, inovação, que, também, pode ter produtos personalizados”, continua Vivian.

► LEPRI CERÂMICAS

Para José Lepri, da Lepri Cerâmicas, marcar presença na Expo Revestir é essencial. “As empresas que não expõem na feira, em geral, são as que não lançam as tendências. São as que copiam. Essas empresas vão perdendo espaço, porque o cliente de hoje quer o original”, considera.



Dentre as tendências apresentadas pela marca no evento, Lepri destaca as peças de toque acetinado, que classifica como marketing sensitivo. Outro ponto alto para este ano é o novo formato dos Maxi Bricks, com 9cmx36cm, e as linha de louças cerâmicas.

“O mercado de luxo, do qual fazemos parte, não tem picos altos e baixos, é mais ou menos estável, e nós seguimos dessa forma, também. Estamos trazendo menos lançamentos e vamos seguir colocando novidades no mercado ao longo de todo o ano, que é uma demanda do nosso mercado”, pondera Lepri.

As linhas em destaque na Expo Revestir são: Coleção Arcobaleno, Coleção Smart, Coleção Stone Washed, Maxi Bricks, Coleção Maranello, Coleção Smart, Coleção Croccante, Coleção Terrazzo, Coleção Touch Me, Coleção Natura, Coleção Mattone, Coleção Terracota, Coleção Raku, Coleção Anticatto, Coleção Contemporâneo.

► LORENZETTI

Apostando em soluções que priorizam cores, formas, designs e funcionalidades, a Lorenzetti apresentou a nova coleção de louças e metais sanitários, e duchas e

chuveiros elétricos, soluções sofisticadas para os mais variados estilos e conceitos. A cozinha ou varanda gourmet ganharam notoriedade e já se tornaram alguns dos espaços mais nobres e sociais do lar. Pensando nisso, a marca 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 em 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 limpeza mais direcionada. Atenta às novidades e tendências, a Lorenzetti apresentou, ainda, a linha de torneiras LorenCode. Um metal sanitário que se caracteriza pelo design e faz a diferença na composição estética do banheiro ou do lavabo. 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.

Com design quadrado e acabamento preto fosco, as duchas da linha LorenQuadra Black foram criadas pela Lorenzetti para valorizar o ambiente, sem deixar de lado o conforto, proporcionado pelo espalhador de 20cm. Disponíveis nas versões de parede e teto, as duchas possuem restritor de vazão de 8 litros por minuto, tecnologia que permite economia de até 70% de água, mantendo um banho confortável.

▷ PADO

Participando, pela primeira vez, da Expo Revestir, a Pado apresentou a Linha digital locking que exibiu a Fechadura Digital Sobrepor, Fechadura Digital de Embutir e o Cadeado Biométrico. Essa linha vem atender às necessidades de segurança do consumidor. Aliás, uma tendência em todo o mundo. Entre os diferenciais, as fechaduras possuem opções de senha, biometria, alarme sonoro e acompanham chave de segurança.

Nathan Bampi, gerente Comercial da Pado explicou a participação da Pado na feira: “As fechaduras são produtos de decoração e, por isso, estamos na Expo Revestir com os nossos produtos de lançamento e, também, criamos um espaço para relacionamento com os nossos representantes e arquitetos. Foi uma participação bastante positiva”, comentou.

▷ PLACO

Criado para áreas externas e, ainda, suportar peso, a Placo lança o Glasroc X, placa de gesso “glass mat”, feita com adi-

tivos especiais, véu de vidro e composto polimérico. Essa composição proporciona alta resistência à umidade e raios UV, estabilidade dimensional e evita a formação de mofo nas condições mais críticas de uso. Glasroc X é a nova tecnologia especialmente desenvolvida para uso em vedações externas e áreas sujeitas a ação de intempéries.

▷ PORTO FERREIRA

“A Porto Ferreira chega à Expo Revestir com a expectativa de consolidar uma forma diferente de olhar a marca. Para isso, trouxemos como proposta o resgate dos mestres em cerâmica às origens da empresa, porém aplicado em escala industrial”, revela o gerente regional de vendas Maurício Brandão. Para transmitir essa fusão entre o artesanal e o industrial, a empresa apresentou peças como obras de arte, e trouxe dois artistas da cidade de Porto Ferreira, que pintaram peças durante a feira. “A cidade de Porto Ferreira é a capital nacional da cerâmica artística. Nossa empresa tem 87 anos e, inicialmente, era uma fábrica de cerâmica de mesa. Somos tradicionais nesse segmento. Depois a empresa migrou para cerâmica de revestimento e, hoje, estamos resgatando esse conceito”, explica Brandão.

O gerente conta que foram apresentados 36 modelos de lançamento durante a Revestir. “Aqui temos a oportunidade de expor todas as linhas de uma forma ampla, eficaz, profissional. É uma vitrine”, continua.

▷ PORTOBELLO

A Portobello, líder em revestimentos cerâmicos no Brasil, destacou a nova coleção, batizada In Your Dreams. In Your Home., que traz o olhar da marca para os seus sonhos. E tem como balizadores autenticidade, pluralidade, transparência e multiconexões, os novos produtos têm na dinâmica contemporânea o seu contexto, a partir de histórias únicas. Eles reúnem características singulares.

As linhas que compõem a nova coleção são: Puro, inspirada na cerâmica artesanal, moldada à mão, cortada com os ar-

tefatos usados pelos artesãos e artistas, traduzida em cerâmica de alta tecnologia, desenhada com as ferramentas de ponta e produzida em escala industrial; Ms Barcelona, idealizada a partir da fusão de materiais como limestones, cimentos e basaltinas, cria uma superfície marcante, porém minimalista; Belgique, que traz a belíssima pedra Blue Stone, da categoria dos limestones típica da Bélgica, de porcelanato; Madagascar, que é uma madeira de porcelanato, resultado de uma imersão nas florestas tropicais da África, mais especificamente da ilha de mesmo nome; Paysage Nature, a linha que apresenta a azulejaria interpretada com tecnologia e design, com o uso da serigrafia para estampar as peças em uma versão com impressão digital e pigmentos de última geração; PB Colors, um sistema funcional que combina cartelas de cores neutras e trendy, com combinações infinitas; Jackie, inspirada no eterno ícone do bom gosto que deu nova perspectiva à moda, arte e cultura nos vibrantes anos 60, apresenta textura sutil que reproduz uma superfície de concreto com acabamento em areia finíssima e uma cartela de cores de tons pálidos e contemporânea; Le Cementine, uma releitura dos tradicionais ladrilhos hidráulicos com olhar multicultural, composto por uma seleção de desenhos com referências na geometria, nas mandalas e nas formas retrô, interpretados com linhas mais limpas e contemporâneas.

▷ RIOLAX

A Riolax, uma das principais marcas de hidromassagem, ofurôs e Spas do Brasil, apresenta ao mercado de arquitetura e design as inovações para o segmento e as linhas de maior sucesso.

Em estande especial, a Riolax exibiu a performance do Spa Maryam. Lançamento exclusivo da fabricante para a feira, o modelo estará em funcionamento na versão com 55 jatos, em diferentes intensidades, sistema de automação, cromoterapia, frigobar e filtro ozonizador, entre outros diferenciais.

Os visitantes conferiram o design e os diferenciais Riolax que são referência no mercado, nas banheiras Cléo, Celine dupla, Gisele, Diana, Loren e Kate dupla; Spa Marilyn e Ofurô Cameron. Os jatos de hidromassagem têm pressão balanceada e são posicionados estrategicamente para gerar relaxamento. Todos os dispositivos, como arejadores, ralo, abastecimento e sucções têm acabamento de aço inox.

As banheiras e Spas têm assentos anatômicos, extremamente confortáveis, com recuo para jatos. Travessieiros em poliuretano expandido são moldados para encaixar em diferentes perfis de produtos. Cascata de aço inox, sistema de iluminação subaquática para tratamento com cromoterapia e air blower colaboram para proporcionar uma hidromassagem suave e relaxante.

ROCA

A Roca apresentou lançamentos que reforçam o amplo portfólio de peças para

banheiros e cozinhas. As novidades vêm com acabamentos modernos e tecnologias que resultam em economia de água e sustentabilidade.

A linha de cubas de apoio e de sobrepor aumentou com a coleção Optica, desenvolvida especialmente para atender à necessidade dos brasileiros. São 12 formatos com opções redondas, retangular e oval e sete cores, sendo elas: branco brilho, blanco matte, onix, perla, café, disponíveis no acabamento matte.

Com design inovador, premiado com o IF Design Award 2019, os metais da coleção Insignia contam com misturadores monocomandos para lavatórios que proporcionam elegância e ergonomia ao uso. Eles são produzidos de metal cromado e recebem exclusivo acabamento biníquel. A Roca apresenta, também, a inovadora cuba para cozinha. O modelo da coleção Oslo tem exclusiva tecnologia Quarzex®, garantindo maior durabilidade, resistência a impactos, manchas e riscos, além de

suportar temperaturas de, até, 180° C.

Para louças sanitárias, a Roca mostrou coleções globais como: Carmen – releitura das louças dos anos 40, com a tecnologia atual; Beyond – coleção contemporânea com formatos orgânicos e bordas ultrafinas em Fineceramic®; Inspira – coleção minimalista também com bordas ultrafinas, compondo o ambiente com delicadeza e sofisticação. Para as coleções nacionais, o destaque está na coleção de cubas Ruy Ohtake by Roca, assinada pelo ícone brasileiro da arquitetura, com formatos orgânicos, bordas ultrafinas em Fineceramic®, cores e acabamento fosco. A coleção Optica, também, reforça o portfólio da marca, com variedade de modelos (cubas de apoio com e sem mesa para o metal), formatos (redondas, retangulares e ovais) e cores, no acabamento fosco.

No quesito tecnologia, a Roca traz as Smart Toilets: bacias e assentos sanitários inovadores, com tecnologia eletrônica que garante higiene com todo con-



RADIAL

Confira toda linha de materiais elétricos em:

www.radial.ind.br



Disco de Corte Ecoinox



Mais rendimento para projetos profissionais

O Disco de Corte Ecoinox Heavy Duty® é indicado para quem busca o melhor custo benefício para o corte de aços carbono e aço inox.

Sua precisão de corte garante trabalhos rápidos e ótimo acabamento.

▶ SALVABRAS

A Salvabras, empresa especializada no desenvolvimento de soluções para proteção na fase de acabamento de obras, marcou presença na Expo Revestir. Além dos produtos tradicionais que já comercializa, como o Salva Piso, Salva Pintura e Salva Piso Limpeza, a empresa ampliou a sua linha com Salva Quina Adesivo, Salva Metais, Salva Ralo e Salva Crepe.

Os produtos fabricados pela Salvabras são destinados à prevenção de riscos que possam danificar pisos, azulejos, vidros e outras peças durante obras e reformas, investindo em proteção para gerar economia no pós-obra. A marca está presente em mais de 1.000 pontos de venda em todo o Brasil.

▶ SOLARIUM

Quatro lançamentos assinados e uma releitura são as novidades da Solarium Revestimentos para a Expo Revestir 2019. Nesta edição, a marca apresenta duas linhas concebidas por Zanini de Zanine, e duas com a assinatura de Rodrigo Ohtake, na primeira parceria com a marca. Zanini vem com os cobogós V e Plano – este uma novidade, prensado, com acabamento rústico e volume em apenas um lado, o que facilita a produção e deixa o preço mais competitivo. Rodrigo apresenta as linhas Athos e Escape, pensadas a partir de linhas simples e fluidas, com traços que dão continuidade ao movimento.

“Somos uma indústria pioneira no segmento de revestimentos e pisos cimentícios, mas nosso mote é sempre seguir com inovação e design”, afirma o diretor de Vendas Cristiano Souza Gomes. “Já faz alguns anos que temos esse projeto de linhas, especialmente nos 3D, e os cobogós assinados”, revela.

Para ele, a Expo Revestir tem um movimento de alto padrão, com um público qualificado. “O sentimento de otimismo no mercado é muito maior este ano, com uma sensação de ano de virada. O segmento da construção civil tem indicadores e sinais de que é um ano de

retomada, com lançamentos nas construtoras, arquitetos sinalizando a retomada dos projetos. Prevemos um ano de sucesso em 2019”, projeta.

▶ STRUFALDI

Cerâmica Strufaldi apresentou revestimentos com novos formatos e efeitos tridimensionais na coleção 2019 HD, em três novas dimensões: 6cmx24 cm, 10cmx 20 cm e 20cmx20cm, com diversos modelos, efeitos 3D e desenhos, extremamente, realistas.

Na linha Terracota, a empresa busca o efeito de pedra natural, fabricado de cerâmica e desenvolvido com 30 faces que proporcionam a criação de diversas paginações com aparência de Pedra Natural para os ambientes. Disponível no formato 10cmx20cm, o revestimento é indicado para colocação em áreas internas e externas, churrasqueiras, fogão de lenha, saunas e piscinas.

▶ TIGRE

A Tigre Metais, marca do Grupo Tigre, participa, pela primeira vez da Expo Revestir, e lançou diversos produtos. Ao todo, foram apresentadas oito novas linhas, sendo seis para banheiro e duas para cozinha. A linha para banheiro Tigre Lit, marcada pela leveza, simplicidade e facilidade de manuseio, é composta por cinco itens: misturador, torneira, ducha higiênica, acabamento universal e acabamento para registro.

Composta por cinco itens, a linha Tigre Lean oferece praticidade, sofisticação e versatilidade, já que se adapta a todos os ambientes e propicia perfeita harmonia com os demais itens. O misturador e a torneira possuem visual delicado e são equipados com arejador que evita o respingo, proporcionando economia de água. A ducha higiênica dispõe de acionamento de 1/4 de volta com mecanismo cerâmico de alta performance. Já o acabamento universal e acabamento para registro foram desenvolvidos em formato de alavanca, o que facilita o uso no dia a dia.

Outra novidade é a linha Monocoman-

do Centre, que, com design harmônico e estilo bastante moderno, é composta por misturador monocomando e misturador monocomando bica alta. Ambos dispõem de arejador inclinado, 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. O acabamento para base monocomando de chuveiro também controla a vazão e a temperatura da água em um único comando.

Ainda para o banheiro, a linha de Acessórios Versat foi criada com design minimalista e harmônico para combinar com os mais variados estilos de banheiros e torneiras. Os acabamentos são cromados, refletindo maior beleza e durabilidade. A linha é composta por porta-toalha barra, porta-toalha para rosto, papelreira, cabide, saboneteira e prateleira.

A Tigre lança, também, duas linhas para a cozinha: Monocomando Dual e a Monocomando Gourmet. Ambas contam com uma bica móvel e flexível, que permite mover a ducha durante o uso. Além disso, apresentam uma mangueira flexível com malha que não descasca ou solta com o tempo – garantindo resistência ao produto -, e que não acumulam pontos de sujeira, tornando a limpeza mais fácil.

Durante o evento, a empresa lançou, ainda, o benefício Garantia para Sempre, que concede garantia vitalícia dos itens da Tigre Metais adquiridos em qualquer região do país.

▶ TRAMONTINA

A cada ano a Tramontina traz novas soluções que levam design e tecnologia para a cozinha do brasileiro. O destaque desta edição é o sistema exclusivo de filtragem para coifas que é ganhador no iF Design Award 2019 - maior prêmio de design do mundo. Dentre as novidades deste ano estão a linha Smooth de cubas, que tem modelos com escorredor e está disponível em diferentes tamanhos; as coifas coloridas New



Colorful, com acabamento em pintura automotiva; o tanque Jumbo, que tem o diferencial do tamanho, além de cook-tops premiados internacionalmente.

▶ VILLAGRES

Entre as novidades apresentadas na Expo Revestir, Villagres destaca os grandes formatos quadrados, com 92cmx92cm. “Fomos os primeiros a produzir grandes formatos no estado de São Paulo, e agora inovamos com o formato quadrado”, conta gerente comercial Renato Salvatti. Outros tamanhos que passam a compor o portfólio da empresa são o 26,5cmx138cm e 108 x 108cm. “Investimos fortemente na ampliação da fábrica e em máquinas que pudessem desenvolver peças maiores e com alta tecnologia”, continua Salvatti. A empresa lançou mais de 30 linhas, divididas em seis coleções Naturale, Marmo, Metropolitana, Bistrô, Santa Ladrilhos e Minerale.

▶ WEBER SAINT-GOBAIN

A Expo Revestir foi um marco para mostrar a sinergia de Brasilit, Isover, Placo e Weber, empresas do Grupo Saint-Gobain. Com a proposta de oferecer ao consumidor produtos que aliem conforto, inovação e durabilidade, o

ambiente da feira foi o único a demonstrar soluções da fundação ao telhado, que integradas potencializam um projeto arquitetônico para o que há de mais moderno no mercado da construção.

A Weber, fabricante dos produtos quartzolit, teve grandes lançamentos, entre eles o cimentcola pronto quartzolit, produto com alta produtividade e rendimento, indicado para porcelanatos e cerâmicas em pisos e paredes, com liberação em 24 horas para rejuntar. Ainda na linha de rejuntas, com o renova fácil quartzolit, o rejunte faz parte da decoração da casa. Com seis cores duráveis, o produto possui design inovador para garantir uma melhor experiência do consumidor, além de render 30m² e suportar 250 lavagens. Outra novidade foi as novas funcionalidades do parede premium quartzolit, uma pintura impermeabilizante para paredes externas e fachadas que sela, impermeabiliza, dá acabamento, reflete o calor e pode ser colorido.

No estande, a Isover demonstrou as características das linhas Wallfelt 4+, feltro de lã de vidro que se adequa a qualquer tipo de vedação interna do sistema lighth stell frame; e Decorsound, linha composta por painéis modulares disponíveis em 16 cores.



viajando pelo BRASIL

Confira as datas e os locais das principais feiras do segmento

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

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

FAIRTEC 2019

Feira Tecnológica da Construção Civil

De: 11 a 15 de setembro

Local: Pavilhão da Fenarrec, Brusque, SC

www.fairtec.com.br

12ª INTERMACH 2019

Feira Internacional de Tecnologia,

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

FINNEC

Feira da Construção Norte/Nordeste

De: 23 a 25 de outubro

Local: Arena Fonte Nova, Salvador, BA

www.finnec.com.br

SALVADOR NA FITA

A FINNEC - Feira da Construção Norte/Nordeste - foi idealizada para promover a integração de toda a cadeia produtiva da construção: a indústria, o comércio e os serviços da construção com engenheiros, arquitetos, construtores, profissionais especializados, não apenas no Estado da Bahia, mas das Regiões Norte/Nordeste do Brasil.

Realizada a cada dois anos, a primeira edição terá como palco a Arena Fonte Nova, estádio de futebol que foi uma das sedes do Mundial de Futebol realizado no Brasil.

Com isso, apresentam a oportunidade e o local perfeitos para sua marca brilhar. A geração de negócios, promoção de contatos comerciais, expansão de mercado, fortalecer e consolidar a posição de seu produto nas Regiões Norte e Nordeste são os principais motivos para participar da FINNEC 2019.

TUBOTECH

A Cipa Fiera Milano lançou, no dia 26 de fevereiro, a 10ª Tubotech e a 4ª wire South America, que acontecem entre os dias 1 e 3 de outubro em São Paulo. Com a presença de expositores e parceiros, o evento também serviu para uma análise do momento em que passa o país e para projeções sobre a realização das feiras. Para Rimantas Sipas, diretor Comercial da Cipa Fiera Milano, a sólida parceria com a Messe Düsseldorf na realização de feiras é um dos motivos do sucesso alcançado no Brasil. “E as edições deste ano da Tubotech e da wire South America repetem os bons resultados. Tanto que mais de 80% da wire está comercializada e a Tubotech deve ocupar 800 m² do São Paulo Expo”, disse o executivo. Estiveram presentes no encontro, realizado no São Paulo Expo Exhibition & Convention Center, diretores da Agena, Reichenbach, Casoretti e TekBrasil. O evento também foi oportuno para orientar as empresas sobre como elas podem aproveitar ao máximo as duas feiras. Além da exposição de produtos e serviços, no espaço da Techshow as marcas podem realizar palestras gratuitas. “É uma grande oportunidade para os empresários estreitarem contatos e prospectar novos projetos, parcerias”, destacou Rimantas.

TOP

PARCERIAS

— 1º LUGAR —
TOP OF
MIND
PROTEÇÃO
2018



Com os pés no futuro, a Marluvas investe em tecnologias de ponta para garantir calçados cada vez melhores. Assumimos com você o compromisso de evoluir sempre: nos produtos, no atendimento e, principalmente, na proteção.

Investir em calçados Marluvas é investir no crescimento da sua empresa.

Seja um revendedor:

0300 788 3323

faleconosco@marluvas.com.br

Saiba mais



marluvas.com.br



MARLUVAS

CALÇADOS PROFISSIONAIS

A força da história.

NOVO

BIODIGESTOR FORTLEV



DISPENSER PARA PASTILHAS DE CLORO* QUE ELIMINAM MICROORGANISMOS CAUSADORES DE DOENÇAS E DIMINUEM OS ODORES.

MAIOR NO CUIDADO COM O MEIO AMBIENTE

E COM A SUA SAÚDE



Ideal para residências de **6 a 15 pessoas.**



Fácil instalação e manutenção.



Mais econômico: dispensa caminhão limpa fossa.



Sistema compacto de tratamento de esgoto com a **maior eficiência** do mercado.

Maior capacidade:

Trata até **1.500L** de esgoto doméstico por dia.

*O produto não inclui pastilhas de cloro.