



2019: ano de investimentos e conquistas para a Gtex Brasil

Há mais de 40 anos no mercado, a empresa reformula suas principais linhas, que chegam ao mercado cheia de conceitos e inovação, para ganhar de vez o coração do consumidor brasileiro

São Paulo, 03 de abril de 2019. Em um imponente estande, todo desenvolvido com o conceito *hightech*, a Gtex Brasil desembarca na APAS Show 2019, apresentando as novidades de seus produtos, especialmente elaborados para conquistar de vez o mercado nacional.

Dona de marcas referências no segmento de limpezas para o lar, a empresa – que nos três primeiros meses deste ano já disse a que veio e desembarcou nas redes as principais novidades da queridinha do consumidor brasileiro, a linha Urca – vai aproveitar os quatro dias do evento, para promover a chegada de lançamentos das linhas Baby Soft e Amazon H2O, que chegam às gondolas a partir do próximo mês, com embalagens ultramodernas, agregando à marca valores que atendem as principais exigências dos clientes.

Grandes aliados na hora da limpeza do lar, os produtos Gtex estão há mais de quatro décadas se consolidando no mercado e motivando a companhia a investir cada vez mais em novos equipamentos e na nova unidade fabril, recém-inaugurada em Itupeva, que já está a todo o vapor. Além disso, para se manter ainda mais sólida e conquistar resultados, a empresa também tem investido alto em reformulação e repaginação de algumas de suas principais marcas, que ganharam novos conceitos, novas fragrâncias e novas versões.

À frente desta gigante do mercado, está a nova Diretora Executiva, Talita Santos, que destaca os planos para conquistas dentro do acirrado universo de produtos para o lar – hoje um dos pilares da economia, onde são arrecadados anualmente cifras bilionárias. “Em 2018 focamos bastante em inovação. Investimos na renovação do nosso sistema de produção, distribuição e logística. Tudo agora é feito com tecnologia de ponta”. Essa modernização, garante a empresária, tem contribuído para um crescimento mês a mês, cada vez mais expressivo.

A executiva acrescenta ainda que nos primeiros meses de 2019 uma espécie de ‘forçatarefa’ foi criada para traçar e atingir os planos iniciais da companhia, que foram estrategicamente calculados, a partir de um rigoroso estudo de mercado. “Fizemos uma análise do comportamento do consumidor moderno. Vimos o quanto ele precisou enxugar o orçamento graças à crise econômica. Esse consumidor mudou e nós tivemos que acompanhar esta mudança. Por isso, transformamos nosso catálogo para atendê-lo, sem que ele precisasse sentir no bolso a diferença, porque conseguimos manter nosso o preço competitivo nas gôndolas, e isso faz muita diferença no resultado final”, celebra a executiva, que destaca que os últimos anos tem sido de excelentes resultados para a companhia. Entre os anos de 2016 e 2017, a Gtex registrou aumento percentual de 20%. A projeção de crescente se confirmou em 2018, quando nem mesmo a greve dos caminhoneiros e a grave crise econômica derrubaram as cifras e a empresa atingiu de novo a casa de dois dígitos e cresceu mais de 22%. “Conseguimos atingir nossas metas oferecendo ao consumidor o produto que ele quer e, principalmente, no preço que ele pode pagar”, enfatiza a executiva.

Talita afirma que agora o plano é manter a motivação os números projetados para 2019. “Temos várias metas para este ano. Para o segundo semestre nosso objetivo é superar faturamento médio de mais de R\$ 50 milhões por mês. Sabemos que o ‘sistema é bruto’, mas nosso time é forte. A GTEX conta com uma equipe de campeões, que trabalha para fortalecer o que já temos de bom e contribuir para garantirmos sempre os melhores resultados”, se orgulha a empresária que ao responder sobre os planos para o futuro, garante “Vamos focar energia também em produzir linhas carregadas de valores ecológicos e pretendemos chegar a novos mercados. Além disso, daremos start no projeto e-commerce e ultrapassar fronteiras, chegando ao mercado americano, para oferecer o que há de melhor em nosso portfólio”.

- Nova fábrica Gtex já está a todo o vapor: É no coração da cidade de Itupeva, a 70 quilômetros da capital paulistana, que bate a mil por hora a produção dos detergentes em pó da marca GTEX Brasil. Referência em produtos de limpeza para o lar, a empresa apostou alto na nova unidade fabril e agora comemora um aumento expressivo na quantidade de produção da linha.

Focada em ampliar a rede de distribuição e atender a grande demanda do mercado, além de abastecer todo o estoque da companhia, a nova fábrica conta com maquinários de última geração, e tem à frente uma equipe amplamente treinada e capacitada para operar os equipamentos. Isso tudo sem abrir mão da qualidade de quem já está há mais de 40 anos no mercado, oferecendo ampla gama de produtos especiais para o lar. Além de Itupeva, a GTEX também tem fábricas em Mato Grosso, Pernambuco, Rio de Janeiro, São Paulo e Suzano.

- Um legado empreendedor e inspirador: Uma história que merece ser contada! Assim pode ser definida a emocionante trajetória do empresário e CEO da Gtex Brasil, José Domingues. Tudo começou na pequena cidade de Auriflora, quando ainda menino se dedicava à arte de ralar cocos para ajudar a família. Mal sabia ele, que a fruta seria a grande estrela de sua empresa pouco tempo depois.

Os anos se passaram, Seu Domingues se empenhava em tudo o que fazia e pouco tempo depois, Domingues já era um dos mais bem-conceituados promotor de vendas de uma grande empresa nacional. Em 1987, ainda supervisor de uma distribuidora de papel, ele conheceu a distribuidora de materiais de limpeza, que pouco tempo depois se tornaria sua e no coração da zona oeste de São Paulo, nasceu a Gtex Brasil.

Com o apoio incondicional da esposa Neiva, parceira também nos negócios, ele fez do pequeno empreendimento o líder de mercado nacional, no segmento sabão de coco. O casal montou uma equipe focada em uma missão especial: atender as necessidades do mercado. Foi o momento em que perceberam que precisavam crescer para chegar às regiões do país que também precisavam daqueles produtos e decidiram iniciar o projeto de distribuição das peças, que incluía apenas o pioneiro sabão de coco – nas versões líquidos e em pasta – e o sabão em pedra Urca. De lá para cá, a empresa só fez crescer. A GTEX ganhou o país e o casal empreendedor decidiu aumentar seu mix de produtos. Em 2000, foi montada a sede própria da empresa, onde também foi construída uma moderna torre de sabão em pó à base de óleo de coco, seguindo o ecologicamente correto.

Visionário e atuante, Seu Domingues é um verdadeiro amante da arte de atender as necessidades do mercado, o empreendedor não abre mão da rotina de ir às ruas e ouvir atento o que diz e o que quer o consumidor brasileiro. “Sempre que posso vou às lojas, supermercado, conversar, criar novos produtos e oferecer alternativas com alto giro nas gôndolas. Com pouco ou muito dinheiro, sabemos que o cliente sempre está em busca de novidades, de algo mais, e essa é a minha missão: saber o que ele quer, o que ele busca, o que ele precisa. Essa é uma das formas mais enriquecedoras de conhecer o nosso consumidor e mostrar a ele que temos condições de atender seus anseios”, destaca o empresário.

- **A Gtex Brasil:** Com um faturamento médio anual girando em torno de R\$ 500 milhões e uma variada gama de produtos, a companhia responde por mais de 93% da cesta de limpeza doméstica dos brasileiros. A companhia também conquistou título de empresa especialista na utilização do coco em seus produtos, segundo a ABISA – Associação Brasileira de Indústrias Saboneteiras e Afins.

Além disso, a GTex é um dos players dentro de um mercado que movimenta quase R\$ 15 bi todos os anos, e está consolidada entre as grandes multinacionais no Brasil. A empresa tem uma malha de distribuição de 150 representantes e 70 distribuidores em todo o país e ainda atende clientes de peso como Pão de Açúcar, Assaí e Walmart a Gtex Brasil. A companhia também terceiriza itens marca própria de clientes como Qualitá e Carrefour. Somando-se ainda o trabalho de desenvolvimento de canais de exportação em mercados chave, principalmente na América Latina.