Revenda

A NÚMERO 1 DO SEGMENTO

Ed. 320 | Maio 2017 | Ano XXIX
www.construcaototal.com



CHUVEIROS
TECNOLOGIA PARA ECONOMIZAR

1º ENCONTRO DE LÍDERES DO VAREJO DE MATERIAL DE CONSTRUÇÃO
Revista Revenda promove debate entre empresários da indústria e comércio

E MAIS: • FEICON BATMAT • PIAS E CUBAS • INSTRUMENTOS DE MEDIÇÃO

ADERE®

MAIS

PRESENTE NA FEICON

2017

FEICON 2017

Stand ADERE



O stand da **ADERE** na Feicon foi um sucesso! Agradecemos a todos que nos visitaram e comemoraram conosco. Em 2017, festejando **50 anos** de história, a **ADERE** se destaca com as fitas adesivas de melhor desempenho do mercado.

Faça parte desta história você também!



DESTAQUE DA FEIRA



Fita Dupla Face Permanente

cód. XT100/S

A MAIS FORTE DO MERCADO

50 anos

ADERE®

Colou, tá colado.

100% COM VOCÊ

www.adere.com | facebook.com/aderefitas | 0800 701 2903

Revendo CONCEITOS

Há muito a máxima "em time que está ganhando não se mexe…" deixou de ser verdade.
Está aí o futebol moderno, jogado por grandes clubes, que tem diferentes propostas de jogo. E estes exemplos, além de muitos outros, deveriam ser compartilhados. Vejam o que acontece em nosso mercado, o de material de construção.
Para vencer a crise, que se instalou no país nos últimos três anos, pouco estão fazendo.
Nas duas últimas feiras realizadas em São Paulo, a Expo Revestir e a Feicon Batimat, ouvimos de vários empresários que o mercado finalmente dá sinais, ainda que leves, de recuperação.
São empresários que estão investindo, mostrando seus produtos e anunciando abertamente ao mercado que estão acreditando em recuperação.
Já outros, preferem se retrair. Ficam esperando o mercado melhorar, esperando e não investindo. Quem está certo? O que investe, mesmo que de maneira modesta, ou o que prefere culpar a crise econômica pelas perdas?
Não ousamos dizer que a melhora vai acontecer no curto prazo. Há indícios de que não. Mas também estamos superando a pior fase da crise.
Várias feiras são realizadas anualmente pelo Brasil afora. Está certo que este é um país continental, com muitos hábitos regionais e raízes que devemos respeitar.
Tanto na Revestir quanto na Feicon vimos que muitas empresas apostaram no otimismo. Se o mercado nacional ainda não está bom, voltaram seus esforços para a exportação, já que mercados externos estão voltando seus olhos (e dinheiro) para o Brasil.
É questão de aproveitar a oportunidade.
Por falar em feiras, diversas vezes entrou em discussão a necessidade da realização de duas feiras de grande porte em São Paulo no mesmo período. Com um novo e moderno centro de exposições na rodovia dos Imigrantes, São Paulo tem condições de abrigar uma grande feira do segmento da construção por ano, reunindo praticamente todo o segmento.
E poderia muito bem haver um revezamento anual entre as nossas duas maiores feiras. Um ano para cada uma. Acredito que, se for colocado na balança os ganhos com tal iniciativa, certamente teríamos uma feira por ano em grande estilo.
Bom para os organizadores, para os expositores e para os visitantes, principalmente os que vêm de outros estados e que precisam se deslocar duas vezes por ano para eventos muito similares.
Fica a sugestão.

Boa leitura
Roberto Ferreira

grupo Revenda

MAIO 2017 | Edição 320

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)

INTELIGÊNCIA DE MERCADO
Newton Guimarães (newton.guimaraes@revenda.com.br)

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

REPÓRTER/REVISÃO
Clayton Gallo (clayton.gallo@revenda.com.br)

PROJETO GRÁFICO
Tatiana Hemmel F. Carlini

DIRETORA COMERCIAL
Carla Passarelli (carla@revenda.com.br)

GERENTES DE CONTAS
Carla Melo (carla.melo@revenda.com.br),
Juliana Tagliapietra (juliana@revenda.com.br)
Marli Moço (marli@revenda.com.br)
Solange Castilho (solange@revenda.com.br)

ESTAGIÁRIA DE VENDAS
Emilly Mendes (emilly.mendes@revenda.com.br)

ADMINISTRATIVO
Mislene Fernandes (mislene@revenda.com.br)

FINANCEIRO
Magda do Nascimento (magda@revenda.com.br)
Bruno Fernandes (bruno.fernandes@revenda.com.br)

TECNOLOGIA
Carlos Contucci (carlos@revenda.com.br)

DEPARTAMENTO JURÍDICO
Dr. José Geraldo Louzã Prado

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: DUPLA IDEIA design

estudioduplaideiadesign.com.br

EDITORA: Ana Sniesko
REPÓRTER: Murilo Toretta
ARTE: Camila Duarte
REVISÃO: Hellen Barros
FOTOS: Shutterstock

Revenda

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

Impresso na Log & Print Gráfica e Logística S.A.

Instituto Verificador de Comunicação IVC



Capa:
Foto: Shutterstock

Revenda

EDIÇÃO 320 | ABRIL 2017 | ANO XXIX







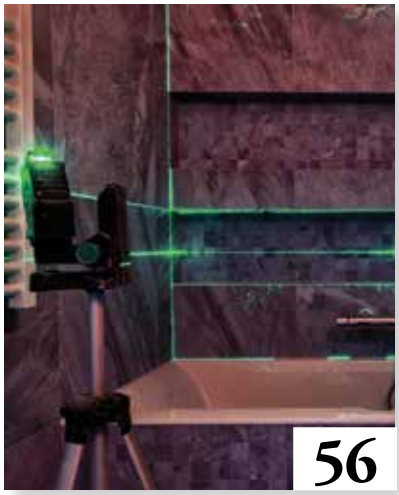


10 | **Entrevista**
Daniel Campos, presidente da Akzo Nobel Tintas, fala sobre tendências do setor

16 | **Painel**
Tigre e Startse iniciam parceria para prospecção de startups

26 | **Chuveiros**
Empresas se preocupam com produtos que gastam menos água e ajudam a conservar o Planeta

36 | **Encontro de lideres**
Revista Revenda promove debate entre empresários da indústria e comércio



56



64

44 **Pias e cubas**
Mercado aposta em modernização dos clássicos e inova nas cores

56 **Instrumentos de medição**
Fabricantes apostam no laser verde, que garante melhor visibilidade

64 **Manta asfáltica**
Setor se prepara para alta na procura após a temporada de chuvas de verão

72 **Feicon Batmat**
Confira os lançamentos do maior evento de construção do país



72



LANÇAMENTOS 2017



CUBAS ELEGANCE

Com um sistema exclusivo de ocultamento de válvula, as cubas Elegance Japi dão um toque de classe e elegância aos ambientes.



VASOS EM POLIETILENO

A Linha Favo é mais uma opção que a Japi traz para montagem de jardins verticais.

Linha Favo



METAIS SANITÁRIOS

A Coleção 2017 de metais sanitários Japi possui design inovador arrojado e moderno.

Linha J30



Linha J20



Os lançamentos já estão disponíveis com opções de torneiras para todos os ambientes.

Linha J10

Japi

A escolha inteligente

www.japi.com.br

/japi.br @japi.br /canaljapi

CONVERSOR DE VÁLVULA DE DESCARGA

Converte o sistema de acionamento por válvula, viabilizando a instalação de caixa baixa ou caixa acoplada de descarga. O conversor permite tal alteração sem exigir quebra-quebra nas paredes, apenas utilizando peças externas. Resultado: economia de água e redução de gastos com reforma.



ORGANIZADOR DE TALHERES

Mantém os utensílios arrumados e protegidos da poeira e de insetos.

MECANISMO DUPLO DE DESCARGA - CABO

Compatível com diversos tipos de botões de acionamentos e economiza até 35% da água utilizada no vaso sanitário.





GABINETE COM TANQUE

Tanque com fechamento da parte inferior na forma de gabinete. Amplo espaço interno para organização, com prateleiras e porta para fechamento.

www.astra-sa.com

/grupoastra @grupoastra /grupoastra

ASTRA 60 ANOS

QUEM PROCURA O MÁXIMO DE TECNOLOGIA E INOVAÇÃO ESCOLHE HYDRA.

SAFIRA BLACK

PRIMEIRO
CHUVEIRO BIVOLT
DO MERCADO



*Linha Digital - Safira, Polo, Optima, Quadratta

A qualidade Hydra que você já conhece, está presente também em duchas. Uma linha completa, com máxima tecnologia, inovação e qualidade, para proporcionar o máximo de conforto e bem-estar aos seus clientes.

hydra

A ARTE DE FAZER BEM FEITO.



POLO PLUS

MAIS CORES
E TECNOLOGIA PARA
O BANHO



QUADRATTA PLUS

PRIMEIRA LINHA*
DE DUCHAS COM AJUSTE
EXATO DE TEMPERATURA
E VISOR DIGITAL



OPTIMA MUSIC

PRIMEIRO CHUVEIRO
QUE TOCA MÚSICA

hands.



para pintar, **não** precisa REFORMAR

Presidente da AkzoNobel para América Latina desde janeiro de 2016, o carioca Daniel Campos não aparenta a experiência que tem. Engenheiro aeronáutico, fez carreira na área de marketing, na qual atuou por 15 anos, até que se tornou gerente geral da P&G no Peru

Por Clayton Gallo | Fotos: Fábio Andrade

Após dez anos de vivência profissional fora do Brasil, dois anos nos EUA, quatro no México e quatro no Peru, onde também foi presidente do United Way, um dos maiores fundos de investimentos do mundo que tem como objetivo fazer o bem comum, voltou ao Brasil para trabalhar na Natura, em 2013. Os motivos? Buscava uma empresa com projetos sociais e com objetivos claros de fazer o bem à sociedade. Após quase três anos, deixou a Natura e foi para a AkzoNobel, onde conheceu as operações da empresa no mundo nos seus quase três meses de transição. "Estou sentado na cadeira de presidente desde 01 de janeiro de 2016", declara, ao enfatizar a data em que assumiu efetivamente a presidência da AkzoNobel para América Latina como um desafio pessoal ao mudar de segmento, com novos projetos no longo prazo, mas que já começam a apresentar bons resultados. Atualmente casado e pai de duas filhas, Daniel Campos fala nessa entrevista exclusiva à revista Revenda sobre o mercado de tintas, projetos sociais e como a cor pode modificar a vida das pessoas.

Revista Revenda: Como está o mercado de tintas diante da situação atual da economia? Houve desaquecimento nas vendas em 2016?

Daniel Campos: Alguns fatores interferiram no desempenho das vendas em 2016. Os mais significativos foram a instabilidade econômica e a falta de confiança no curto prazo. Apesar dos percalços, atingimos os objetivos propostos e investimos para o futuro. Trabalhamos para valorizar a categoria de tinta, reforçando os produtos como essenciais na decoração e na proteção de uma casa. Investimos em tecnologia e inovação para desenvolver produtos com benefícios funcionais e estéticos para dentro e fora dos lares. E mostramos também que, para pintar, não é preciso reformar. Mesmo neste momento adverso, podemos, sim, redecorar e proteger nossas casas usando tintas e cores. Vale mencionar que o preço por litro na indústria no Brasil é um dos mais baixos do mundo. Desse modo, trabalhamos para deixar os atributos de nossas tintas ainda mais claros para os consumidores, a fim de que eles aceitem um valor maior, estimulando, assim, nosso negócio e dos nossos clientes, além da categoria como um todo.

R - Há muita diferença entre o mercado de tintas no Brasil e o que você acompanha fora do país?

Eu vi muitas diferenças no mercado brasileiro. Algumas coisas me chamaram atenção. É um mercado claramente muito dividido entre tintas para interior e exterior, com propriedades, benefícios e fórmulas muito diferentes.

Nós acreditamos nesse poder transformador da cor. É, na verdade, a nossa grande entrega social

Neste aspecto, desenvolver uma tinta para interior ou exterior permite que você faça fórmulas mais assertivas, que dão melhor resultado ao ambiente do consumidor. Essa diferença quase não existe no mercado brasileiro. A maioria das tintas é para interior/exterior. Aí tem uma grande oportunidade e me chamou atenção. Outra coisa é a frequência de uso dos produtos e de cor em diferentes países. Na Inglaterra, pintam alguma parede na casa a cada dois anos e, no Brasil, a cada três anos e meio. E no Vietnã, mais ou menos 95% das pinturas internas não são brancas e dois terços das cores são feitos na máquina tintométrica. Aqui no Brasil, dois terços das paredes são brancas ou off-white. E as vendas pelo sistema tintométrico são minoria. A gente sabe que quem pinta com cor fica mais feliz e pinta mais. A comunicação no ponto de venda e na televisão também chamou atenção fora do Brasil. Na publicidade, a indústria está muito ativa. Em pontos de venda, há manuais para orientar e mostrar os benefícios dos produtos. No Brasil, faz alguns anos que a indústria não investe o quanto precisa nesse sentido.

R - Quais os meios dessa comunicação no ponto de venda que o Brasil precisa seguir?

Esse é um ponto importante, porque muito da realização do potencial de valor da categoria está no ponto de venda. Não é uma categoria muito fácil de comprar. Na Alemanha, o ponto de venda tem livretos de tutoriais. Com internet e YouTube, você tem cada vez mais vídeos explicativos. Estamos trabalhando um programa de educação forte, há muito tempo, com pintores, que também estamos levando para o balconista. Vamos oferecer mais material no ponto de venda para que o consumidor final possa consultar. Em 2016, fizemos o lançamento da linha Decora, com um manual focado no consumidor final e no profissional. Escolher cor intimida até o arquiteto. O Mauricio Arruda, um arquiteto que já trabalhou com a gente, fala que escolher cor é ter coragem.

R - Como é feito o treinamento com os revendedores que atuam efetivamente no ponto de venda?

2016 foi um ano em que fizemos um investimento para retreinar 100% da nossa própria força de vendas, no que chamamos de "Maneira AkzoNobel de Vender". Entre



outras coisas, falávamos muito sobre o que é um bom ponto de venda, que gera cada vez mais vendas e um consumidor final mais feliz. O nosso pessoal tem que estar bem treinado. Acreditamos em treinamento e isso requer um investimento importante. Estamos fazendo treinamento virtual e dando a possibilidade de o pintor consultar em casa ou on-line, assim como o balconista. Nas nossas redes sociais, um dos maiores sucessos que temos é quando tiramos dúvidas diretamente dos consumidores. Programas de TV que fazemos parcerias, como o Decora, são muito bons para divulgação e explicações de um profissional. E a proximidade com a mídia e com a imprensa é muito importante para podermos falar sobre cores e colocar os nossos anúncios. Além disso, trabalhamos muito no nosso ponto de venda para trazer os melhores produtos e explicar muito mais a parte de opções de cor. É um trabalho que não podemos fazer sozinhos. A indústria, o ponto de venda, o pintor e a capacitação são importantes nesse processo de explicar ao consumidor que vale a pena comprar produtos de melhor qualidade.

R - Sobre projetos sociais, o que pode ser aplicado no Brasil, baseado na sua experiência fora do país?

Uma das grandes razões pelas quais eu vim para a empresa é que a AkzoNobel é uma empresa muito preocupada e ativa na área social também. Estou dedicado a nossa grande campanha, chamada "Cidades Mais Humanas". Nossos projetos podem ajudar com que as pessoas tenham uma vida mais agradável e inspiradora nas suas cidades. Falando de Coral, especificamente, o projeto "Tudo de Cor", que, desde 2008, ajudou a pintar mais de oito mil imóveis em locais como o Morro Santa Marta, no Rio de Janeiro, e monumentos que devolvemos à população.

R - A Coral também participa da renovação de espaços públicos?

Recentemente, entregamos a renovação do monumento da Tomie Ohtake, na Avenida 23 de Maio, em São Paulo. É um monumento que nós já estamos associados desde a inauguração. Acreditamos que, quando as coisas estão mais bonitas e coloridas, as pessoas valorizam mais. Nossa experiência no Morro Santa Marta, com o "Tudo de Cor", mostra que as pessoas têm uma valorização do seu imóvel, da comunidade e de autoestima. E os turistas começaram a aparecer mais. A parte de fora da nossa casa, de alguma maneira, é a porta de dentro da nossa rua, é o espaço público. Nós acreditamos no poder da cor, em transformar o espaço, seja privado ou público. E tentamos ajudar através do nosso trabalho social, como o "Tudo de Cor". Quando podemos, nós coordenamos isso com outras coisas, como esporte, que tem o poder de trazer bons exemplos para as crianças. Nós fizemos o projeto Quadras Inesperadas, que começou no Morro Santa Marta, no Rio de Janeiro, na época dos Jogos Olímpicos. Já fizemos em Santa Catarina, com presença do tênis Gustavo Kuerten, o Guga, e planejamos fazer novas Quadras Inesperadas pelo Brasil. Com muita criatividade e um pouquinho de tinta, nós podemos dar outro sentido a um espaço público e fazer as pessoas se inspirarem num lugar melhor, para atividade física, por exemplo, assim como crianças, que ganham um lugar para brincar e para serem um pouco mais lúdicas, além de fazerem atividade física.

R - No Morro Santa Marta, é possível ver os pontos onde estão as Quadras Inesperadas e como funciona, na prática, um benefício que alcança todos os moradores. Em que outros projetos sociais a Coral marca presença?

Essa discussão é relevante. A cidade criando oportunidades para as pessoas conviverem. Por isso, chamamos de Cidades Mais Humanas. Muitas vezes, a cidade pode estar perfeitamente desenhada para você viver no seu casulo. O que nós queremos é o contrário, é que a cidade possa, no final do dia, dar mais qualidade de vida a todos. O espaço público é importante para nós, seja o patrimônio público ou iniciativas como nós fizemos no Pelourinho, em Salvador, ou no Glicério, em São Paulo, com a renovação

É bom trabalhar com

vonder®

Limpadores Multiuso para Vidros, Autos e Metais

LANÇAMENTO

Alto poder de limpeza e tratamento superior!
Toda a inovação da nanotecnologia para uma limpeza eficiente, duradoura e com um brilho impecável!

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

Conheça a linha completa de **Limpeza e Impermeabilização VONDER!**



Conheça nossos vídeos e acesse nossas redes sociais!
facebook.com/vonderferramentas
youtube.com/vonderferramentas
instagram.com/vonderferramentas

Tecnologia e inovação a serviço da limpeza a partir de fórmulas ecologicamente corretas! ***A escolha é sua e a qualidade é VONDER!***

de 75 fachadas de imóveis, e em espaços mais reservados, como no hospital Graac, que é para crianças com câncer, e nós levamos cor. Um dos melhores depoimentos que eu li da iniciativa que fizemos foi um pai dizer que a filha estava feliz porque o lugar não se parece mais com um hospital. Quando uma criança precisa estar hospitalizada, não precisa necessariamente ser um ambiente triste e estéril. Outro exemplo é o presídio de Piraquara, no Paraná, onde as próprias detentas escolheram, entre temas que oferecemos, e pintaram o local. Não é porque elas estão confinadas que não precisam estar num lugar inspirador. Não precisa ser mais difícil do que já é. Isso muda até o valor que elas dão ao próprio ambiente em que elas precisam conviver. Nós acreditamos nesse poder transformador da cor. É, na verdade, a nossa grande entrega social.

R - No Brasil, não vemos muitos manuais nos pontos de venda. As informações estão diretamente na embalagem do produto. O que não pode faltar em uma embalagem de tintas?

Essa é uma oportunidade grande. Poucos países têm embalagens parecidas e quase nenhum país tem as embalagens como as do Brasil, que são únicas. O que não pode faltar são as indicações do que você está levando ao consumidor, a parte legal, inclusive do ponto de venda, os cuidados que você tem que ter com o produto químico, as indicações do PSQ e nós deixamos bem claro que tipo de tinta o consumidor vai comprar. Nosso ponto de vista é que as indicações do PSQ são muito limitadas, inclusive estamos trabalhando com a Abrafati para uma evolução em que possa ter mais indicações ao consumidor com relação à tinta, como diferença entre produto para interior, informações como rendimento, cobertura e lavabilidade. Mais do que vender uma lata de tinta, nós estamos vendendo um quarto, uma sala, um ambiente pintado, a inspiração para o consumidor, que deve estar no ponto de venda. É uma coisa que nós, cada vez mais, trabalhamos para entender como fazermos sem andar contra todas as informações que lá precisam estar obrigatoriamente. A parte específica sobre treinamento, de passo a passo, tem a oportunidade e já existe uma simplificação das instruções ao longo do tempo, mas acho que a gente pode aprender mais com outros segmentos. É importante ter o tutorial à parte. Existe uma oportunidade de inovação na embalagem na categoria e estamos trabalhando para poder trazer explicações sobre benefícios ao consumidor.

R - Em que época do ano é ideal apresentar novidades ao mercado de tintas?



Novidades que geram valor ao mercado, impactam positivamente o negócio dos clientes, contribuam para o trabalho dos pintores e melhoram a vida dos consumidores são sempre bem-vindas, independentemente da época do ano. No entanto, há de se considerar a sazonalidade tradicional do mercado de tintas. Como o maior volume de vendas se concentra no segundo semestre, uma boa estratégia é programar os lançamentos para o primeiro semestre, chegando até o mês de agosto, para que todas as lojas consigam estar devidamente organizadas e equipes de vendas bem treinadas para a temporada. Nós, da AkzoNobel, investimos para trazer mais inovação ao mercado, a fim de gerar mais valor a clientes, pintores e consumidores. E apresentamos alguns lançamentos já no início do ano.

R - O que a Coral pode adiantar sobre as novidades para os próximos meses?

A linha Proteção Sol & Chuva, da Coral, acaba de ser renovada. Já estão disponíveis em pontos de venda de todo o Brasil os produtos Pintura Impermeabilizante e Manta Líquida. Proteção Sol & Chuva Pintura Impermeabilizante – é ideal para proteger muros e paredes externas de casas e prédios. Proteção Sol & Chuva Manta Líquida – é um revestimento acrílico de excelente aderência indicado para impermeabilização de lajes e telhas sem trânsito. Há outras novidades para este primeiro semestre do ano, ou seja, os lançamentos serão apresentados em breve.

soprano.com.br sopranoBR canalsoprano 55 54 2109 6464

A FEICON acabou, mas nossas novidades continuam!

Marcamos presença na **FEICON BATIMAT 2017**, um evento que certamente ficará marcado na história da Soprano! Ganhamos o selo de inovação por nossa Fechadura Inteligente e reunimos neste anúncio os grandes destaques apresentados na feira para você conhecer cada detalhe.

Nossos agradecimentos a todos que visitaram o estande da **Soprano Fechaduras e Ferragens** na FEICON. Foi um prazer imenso tê-los conosco.





Fechaduras e Ferragens | **Materiais Elétricos** | **Utilidades Térmicas**

Soprano Fechaduras e Ferragens S.A.

Av. das Indústrias, 400 - Farroupilha, RS

SOPRANO
Segurança para fazer melhor.



DWT COM NOVAS PARAFUSADEIRAS

A DWT, do setor de ferramentas elétricas, amplia seu mix com dois importantes produtos à bateria, visando facilitar o trabalho e oferecer mais praticidade aos setores de marcenaria e movelaria, além de opções para ter em casa na hora de montar ou desmontar móveis ou realizar possíveis instalações. Tratam-se das parafusadeiras/furadeiras à bateria PFD 010 e PFD 018. O modelo PFD 010, com bateria de 10,8 V, é indicado para soltar e apertar parafusos de até 6 mm de diâmetro e fazer pequenos furos em madeiras ou metais. Possui regulagem para 18 posições de torque e uma posição para perfuração. Já o modelo PFD 018, com bateria de 18 V, é indicado para soltar e apertar parafusos de até 8 mm de diâmetro, e também permite a realização de pequenos furos em madeiras ou metais. Ambos contam com bateria de íons de lítio que confere alta eficiência de operação, entre outros destaques, como LED, para melhor visibilidade do local de trabalho, cabo com revestimento emborrachado e carregador bivolt automático, com tensão de entrada de 100 V~ a 240 V~.

FOXLUX É O NOVO REFORÇO DO TIMÃO

A Foxlux está ainda mais presente no futebol brasileiro. A marca foi anunciada pelo Sport Club Corinthians Paulista como nova patrocinadora do time. O uniforme alvinegro estampará a marca na barra traseira. A Foxlux investe no esporte há bastante tempo, pois acredita que ele é capaz de elevar o país a patamares que contribuem com o desenvolvimento nacional como um todo. Por isso, ao longo de sua história, vem patrocinando atletas amadores, projetos relacionados à Lei de Incentivo e times de futebol profissional.

"Acreditar no esporte é um preceito muito forte dentro do Grupo Foxlux. Estamos certos de que, com o patrocínio do Corinthians, ambas as partes colherão frutos e este pode ser o início de uma grande parceria", avalia o gerente de marketing da Foxlux, Eloir Pereira Padilha Jr. Além do Corinthians, a empresa patrocina o Paraná Clube.



CASCOLA CAPACITA

Por meio do programa Conexão Cascola Pro, a Cascola, multissolução em adesivos e selantes pertencente à alemã Henkel, capacita regularmente o time comercial de seus parceiros sobre diferentes tecnologias, especificações técnicas e a aplicação correta de seus produtos, de forma que todos que trabalham com o portfólio da marca tenham amplo conhecimento sobre suas especificações e possam indicar a opção mais adequada de acordo com o caso de cada comprador. Em três anos, a marca já capacitou quatro mil balconistas e vendedores de seus clientes em todo país, além de mais de 300 profissionais internos. "Sempre que possível capacitamos os profissionais de nossos clientes e nosso time comercial interno para que todos possam orientar e indicar a melhor solução aos consumidores", explica Claudio Amadio, gerente da marca Cascola.



CORDAS FIXTIL

Fabricadas em poliéster, a nova linha de cordas Fixtil estão disponíveis em variadas medidas, tais como: 3 mm × 399 m, 8 mm × 258 mm, 10 mm × 190 mm e 12 mm × 140 mm. As cordas também podem ser encontradas em cores diferentes, como: branco-preto; branco-preto vermelho; preto-cinza e branco-verde-azul. São apresentadas no formato de carretel fechado e direcionadas para uso doméstico, empresa de transportes em geral, feirantes, entre outros.

É bom trabalhar com

vonder®

Ferramentas Manuais

Resistência e funcionalidade no trabalho profissional e industrial!

Sempre utilize equipamentos de proteção individual VONDER

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

www.vonder.com.br

Trabalhe com a linha completa de Ferramentas Manuais VONDER!



Conheça nossos vídeos e acesse nossas redes sociais!
facebook.com/vonderferramentas
youtube.com/vonderferramentas
instagram.com/vonderferramentas

Um trabalho bem feito começa com as ferramentas certas!
A escolha é sua e a qualidade é VONDER!



MEBER INOVA NA **REDE QUERO-QUERO**

A Meber tem no compromisso com a inovação um dos mais expressivos diferenciais que garantem sua posição de relevância no setor. Trabalhando de forma continuada para surpreender positivamente seus parceiros de negócios, a empresa anuncia a implantação de um projeto especial para o ponto de venda junto à rede gaúcha Quero-Quero. No total, vinte lojas serão reformadas e receberão novos expositores que, além de esteticamente personalizados, conterão exclusivamente produtos de alto padrão da Meber, coleções de monocomandos, misturadores, duchas e acessórios para banheiro, cozinha, lavanderia e jardim. Esses mostruários terão colocação em espaços nobres nos estabelecimentos e serão acompanhados por promotores comerciais especializados na marca. Um grupo de vendedores e projetistas da Quero-Quero esteve na sede da empresa no fim do mês de março participando de um treinamento técnico direcionado para profissionais que lidam com o consumidor final. Eles participaram da visita ao parque fabril, conheceram o processo produtivo dos metais e, no showroom, tiveram acesso a detalhes sobre questões de funcionalidade, estética e design de cada linha. Inicialmente, o projeto será aplicado nas lojas de Santa Maria, Passo Fundo, Uruguaiana, Santo Ângelo, Cruz Alta e Palmeira das Missões. Comprovado o sucesso da ação, a meta é estendê-la para as demais integrantes da rede.

FLC DE CASA NOVA

A FLC está em novo endereço. O escritório administrativo foi transferido para a Zona Oeste de São Paulo, no Business Office do Shopping Villa Lobos. A mudança estratégica foi feita com o objetivo de melhorar e modernizar as instalações da empresa. "Estamos em um espaço mais amplo, mais moderno e de fácil acesso para receber nossos parceiros e garantindo também uma melhor qualidade de vida e de trabalho aos nossos colaboradores, que agora estão mais próximos do parque, shopping e estação de trem", afirmou o diretor de marketing e vendas da empresa, Paulo Mündel. Para a mudança, foram realizados ajustes estratégicos na estrutura e a unidade fabril foi desativada, ao mesmo tempo que foram priorizados os investimentos no FLC LAB (moderno laboratório em pesquisa, desenvolvimento e novas tecnologias), continuando, assim, a oferecer ao consumidor brasileiro soluções inovadoras em iluminação, com produtos de design avançado e alta qualidade.

NOVAS BANHEIRAS

A Mondialle está lançando dois novos produtos: Spa Nettuno e Banheira Foggia. A Spa Nettuno pode ser feita em fibra de vidro ou acrílico e possui as dimensões de 1900 mm × 1350 mm × 815 mm, acomodando até quatro pessoas. Seu sistema de hidromassagem é movido por uma motobomba silenciosa de 1,5 cv e contém 14 jatos grandes com alta vazão de água. A Spa também contém um acionador eletrônico, quatro travesseiros e sistema de instalação autoportante. E ainda se pode acrescentar os opcionais de aquecedor elétrico e deck de madeira. A banheira Foggia é feita em acrílico importado e possui as dimensões de 1760 mm × 910 mm × 570 mm, acomodando uma pessoa com total conforto. Este estilo clássico é muito visado e indicado por arquitetos e designers.



Command | Scotch

SOLUÇÕES 3M.
PERFEITAS PARA FIXAR QUADROS PLACAS, ESPELHOS E NOVOS RECORDES DE VENDAS.



SOLUÇÕES PARA FIXAÇÃO
REMOVÍVEL

SOLUÇÕES PARA FIXAÇÃO
PERMANENTE

Abasteça já a sua loja.

Fale com a 3M

0800-0132333
www.3M.com.br
falecoma3M@mmm.com

Sem pregos e parafusos.

Sem furos e sem sujeira.

3M



VERNIZES INÉDITOS

A Montana Química lançou três novos vernizes para acabamentos de alta qualidade para madeira: Verniz Premium Copal, Verniz Premium Marítimo e Verniz Premium Tingidor. Segundo o químico e supervisor do Laboratório de Tintas da Montana, Wagner Borrejo, trata-se de produtos que conferem proteção e acabamento final para portas, janelas, portões, forros e esquadrias de madeira, conforme o ambiente em que as madeiras estarão expostas e de acordo com o gosto e desejo do cliente. "No geral, vernizes têm como características transparência, acabamento brilhante e acetinado, incolor ou colorido e formação de uma película protetora, sendo seu uso tanto interno quanto externo. E os novos vernizes da Montana já chegam ao mercado em conformidade com a Norma ABNT NBR 16211 – Requisitos de desempenho de tintas para edificações não industriais", finaliza.

ELUMA TEM NOVA IDENTIDADE VISUAL

A Paranapanema apresenta dois novos catálogos da marca Eluma para as linhas de tubos e conexões fornecidas aos mercados de Construção Civil e Refrigeração. As publicações trazem as diversas aplicações dos produtos sob uma nova organização: antes divididos por tipo de produto, agora, os novos catálogos estão organizados por segmentos de atuação, facilitando a consulta. Os materiais também apresentam a nova hierarquia de marcas e identidade visual da Paranapanema, revisada em 2016, e serão distribuídos pelos representantes Eluma aos mais de dois mil pontos de venda que comercializam os produtos da marca em todo o Brasil. Versões eletrônicas da publicação já estão disponíveis para download no website da Paranapanema (www.paranapanema.com.br), na seção "Nossos Produtos/Catálogos". "A nova estrutura de atendimento busca uma sinergia maior entre os segmentos de atuação para ampliar a competitividade da empresa e atender um público cada vez mais exigente", explica Paulo Miranda, gerente comercial.

LUKSCOLOR REVITALIZA

A Lukscolor está apoiando a Pinacoteca de São Bernardo do Campo. A Pinacoteca é o maior espaço de exposição permanente de arte moderna e contemporânea da região do ABC, com vários ambientes, entre espaços expositivos, auditório, biblioteca de arte e um jardim de esculturas. A empresa de tintas premium colaborou com o oferecimento de produtos para a restauração dos ambientes. "A Lukscolor é entusiasta de projetos que tenham como missão divulgar e ampliar o conhecimento da comunidade, seja no âmbito social ou cultural", explica Maria Cristina Potomati Fiuza, diretora da marca. "A Pinacoteca é um símbolo das artes da região e, por isso, estamos colaborando com a sua revitalização", define. Além do acervo permanente, a Pinacoteca agora está preparada para ser espaço de promoção de projetos multidisciplinares que relacionem as artes visuais com as audiovisuais, como música e poesia.

VASO DA JAPI

Os vasos da linha América da Japi são fabricados com alta tecnologia, a partir de processos que misturam plásticos de engenharia e cargas minerais, como pó de madeira e de pedra. Isso garante estrutura mais resistente e uma espessura mais robusta. Além disso, esse processo confere à linha seu grande diferencial, o acabamento, inspirado na beleza rústica de elementos naturais, que faz com que cada peça tenha características únicas e sejam exclusivas. Os vasos têm três opções de tamanho e duas cores: carvão e bronze.



É bom trabalhar com

vonder®

Instrumentos de Medição



Alta tecnologia e precisão para medições profissionais e industriais!

www.vonder.com.br

Sempre utilize equipamentos de proteção individual VONDER

Conheça nossos videos e acesse nossas redes sociais!
facebook.com/vonderferramentas
youtube.com/vonderferramentas
instagram.com/vonderferramentas

Conheça também a nova **Trena Autotrava VONDER!**

Criteriosos ensaios técnicos para resultados mais precisos!

A escolha é sua e a qualidade é VONDER!

TODOS OS DIREITOS RESERVADOS. PROIBIDA A REPRODUÇÃO PARCIAL OU TOTAL DESTE CONTEÚDO

Peneiras
de tecido
metálico

Peneiras
ARO VERDE
chapa expandida

Na comparação, não há dúvida.

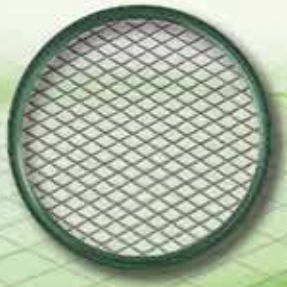
Peneiras de aro plástico com chapa expandida.

- Muito mais resistentes.
- Não deformam.
- Não possuem emendas.
- Não abrem as malhas.
- Não desfiam.
- Alta qualidade e durabilidade.

Uma exclusividade da Telas MM.

Disponíveis no aro plástico 55 - Verde.


Tela Café/Sementes


Tela Feijão/Pedrisco


Tela Arroz/Areia


Tela Fubá/Cal

PRODUTO EXCLUSIVO **TELAS MM**

Adquira já, nos principais atacadistas e distribuidores do Brasil.

Central de atendimento: (11) 4646.1818
www.telasmm.com.br

TELAS MM



VEDACIT NO MUNDIAL DE VÔLEI

Em parceria com a Nestlé, a Vedacit levou o time de Osasco para o Campeonato Mundial de Vôlei, que aconteceu em Kobe, no Japão, entre os dias 8 a 14 de maio. O patrocínio fez parte de uma atuação estratégica da empresa para ampliar a relação com seus consumidores e a sociedade. "As meninas representam toda a coragem das mulheres brasileiras, compartilhando histórias de vida cheias de lutas, desafios e superações. Acreditamos no potencial do time e, por isso, estamos ao lado da Nestlé para que façam parte do Mundial. Nosso objetivo é intensificar nossa relação afetiva com a sociedade utilizando o esporte para fortalecer esse vínculo", destaca o gerente executivo da Vedacit, Mauricio Gasperini. Durante o campeonato, a comissão técnica vestirá uma camisa exclusiva, com a estampa da marca na frente, verso e mangas. Dessa forma, a marca cria uma aproximação com os jovens consumidores atuando em prol de valores sociais de impacto. Além da Vedacit, a Cidade Center Norte, que também faz parte do grupo Baumgart, participa da iniciativa.

BRANCO POR MAIS TEMPO

A indústria Futura Tintas apresentou ao mercado duas novidades em sua linha de produtos Premium. Uma delas é o Esmalte Sintético Branco + Branco Futurit Premium. A ideia do novo produto surgiu após diálogos entre a marca e os comerciantes, que relataram que os esmaltes sintéticos, em geral, costumam amarelar pouco tempo após a aplicação. "Para chegar a um produto que permanecesse com a cor original por mais tempo, a indústria investiu em pesquisas, que avaliam as condições peculiares dos ambientes onde o produto pode ser aplicado, além de aditivos, resinas e pigmentos com ainda mais capacidade", explica o técnico de laboratório da marca, César Santos. O resultado foi um esmalte capaz de permanecer branco por mais tempo que os esmaltes sintéticos tradicionais. Além de apresentar uma maior resistência aos agentes que modificam sua tonalidade, o produto garante secagem ultrarrápida, 30 min ao toque.

TIGRE REDUX

O Grupo Tigre lançou recentemente a linha de esgoto Tigre Redux. Fabricada com PVC mineralizado e com uma parede mais espessa, a solução tem como objetivo reduzir os ruídos causados pelos efluentes que passam pelas tubulações e garantir maior conforto acústico em empreendimentos imobiliários e comerciais. Além do diferencial na constituição da matéria-prima, a linha possui abraçadeiras compostas por metal e borracha, que garantem ainda mais a fixação e auxiliam na redução das vibrações no sistema de esgoto. Outra característica do esgoto Tigre Redux é o anel bilabial – que reforça a segurança na vedação e a facilidade na instalação. A junção de todas essas características garante ainda mais resistência e eficiência no isolamento acústico do fluido nas tubulações, sendo uma solução completa para o sistema de esgoto. "O nosso negócio é condução de água. Dessa forma, buscamos oferecer para nossos clientes produtos que atendam suas demandas e, também, tragam inovação que se traduza em conforto e segurança para suas casas", explica o gerente de marketing de produtos da Tigre, Rene Kuhnen.





TIGRE NO VALE DO SILÍCIO

O Grupo Tigre anuncia a parceria com o StartSe, ecossistema de startups brasileiro, que engloba um portfólio de serviços e recursos tecnológicos para acelerar negócios. O objetivo da parceria é aumentar a velocidade dos processos de inovação do Grupo Tigre para o desenvolvimento de novos produtos, de processos mais eficazes e de soluções para sistemas que envolvam condução e tratamento de água, bem como os demais negócios da companhia. O StartSe oferece diversos programas que conectam as empresas parceiras às startups instaladas no Vale do Silício, nos Estados Unidos. Dessa forma, será possível identificar e aproximar-se de projetos relacionados ao planejamento estratégico da Tigre. "Com este movimento, seremos os pioneiros no país a adotar esse modelo de prospecção de startups e inovação. A iniciativa trará um grande aprendizado para ambos os lados, com benefícios múltiplos. Há muito tempo sonhamos em colocar os pés e a cabeça no Vale do Silício. O Silicon Valley Spot viabiliza este desejo", avalia o diretor de marketing, vendas e inovação do Grupo Tigre, Luis Roberto Wenzel Ferreira.

DOS DOIS LADOS

De um lado, jovens em situação de vulnerabilidade social. De outro, o mercado de trabalho e uma vida gratificante e independente. Para encurtar distâncias, a holandesa AkzoNobel, detentora da marca de tintas Coral, e a ONG Aldeias Infantis SOS somam forças globalmente e passam a oferecer cursos profissionalizantes na área de pintura e disciplinas correlacionadas. A parceria de três anos foi anunciada em Johannesburgo, na África do Sul, durante o lançamento da "YouthCan!" ("Juventude Pode!"), nova iniciativa global que congrega diferentes organizações com o objetivo de criar oportunidades de emprego para jovens desfavorecidos. As primeiras ações ocorrerão ao longo de 2017 em três países: Indonésia, Nigéria e Brasil. Considerado um problema grave mundial, o desemprego juvenil, especialmente para quem não possui apoio familiar, resulta em exclusão social e vidas sem realizações. No Brasil, a divisão de Tintas Decorativas da AkzoNobel já está trabalhando num projeto piloto para promover capacitação profissional a um grupo de 30 jovens atendidos pela unidade Aldeias Infantis SOS de São Bernardo do Campo, no bairro Assunção. "Estamos considerando cerca de oito módulos a serem ministrados voluntariamente pelos próprios colaboradores: pintura imobiliária, cores e combinações, segurança no trabalho e até noções iniciais de Português e Matemática para produção de orçamentos e apresentações, entre outros temas relevantes", revela Marcelo Abreu, gerente de Marketing Institucional da AkzoNobel Tintas Decorativas. A intenção é explorar as habilidades de cada colaborador, sejam elas pessoais ou profissionais, e compartilhar o conhecimento com os jovens. "Além disso, haverá palestras com convidados especiais, como artistas de rua. Em breve, teremos todos os detalhes", completa o executivo. O curso está previsto para ocorrer ainda no primeiro semestre. Desde sua inauguração, em 1971, o programa de São Bernardo já auxiliou 5 mil crianças, adolescentes, jovens e suas famílias.

▼ SAINT-GOBAIN ABRASIVOS
TEM NOVO VICE-PRESIDENTE



Nicolas Miègeville assumiu a vice-presidência da divisão Abrasivos na América do Sul da Saint-Gobain, grupo que detém, entre outras, as marcas Norton (criada em 1885), Carborundum (criada em 1891) e Winter (criada em 1847). Com mais de 1800 empregados, 14 fábricas e atuando comercialmente em 17 países na América do Sul e Central (exceto México), a Saint-Gobain Abrasivos atua na fabricação e comercialização de abrasivos e tem como objetivo ser referência em inovação e em serviços, apresentando soluções abrangentes e completas aos clientes e atuando em todos os mercados. O executivo, engenheiro industrial, formado pela École Centrale de Paris, e doutor em Matemáticas Aplicadas pelo MIT, está no grupo há 15 anos, dos quais 12 na Divisão Vidreira do Grupo (criado há 351 anos, em 1665) e três na divisão Abrasivos (criada no grupo pela aquisição, em 1990, da Norton) onde iniciou sua atuação como vice-presidente mundial das linhas de produtos Rebolos e Superabrasivos. Anteriormente, de 2011 a 2014, foi managing director da Saint-Gobain Glass no Egito, produtora de vidro na África e no Oriente Médio. De 2001 a 2011 foi diretor industrial da Saint-Gobain Glass na Coreia do Sul, depois de ter passado por vários cargos técnicos industriais de 2002 a 2009 na França, no Brasil e na Colômbia.

▼ HENKEL ABRE
PROGRAMA DE ESTÁGIO

A Henkel abriu seu processo seletivo para o Programa de Estágio 2017. As inscrições podem ser feitas até 14 de maio pelo site www.ciadeestagios.com.br/henkel. As vagas são destinadas para São Paulo, Jundiaí, Diadema ou Itapevi, conforme a área de atuação. Para participar da seleção, é preciso ter conhecimento intermediário ou avançado de inglês e estar cursando o penúltimo ano de graduação dos cursos de Administração, Engenharias, Química, Economia, Relações Internacionais, Marketing, Comunicação Social, Comércio Exterior e áreas afins. Os selecionados precisam ter disponibilidade para estagiar de vinte a trinta horas semanais. Entre os benefícios oferecidos estão bolsa-auxílio, assistência médica e odontológica, seguro de vida, vale-transporte, estacionamento, vale-refeição (ou refeitório nas unidades industriais) e décima terceira bolsa auxílio. O programa de estágio tem duração de dois anos e as contratações terão início a partir de julho de 2017.



CONTE COM A LINHA DE
PRODUTOS UNIKAP
EM SUA REVENDA

OFEREÇA O QUE HÁ DE MELHOR
EM QUALIDADE E SEGURANÇA



Na hora da compra, clientes buscam sempre qualidade e confiança para seus projetos.

Por isso, escolha a melhor parceria em soluções para condução de água quente, água fria, gás combustível, gases medicinais e outros fluidos, além de uma completa linha de combate a incêndio, escolha a Unikap.

UNIKAP
SOLUÇÕES PARA CONDUÇÃO DE FLUIDOS
11 2886-5151
unikap@unikap.com.br www.unikap.com.br



abrindo a TECNOLOGIA

Cada vez que o registro do chuveiro ou ducha é aberto para um delicioso banho, o planeta sofre. Ainda há muito desperdício de água e o banho é um dos fatores que podem influenciar nisso. Os fabricantes de produtos para este segmento estão investindo muito para minimizar este desperdício desenvolvendo produtos tecnológicos que ajudam na economia da água sem perder a sensação de bem-estar causada pelo banho.



ASTRA

A Astra destaca como principal novidade o lançamento da Astra Ducha cromada. Como diferencial, o modelo conta com um acabamento todo cromado, o que lhe reserva o lugar de destaque em relação à durabilidade e tradição da marca em fabricação de itens para construção.

A ducha elétrica cromada da Astra é fabricada em plástico polipropileno. Seus contatos elétricos são de prata e ela é compatível com dispositivo DR, que minimiza a possibilidade de choques elétricos.

"Esse lançamento foi um pedido do mercado, que vinha nos requisitando algo diferenciado quanto ao design mesmo depois de já termos outros três modelos: a Astra Ducha com acabamento nas cores bordô, branca e preta", explica o diretor comercial da marca, Joaquim Coelho.

Em relação ao melhor modo de expor o produto, o diretor comercial diz que o vendedor deve oferecer opções de cores e acabamentos diferentes para chamar a atenção do consumidor preocupado em dar um toque de design no banheiro sem gastar muito.



Joaquim Coelho, Diretor comercial da Astra



Produto Astra


Produto Deca

"Nesse sentido, ampliamos nossa linha e assim garantimos a quantidade e qualidade de itens nos revendedores. Para melhorar ainda mais nossa performance, o lançamento da ducha cromada complementa a linha e, com certeza, vai impactar o consumidor final por seu design e demais características", afirma.

A Astra também oferece treinamento aos lojistas e espera trabalhar com otimismo no segundo semestre. Coelho conclui dizendo que, mesmo com o país se recuperando de uma crise, a marca enxerga nessa situação uma boa oportunidade de crescimento de vendas, além de estabelecer vínculos mais próximos e laços mais estreitos com os representantes, clientes e colaboradores.

DECA

A Deca e a Hydra afirmam que é necessário preservar os recursos naturais e, por essa razão, buscam informar que atitudes e pequenas mudanças podem contribuir para a redução do consumo de água.

A Deca dispõe de diversos produtos voltados para a economia e oferece, também, o Deca Proágua, um programa de conservação de água que auxilia no uso da água e na redução do desperdício.

A marca apresenta novidades e produtos que visam levar inovação e bem-estar, com tecnologia desenvolvida para preservação de recursos hídricos. Os chuveiros Aspen possuem crivos salientes que facilitam a limpeza. Além disso, também oferece jato uniforme e concentrado para banhos mais confortáveis. O produto é acompanhado por um restritor de vazão máxima de 16 litros/minuto.

Votorantim
Cimentos
A vida é feita para durar



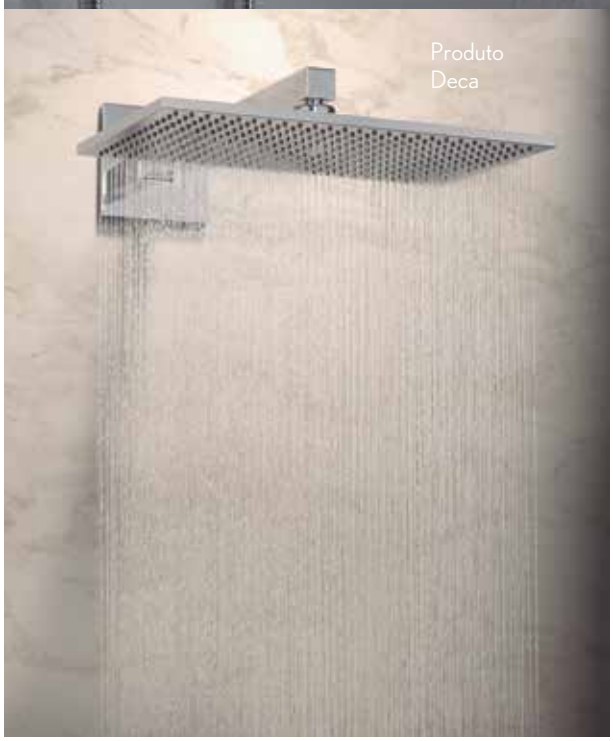
QUEM EXIGE UM GRANDE FINAL EM SUA OBRA DE ARTE NÃO PODE PERDER ESSA ESTREIA.

Em breve, o portfólio da Votorantim Cimentos vai estrear mais uma novidade.
O grande final que você esperava para transformar o seu projeto em uma obra de arte.

votorantimcimentos.com.br/mapadaobra

votomassa | NA PRÁTICA, A MELHOR.


Produto Deca


Produto Deca

ENERBRAS

O destaque da linha de chuveiros da Enerbras é a Enerducha Plus, um modelo de chuveiro com três temperaturas que proporciona um banho mais confortável e econômico. O grande diferencial desse produto, segundo o assessor comercial e de marketing da marca, Helder Leal, é sua qualidade comprovada pelos revendedores que não possuem problemas de trocas e defeitos, sendo uma opção viável para o lojista que não gosta de causar incômodos aos seus clientes.

"A Enerbras produz três modelos de chuveiros. A Enerducha Plus é uma ducha três temperaturas, cujo diferencial é o sistema de vedação sem anel de borracha, que evita vários problemas ocasionados por essa peça comum em todos os outros chuveiros da categoria. A Enerbanho 4T possui quatro opções de temperaturas: frio, morno, quente e superquente, além de ter um espalhador que proporciona uma grande área de banho. E a Enertronic é a ducha eletrônica da Enerbras, que possui haste para controle linear da temperatura", diz Leal.

FAME

A Fame, fabricante de chuveiros e duchas elétricas, atua no setor desde o início da década de 1940. O produto de destaque da marca é a Ducha Elegance Eletrônica, dotada de sistema eletrônico de controle de temperatura e um espalhador projetado para oferecer um maior volume de água.

Segundo o representante da Fame, Jean Charles Pechino, a marca possui expertise em PDV e tem uma equipe comercial treinada e direcionada para oferecer soluções que resultem no giro mais rápido dos produtos.

"Promovemos constantemente palestras técnicas nas lojas capacitando vendedores e balconistas com os benefícios e demais informações sobre nossos produtos, além de técnicas de abordagem e vendas", conta ele.

Além disso, Pechino explica que o mercado indica uma pequena tendência de recuperação, ainda aquém do esperado, mas mesmo assim a marca mantém a estratégia de expansão constante e responsável, como vem acontecendo desde a fundação há 77 anos.

FIXTIL

Para atender os profissionais do segmento de elétrica, a Fixtil incluiu, em seu mix de produtos, alguns acessórios essenciais para realizar a instalação de chuveiros em banheiros de residências, condomínios, escolas, academias, entre outros.

Destacam-se alguns produtos indispensáveis para le-

KIT S.O.S.

Mais de 5 milhões de unidades vendidas.

Há 20 anos no mercado de construção.



KIT S.O.S. é a massa adesiva epóxi subaquática bi-componente, indicada para aplicação tanto submersa quanto em locais secos, em qualquer tipo de superfície rugosa. Ideal para manutenção de piscinas, troca de cerâmicas, azulejos, fixação de peças sanitárias, solda de PVC, e recuperação de caixas d´água **(sem necessidade de esvaziamento)**.









ATÉ DEBAIXO D'ÁGUA

Disponível nos Atacadistas:

TAMBASA ATACADISTAS · KING OURO · PISA · RAMADA · Sargento · VITORINO · DIME · Agnus · BONI · CARDÃO · CASA CARDÃO · COELHO · Cofeos · CONESUL · Guerreiro · BLOCO · EMQUARE · Florplan · Clavery

Mais informações: www.vedatudo.com.br

var na maleta dos eletricistas para fazer instalações elétricas em geral, especialmente em chuveiros, cujos acessórios necessários são união para fios, fita isolante e fita veda rosca.

HYDRA|CORONA

Atenta às exigências dos consumidores, a Hydra|Corona aprimora seu portfólio para atender um público mais amplo. Nesse ano, a marca incentiva a mistura de cores, apresentando novas opções para as duchas e torneiras.
As peças ganharam cores além do preto e do branco, para possibilitar diversas combinações nos ambientes. A ducha Digital Safira, por exemplo, agora pode ser encontrada nas cores Red Gold, Prata Fosco e Metalizado.
A ducha bivolt permite que o consumidor não se preocupe com a voltagem do produto na hora da compra.
De olho na economia de água, ela apresenta um visor que mostra a quantidade acumulada de litros utilizados durante o banho em tempo real e a temperatura.
Além disso, o visor possui o desenho de uma gota que é dividida em cinco partes e a cada 8 litros uma delas é preenchida. Depois da gota totalmente completa, ela começa a piscar sugerindo para o usuário que está na hora de terminar o banho. Outro alerta é feito pelo LED ao redor do espalhador cromado que após oito minutos de banho também começa a piscar.
E de olho na economia de água, a marca lançou a Ducha Safira Link, que possui um aplicativo do produto e possibilita que o usuário faça o controle da temperatura, tempo de banho e quantidade de água gastos. Todo este comando pode ser feito por conexão bluetooth. O aplicativo ainda mostra um valor referencial gasto com a água (m3) e energia (kWh).



Produto Forusi



Produto Enerbrás



Produtos Fixtil

FORUSI

O produto de maior destaque da marca é a Ducha Stilo, com designer renovado e espalhador moderno, deixando o banho mais confortável, além do desempenho em alta e baixa pressão com mesmo volume de água.
Segundo o gerente de duchas, brflex e forros, Valdofredo Rodrigues, o revendedor pode destacar o seu produto no ponto de venda com expositor, cesto, além das gôndolas apropriadas de cada estabelecimento e banners.
"Fornecemos, também, sempre que solicitado, treinamentos para lojistas e em lançamentos de novos produtos. E esperamos crescimento no período entre março e agosto graças ao aumento de procura por chuveiros e duchas", declara.

FITA CREPE 722 AZUL
IMOBILIÁRIA PROFISSIONAL

- ÁREAS EXTERNAS E TAMBÉM INTERNAS
- MAIOR TEMPO APLICADA
- MAIOR ADESÃO
- REMOÇÃO FÁCIL E LIMPA
- RESISTENTE A SOLVENTES
- NOVA TECNOLOGIA COM BARREIRA CONTRA UMIDADE





facebook.com/adelbras

www.adelbras.com

vendas@adelbras.com

(19) 4009-7711

adelbras®

Especialistas em Fitas e Soluções Adesivas desde 1969



Produto Lorenzetti

LORENZETTI

A Lorenzetti conta com um portfólio feito com soluções ideais para cada necessidade da família brasileira. Recentemente, ela lançou a linha Acqua Ultra com a versão Acqua Duo Ultra, que conta com ducha e chuveiro em um único produto.

Fundamentada no conceito de design funcional, o Acqua Duo possui acabamento sofisticado, composto por linhas quadradas em formato compacto, similar às duchas frias.

O produto possui aquecimento elétrico e é compatível com aquecedores solares e outros sistemas de aquecimento. Na opção de banho com ducha, o jato é direcionável e concentrado, inclinando-se na direção desejada, enquanto o chuveiro proporciona um jato mais espaçado, por meio de um espalhador de grande proporção.

O produto possui comando eletrônico, que permite a escolha gradual e precisa da temperatura. Para selecionar entre a função chuveiro ou ducha, basta girar o seletor de jato para a direita ou para a esquerda.

Quanto aos pressurizadores de água, o destaque foi para o lançamento da Bomba de Circulação BCL-6. O produto é de utilização para a circulação de água quente, em até 90°C, em sistema de aquecimento solar, calefação, recirculação de sistemas fechados, entre outras possibilidades.

Segundo o gerente de marketing da Lorenzetti, Alexandre Tambasco, o mercado brasileiro mantém-se positivo para a marca. “No segmento de duchas e chuveiros elétricos, a Lorenzetti mantém-se líder, com destaque também no segmento de pressurizadores. A empresa atribui o sucesso das suas vendas à estratégia de atuação adotada, que possui como principal premissa identificar todas as necessidades implícitas e explícitas dos consumidores, direcionando os seus esforços para atendê-los com produtos altamente tecnológicos e inovadores, aliando design com acessibilidade”, afirma ele.



Produtos Hydra

Produto Lorenzetti

COM A *Walsywa*, VOCÊ SE FIXA NO TOPO

Em seus mais de 50 anos de história, a ***Walsywa*** sempre investiu em tecnologia e inovação. Hoje, com o lançamento de produtos de alto desempenho, a empresa continua revolucionando o mercado, mantendo-se como a referência nacional em Fixação para Construção Civil.

Quem tem *Walsywa*, se mantém no topo. Compre, compare e comprove.



A *Walsywa* tem a **linha mais completa** do mercado



Fixação à Pólvora | Fixação a Gás | Fixação Construção a Seco | Fixação ASTM | Fixação Telas e Arames | Fixação Química | Fixação Mecânica | Fixação Winox

19 3948 5230 | 0800 105024
vendas@walsywa.com.br
www.walsywa.com.br

Membro

Walsywa®
Fixação para Construção Civil

50 ANOS+

beecreative


1º encontro de
LÍDERES
do Varejo de Material de Construção

LÍDERES
são aqueles que tomam iniciativa

Como superar a crise? Aumentar as vendas? Estreitar o relacionamento?



5 de abril de 2017. Esta data marca uma nova maneira de comunicação entre os três segmentos mais importantes da cadeia da construção civil brasileira: indústria, comércio e atacado. Representantes das três áreas foram convidados pela revista Revenda para discutir, tentar entender e encontrar soluções para o momento econômico que vive o país e como aprimorar o trabalho para melhorar seus negócios. Também foi uma ótima oportunidade para abrir canais de comunicação entre indústria, comércio, atacado, para que outros encontros aconteçam, sempre mediados pela revista Revenda.

Participaram deste primeiro encontro 75 executivos das três áreas. O encontro foi aberto pelo gestor de inteligência de mercado do DataMkt, Newton Guimarães, que pertence ao Grupo Revenda.

"Gostaria de fazer algumas provocações apenas citando números. Só números, sem achismo", explicou Newton para falar um pouco do nosso mercado. "No ano passado, o comércio de materiais de construção, em um ano, teve queda de 18% real. Este ano, o comércio de material de construção, nos três primeiros meses teve uma queda real de 0,48%", salienta. O gestor destacou ainda que, para se ter uma ideia de como o resultado foi menos ruim, todo o varejo brasileiro teve uma queda de 5%. "Então, o comércio de material de construção, desde o 4º trimestre de 2016 até agora vem revertendo os péssimos números registrados no ano passado. Segundo a Pesquisa Mensal do Comércio, no comparativo acumulado no primeiro bimestre de 2017 com primeiro bimestre de 2016, o volume de vendas cresceu 1,4%, o maior crescimento nessa mesma base comparativa, considerando os oito grandes segmentos pesquisados. Já o crescimento nominal (com inflação do setor) foi de 2,7%. No comparativo volume de vendas com o mês anterior, após três crescimentos con-



FOTOS: FÁBIO DE ANDRADE

secutivos desde novembro de 2016, quando houve um acréscimo de 8,3% nas vendas – o maior da série histórica iniciada em 2005 –, foi registrado decréscimo de 1,3%, no comparativo fevereiro com janeiro de 2017", explica ele. Guimarães ressaltou também que, mesmo considerando o efeito do feriado de Carnaval, quando se compara fevereiro com janeiro de 2016, encontra-se um decréscimo significativamente maior, de 11,1%.

"Em 2016, o comércio de materiais de construção (inclui atacado e varejo) encolheu 10,7%, em relação ao ano de 2015, que por sua vez havia encolhido 8,4%, em relação ao ano de 2014, que por sua vez havia estagnado, em relação ao ano de 2013. Considerando-se, então, a queda acumulada de 18,2% nos últimos três anos e os crescimentos, em relação aos anos anteriores, de 9,1%, em 2011; 7,9%, em 2012; e 6,9%, em 2013; é possível afirmarmos que o ano de 2016 fechou somente 2,94% acima do volume de vendas de materiais de construção do ano de 2010", diz.

O gestor explica que tal desempenho ruim, impactou o faturamento e as operações das empresas do setor, mas também alterou a maneira como os consumidores passaram a comprar os materiais para reformas residenciais, novas construções, pequenos reparos e manutenção doméstica.

Segundo dados do IBGE, o crescimento da indústria do segmento de construção cresceu 7%, e, por isso, pode-se dizer que no primeiro trimestre houve crescimento da indústria, comércio e serviços. Outro bom indicativo são os números da indústria de bens de capital, aquelas indústrias que fornecem equipamentos para outras. Em 2016, houve queda de 34% neste segmento, enquanto que, apenas em janeiro, houve um aumento de 14%. Os empregos também caíram menos no primeiro trimestre, segundo pesquisa da PNAD. Ainda estão em queda os postos de trabalho, mas os números já indicam uma melhora. Por fim, ainda de acordo com dados oficiais, o faturamento médio da indústria de material de construção no primeiro trimestre de 2016 caiu 30%, e no primeiro trimestre deste ano a queda foi de 12%. "Não dá ainda para dizer que melhorou, mas, baseado nos números oficiais, podemos dizer que já não está tão ruim", conclui Guimarães.

Muito bom encontrar pessoas que possam acrescentar informações importantes para o nosso negócio

Sérgio Vaz, Casa Mimosa

NOVAS FORMAS

DE SURPREENDER VOCÊ



LOUÇAS SANITÁRIAS

BEST IN SHOW

PRÊMIO BEST IN SHOW

A LORENZETTI GANHOU COM A CUBA LORENVOGUE
COMO MELHOR DESIGN DA FEIRA EXPO REVESTIR 2017
NA CATEGORIA LOUÇAS CERÂMICAS - CUBAS



ACQUA DUO ULTRA

DUCHA E CHUVEIRO EM UM SÓ PRODUTO



METAIS SANITÁRIOS

BAIXE O APLICATIVO LORENZETTI NO CELULAR E NO TABLET

App Store
Google Play

0800 015 02 11 www.lorenzetti.com.br

LORENZETTI

Mais do que você imagina


Walter Cover, Abramat

WALTER COVER, PRESIDENTE DA ABRAMAT

"Vou usar outra expressão: o nosso setor não deixou de piorar, como disse o Newton, mas está piorando menos, o que deixa a indústria de material de construção um pouco mais otimista para o ano", conta.

O segundo mês do ano registrou retração de 15,1% do faturamento total deflacionado das vendas dos materiais de construção em relação ao mesmo período do ano passado, segundo o Índice da Associação Brasileira dos Fabricantes de Material de Construção – Abramat. Já o nível de emprego na indústria de materiais de construção mostrou leve crescimento de 0,3% em relação ao mês de janeiro deste ano, apesar de apresentar retração de 6,2% na comparação com o mesmo mês do ano passado.

Para o presidente da Abramat, Walter Cover, o resultado negativo nesse início de 2017 é motivado por fatores do ano passado que permanecem influenciando o setor. "Causas que dominaram 2016, como o alto desemprego, crédito difícil, juros altos e dúvidas sobre as mudanças no cenário político e econômico ainda estão latentes neste início de 2017 e impactam diretamente nos resultados negativos", ressalta.

Para o presidente da Abramat, medidas do governo direcionadas ao setor ainda são tímidas ou não se reverteram em aumento de atividade no mercado. "A confiança do empresário e do consumidor começa a melhorar, mas levará algum tempo para se reverter em melhoria da atividade comercial", diz ele.

A Abramat estima que há uma queda de vendas no primeiro semestre da ordem de 6% e a recuperação no segundo semestre irá depender da evolução das variáveis macroeconômicas, reversão do desemprego e queda nos juros. O segmento de materiais de base e acabamento também acompanha o ritmo de queda do setor de materiais de construção. Em fevereiro, o faturamento deflacionado das vendas dos materiais de base e de acabamento registrou recuo de 16,8% (base) e 12,5% (acabamento) se comparado ao mesmo mês do ano passado.

PERSPECTIVA

O segundo mês do ano fechou com variação negativa do resultado acumulado no ano do faturamento deflacionado da indústria de materiais de construção (12%).

Segundo Cover, esse será um ano de transição após três anos consecutivos de queda nas vendas. "Neste momento estamos prevendo um ano com zero crescimento com relação a 2016, sendo que no primeiro semestre se acumulará uma perda de 6% nas vendas e se espera uma recuperação no segundo semestre". O presidente da Abramat salienta que, para que o setor se estabilize, é necessária uma série de situações em relação ao desemprego e aos juros.

"Setenta por cento do produzido pela indústria de material de construção vai para o comércio varejista, o que é muito representativo. Os demais 30% são distribuídos entre as construtoras e governos, como obras de infraestrutura. No comércio, o que vivenciamos hoje é que as famílias estão começando a cuidar mais das suas casas e vão buscar no comércio varejista produtos, o que aquece um pouco o mercado. Mas ainda temos um grande número de desemprego, mas quando estabilizar e cair certamente voltaremos a crescer", diz Cover.

O presidente da Abramat ressalta que o setor ainda continuará no negativo no primeiro semestre, mas acredita-se numa retomada no segundo semestre, pois há alguns indicadores positivos, como uma promessa da Caixa Econômica Federal para baixar os juros, e isso pode injetar cerca de R$ 7 bilhões na economia de maneira geral.

"Quero informar que existem algumas discordâncias na divulgação dos números da Abramat e da Anamco. Os números da Abramat são medidos pelo faturamento real descontando a inflação, o que é diferente dos números do faturamento nominal utilizado pela Anamco. Ambos são importantes, mas existem distorções", afirma.

> *Abrir novas oportunidades de negócio é uma maneira de driblar a crise. Por isso é importante o depoimento de representantes de todos os segmentos*
>
> ***Marcio Zampereti, Vonder***

O QUE ERA BOM,
FICOU AINDA MELHOR!



CADEADOS DE ZAMAC LATONADO

NOVO REVESTIMENTO
E-COAT

A nova versão da linha de Cadeados de Zamac Latonado da Stam traz o novo Revestimento E-Coat, que garante elevada resistência à corrosão além de ser ecologicamente correto.

A camada de proteção confere dureza à superfície e cobertura completa, uma tonalidade de cor mais forte e bonita.

ECOLOGICAMENTE CORRETO

Revestimento à base de água e isento de chumbo



+ RESISTÊNCIA À CORROSÃO

+ SUPERFÍCIE PROTEGIDA

SAC **0800 024 1020**
stam.com.br

/stammetalurgica @stambrasil

stam

HIROSHI SHIMUTA

Convidado para falar sobre o comércio, o presidente da Nicom, grande loja de material de construção da Zona Sul de São Paulo, Hiroshi Shimuta, destacou a dificuldade que o comércio está sofrendo por conta do desemprego, mas salientou que ainda é um bom negócio.

"Todos os que estão aqui podem ajudar a entender o que pode acontecer em nosso segmento. Crescer ou não crescer. Vender menos ou vender mais. Tudo isso faz parte do nosso dia a dia na gestação do negócio que escolhemos. Nós sabemos que os números são negativos. Se caiu 18,2% ou 18,1%, isso pouco importa para nós. Mas esta não é a primeira crise que passamos e acho que não será a última. E não é um privilégio nosso. Os Estados Unidos passaram por uma grande recessão e hoje são a potência que todos nós conhecemos. Tivemos um crescimento muito grande há 12 anos que fez este país muito grande e, na época, acreditamos que seríamos uma potência mundial. Mas nos últimos três anos nós começamos a viver uma crise muito grande, uma queda no crescimento da ordem de 10% ao ano. Faltou sensibilidade aos homens de Brasília para estancar esta sangria", afirma.

Shimuta explica ainda que não acredita que o setor voltará aos níveis de 2010, citando como exemplo a indústria automobilística brasileira, que teve uma queda de mais de 40% nas vendas de veículos no último ano.

"O que temos de fazer é dar uma revisada nos números das nossas empresas, esquecer o que faturamos no passado e, com esse otimismo, vamos crescer. Ainda acho que este é o melhor mercado do mundo e, quando resolvi entrar nele, depois de uma carreira no Citibank, eu levei em conta que material de construção é item de primeira necessidade, pois as pessoas podem ganhar pouco, mas querem deixar suas casas sempre bonitas.



Hirota Shimuta, Nicom



Marco Antonio Tannus, Martins

MARCO ANTONIO TANNUS, MARTINS ATACADISTA

"O importante para nós é crescer de 3 a 4% no faturamento real este ano. É claro que se você reduzir os custos, como recomenda o Sr. Hiroshi, e tivermos uma inflação zero, você cresce muito mais. Sempre que falamos que o mercado vai cair 5% alguém está caindo 10 a 15% e outros estão caindo menos. Claro, na Martins estamos trabalhando com custos mais baixos, mas sem perder a força da mão de obra dos nossos colaboradores. O importante, neste momento de crise, é ser criativo, abrir mais frentes de venda e adequar as margens de lucro", comenta o representante da Martins Atacadista, Marco Antonio Tannus.

Ele ainda ressalta que a visão de negócios da Martins é que está retomando o crescimento. "Estamos projetando um crescimento de 11% para este ano. Temos uma pulverização muito grande e o crédito é um instrumento muito importante para nós. Estamos tentando estimular a compra por este pequeno varejo e, se o primeiro trimestre vai bem, pelo menos para nós, é sinal de que o ano será muito bom", comenta. Além disso, Tannus destaca que a Martins Atacadista tem buscado soluções alternativas junto à indústria para crescer, mantendo o formato tradicional. "Queremos ajudar esse pequeno varejo brasileiro. É um comércio ainda muito mal informado em termos de tecnologia e a Martins busca levar conhecimento para todos eles para que possam crescer e superar a crise", conclui.

Um encontro muito proveitoso. Importantes depoimentos para saber mais do mercado

T. Onaga, Grupo Nikkeybraz

grupo perlex

Saiba mais sobre
o Grupo Perlex

COMPRE PERLEX - DESDE 1962, PRESENTE NA SUA CASA!



NOVO CONCEITO

2648 - 20x10x2,00
branco / marfim

- Facilidade de inserção e retirada da tampa
- Maior espaço interno

. O ideal é que sobre em torno de 20% do espaço interno sem uso de cabos, para evitar que fiquem apertados ou esquentem no uso. Pensando nisto, desenvolvemos a nova 2648 com maior espaço interno

SEGURANÇA - PRATICIDADE - DECORAÇÃO

. Acomodação de fios e cabos para que não fiquem espalhados pelo ambiente evitando a exposição dos fios.
. Opções de fixação com parafusos ou adesivadas
Os modelos com dupla face permitem a instalação mais simples, dispensando o uso de ferramentas, acabando com os buracos nas paredes.
. Acabamento de alta qualidade que cabe em qualquer decoração
. Totalmente compatível com as melhores linhas de sistema x do mercado, inclusive todos os nossos produtos de sobrepor
. Resistente ao impacto e força de retenção conforme Norma EN-50085-1
. Para o acabamento perfeito, temos as derivações nas mesmas cores.
. Espaço distribuído conforme abaixo. As divisórias ajudam na organização dos fios e na redução de interferências em caso de cabos distinto, tais como fios elétricos e de rede de telefonia.

PVC
Alta qualidade
Antichama

Bitola mm2	Com divisória	Sem divisória
1,50mm2	4 fios de cada lado	9 fios
2,50mm2	3 fios de cada lado	7 fios
4,00mm2	2 fios de cada lado	4 fios
6,00mm2	1 fio de cada lado	2 fios



2647 - 20x10x2,00
branco / marfim

DERIVAÇÕES



Proporcionam perfeito acabamento para canaletas 2647 e 2648 - disponíveis em branco e marfim

A linha mais completa de materiais elétricos do Brasil!

Empresas do Grupo Perlex







um toque de MODERNIDADE

O clássico branco permanece imbatível quando são pias e cubas, mas os lançamentos do mercado mostram que estão antenados com as tendências e trazem cor e linhas contemporâneas

O segundo semestre promete um avanço para as empresas que têm pias e cubas como carro-chefe do seu portfólio. Ainda que 2016 não tenha sido o ano ideal, 2017 já mostra os sinais de recuperação e as empresas respondem com lançamentos que prometem fazer sucesso no varejo. Os clássicos ganham linhas modernas e os tons coloridos são a bola da vez. Confira nas próximas páginas os principais destaques do setor.


Produto
AJ Rorato

AJ RORATO

Na linha de banheiros, a AJ Rorato conta com o Kit Armário Firenze Amadeirado. Segundo o diretor comercial, Francisco Soares Rorato, a estrutura possui gabinete, frentes de gavetas, portas e frontão em MDP BP – 15 mm amadeirado com lâmina melamínica. "Os puxadores são em perfil de alumínio, conferindo ao produto sofisticação e facilidade de abertura e dobradiças com calço hidráulicas. A espelheira conta lâmpadas de Led Bivolt, que proporcionam iluminação uniforme no espelho bisotê, tornando o conjunto sofisticado e bonito", explica ele. Já a linha de cozinha dispõe do Armário Aconchego Beijing Laqueado, com caixa fabricada no estilo sanduíche, com estrutura feita em madeira de reflorestamento próprio, revestida em duratree. As portas e gavetas são em MDF laqueado, com pintura UV. Quanto ao treinamento para os lojistas, a marca oferece um caminhão show room com todos os produtos até as lojas para realizar treinamentos. Em relação à perspectiva do cenário econômico atual, Rorato se diz confiante. "Começamos 2017 com muita expectativa e fechamos o primeiro trimestre com crescimento. Enxergamos a economia estável, com retomada de crescimento robusto, somente em 2018", conclui.

ASTRA

A Astra oferece a cuba Quartzo Hialino, lançada recentemente, que reafirma a preocupação da empresa em produzir peças com design funcional com foco em praticidade, beleza e bem-estar. O item possui formato redondo, de sobrepor, é fabricado em vidro temperado translúcido com 12 mm de espessura e diâmetro de 35 cm. Tem como intuito compor ambientes que vão do clássico ao contemporâneo. O diretor comercial da Astra Joaquim Coelho explica que a exposição deve ser focada para atrair os profissionais de arquitetura e design de interiores e também o consumidor final, devido à necessidade de se ter itens com design atraente e resistentes mesmo em ambientes menores. "Os treinamentos são oferecidos de acordo com a necessidade apresentada pelos lojistas e realizados por profissionais da Astra. Já nossa perspectiva de mercado está em optar por somar esforços em ampliar a exposição nas lojas que já trabalham com alguns dos modelos de cubas, procurando por novos canais", conclui Coelho.

CELITE

Com design moderno e compacto, o Lavatório Eco da Celite possui bordas ultrafinas, linhas arredondadas, preço competitivo e integra-se a diferentes perfis de ambientação e espaço. Possui mesa com um furo para metais e inclui uma saboneteira na própria louça.

CENSI

A Censi tem como carro-chefe no segmento o tubo extensível para pias, lavatórios e tanques. O diretor-geral da marca, Leandro Censi, diz que os diferenciais principais são um material de qualidade que resiste às altas temperaturas, um sistema antiaderente que facilita a passagem de água e uma exclusiva bucha de redução que permite a instalação do tubo em pias, lavatórios e tanques com facilidade. "Por ser um tipo de produto que geralmente é exposto em gôndolas, na escolha do fornecedor, além de se levar em consideração todos os diferenciais de qualidade e praticidade, o lojista deve também se atentar ao fato de que nossos produtos são armazenados em embalagens que não só atraem a atenção do consumidor, mas que também contém todas as características e diferenciais do mesmo. Por isso, possuímos mais de 120 representantes espalhados por todos os cantos do país, altamente capacitados a fornecer treinamentos para pequenos ou grandes grupos de lojistas", explica ele. Acreditamos que, de uma forma geral, apesar das muitas surpresas diárias principalmente no âmbito político, a economia tende a retomar o crescimento e não deve ser diferente com o setor de materiais de construção. Paralelamente a todo este cenário, a Censi tem por costume olhar sempre para frente e não para os lados.


Produto
Celite

Produto
Astra

Produto
Censi

Conheça a nova linha de cubas da GhelPlus!

Dispomos de inúmeros modelos, profundidades, acabamentos, sistema de aplicação, enfim, muitos benefícios que irão fazer a diferença em sua loja.



PREMIUM

Profundidades de 150, 170 e 200mm | Acabamento em alto brilho | com PAD (Protetor antirruído)



PLUS

Profundidades de 140 e 170mm | Acabamento polido | com PAD (Protetor antirruído)



IDEAL

Profundidades de 110 e 140mm | sem polimento | sem PAD

GhelPlus ambientes com estilo

De Bacco Elegância nos Detalhes

DURANOX Produtos para durar

GhelPlus Paraná, iniciou suas atividades em julho de 1990.



GhelPlus Pernambuco, nova unidade inaugurada em 2015.



GhelPlus São Paulo, tem seu Centro de Distribuição instalado em Atibaia.



☎46 3547 8300 ghelplus.com.br f ghelplusinox ghelplusind



Produto Deca

DEBACCO

Fabricado em aço inox com 1,2 mm de espessura e acabamento escovado, o Canal Organizador Úmido Debacco foi desenvolvido para otimizar o espaço e tornar a cozinha ainda mais funcional. Indicado para instalação em bancadas de granito, mármores, compostos sintéticos, entre outros, a peça permite acomodar diferentes utensílios culinários junto a pia. Já o Canal Organizador Úmido foi feito pensando no aproveitamento do espaço da bancada e possui diversas opções de acessórios deslizantes e ajustáveis, como escorredor de pratos, porta-talheres, porta-copos e cachepôs para vasinhos, todos vendidos separadamente. De acordo com o gerente de marketing, Marcos Rogério Scalabrin, esses produtos têm um grande apelo visual, principalmente devido à versatilidade dos diversos acessórios deslizantes. "Orientamos e auxiliamos que o mesmo seja exposto junto ao uma cuba em um ambiente de cozinha, onde o cliente possa ver sua funcionalidade", recomenda.
Os produtos Debacco são encontrados em butiques e a marca, segundo Scalabrin, cada vez mais conquista espaço junto ao seu público-alvo. "Estamos otimistas com o segundo semestre, quando pretendemos aumentar nossas vendas, principalmente depois de participarmos de uma importante feira nesse segmento", conta ele.

DECA

"A Deca se preocupa em encantar os consumidores, trazendo acabamentos e produtos que permitem brincar com os sentidos e fugir do lugar-comum, possibilitando compor espaços criativos e irreverentes e que ofereçam novas experiências para o consumidor no banheiro. Hoje existem diferentes demandas para cada tipo de usuário. Alguns estão preocupados mais com o design, outros com funcionalidade e os que buscam praticidade e limpeza. Direcionamos nossas estratégias de lançamento para atender estes diferentes perfis de consumidores", afirma o gerente de marketing da marca, Theo Dutra Vieira. A Deca lançou uma coleção assinada pelo designer Jader Almeida, de criação da cuba e torneira. Vieira explica que a Cuba Branca L.300 se destaca pelo visual leve, com as laterais planas que servem para acomodar frascos ou toalhas, e convergem para o centro onde escoa a água de maneira suave. Já a torneira explora o arquétipo do caminho da água até uma bica, na qual o fluxo é manipulado intuitivamente por uma alavanca. "Juntas, cuba e torneira formam um conjunto atemporal e que equilibra esses elementos na representação máxima do que é simples e elegante. Ambas continuam no portfólio da coleção e estarão disponíveis para venda a partir do primeiro semestre deste ano", conta ele.

DURANOX

A Duranox lançou a Pia Ideal 1200 com Cuba N4 e a Pia Premium 1200 com Cuba N3, que possuem design diferenciado e proporcionam mais sofisticação e praticidade para qualquer cozinha. "Com diferenciais competitivos que conquistam cada vez mais clientes no Brasil e no exterior, a Duranox participou pela primeira vez desse importante evento que é a Feicon Batimat com o objetivo de tornar a marca cada vez mais forte. E durante os dias da feira estreitamos relacionamento com nossos clientes atuais e também prospectamos novas relações comerciais", afirma o diretor comercial Adelmar Kunh. A Pia Ideal 1200 com Cuba N4 possui borda frontal quadrada e película protetora para manter o brilho, além disso, possui forração em MDP e espelho traseiro em MDF ou espelho traseiro concretado, de acordo com a demanda de cada mercado.
Já a Pia Premium 1200 com Cuba N3 é fabricada em aço inox, na medida de 1.200 x 545 mm, com cuba retangular de 400 x 340 mm e 140 mm de profundidade. Com borda frontal quadrada, ainda possui película protetora para manter o brilho e furo para válvula de 3.1/2 polegadas.



Marcos Rogério Scalabrin, gerente de marketing da Debacco

RADIAL



RADIAL 41 anos

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

forusi
metais sanitários

torneira ACQUA sensor

Se uma contribui para o meio ambiente, a outra, também!

A natureza depende de pequenos gestos!

FORUSI 40 anos desde 1975

linha completa em www.forusi.com.br



Ao aproximar as mãos, o fluxo de água é acionado por meio de sensores.



Botão que regula o fluxo de água

Com nossas mãos podemos fazer do mundo um lugar melhor. Um gesto que beneficia todos, desde quem compra até quem usa.

monocomando ACQUA



Produto
Duranox

Produto
Eternit

ETERNIT

A Eternit dispõe da cuba Bella Palla, que tem seu design na cor branca, modelo apoio oval e com dez anos de garantia. Segundo o gerente de marketing e administrativo de vendas, Gabriel Pontes, as peças deverão ser aplicadas em bancadas nos expositores padrões e exposições personalizadas dos clientes. Além disso, a empresa oferece treinamento ao lojista. "O treinamento é feito por meio de capacitação das equipes de trade que ficam nas lojas atendendo ao público e demonstrando os benefícios de nossas louças. Além disso, a Eternit ainda pratica o treinamento 'Jornadas', que é uma aula dada aos funcionários das lojas, em que um dos nossos técnicos vai até o local para demonstrações e bate-papo com essas equipes", diz Pontes.O gerente afirma ainda que as perspectivas são bem otimistas para 2017. "Estamos em trajetória de crescimento desde o primeiro trimestre e acreditamos que faremos um excelente ano", diz.

FRANKE

A Franke lançou os modelos de Cubas Bell 61 e 81. São cubas de sobrepor com ladrão oculto que possuem o prático sistema fast fixing que garante uma instalação de forma rápida e fácil.Os novos modelos também vêm acompanhados por acessórios: um cesto aramado inox, um cesto escorredor branco e uma tábua de madeira, que facilitam o preparo da alimentação no dia a dia.

GAAM

A Gaam tem como destaque a cuba de louça de apoio, uma peça que, segundo a representante de marketing da Gaam, Larissa C. W. da Silva, oferece ótima qualidade e excelente custo-benefício. A Gaam dispõe ainda de opções de cubas em conjuntos com tampos em pedra natural, granito ou mármore. A Gaam oferece treinamento de vendedores e é uma prática muito utilizada pela empresa. Em relação às perspectivas de vendas no país, Larissa afirma ser sempre muito difícil fazer previsões, mesmo que sejam para poucos meses, entretanto, desde o início do ano, a Gaam sente um movimento diferente no mercado, as feiras do setor foram um sucesso e eles estão mais otimistas para os meses que virão.

GHELPLUS

O principal produto no segmento da GhelPlus é a Pia Bali 1200 x 530 mm com furo para torneira somente do lado direito. Essa pia utiliza cuba N5 (360 × 335 m) com profundidade 110 mm e furação da válvula 3.1/2" deslocada, oferecendo mais espaço interno na cuba. A pia possui película protetora, que protege e garante que o produto chegue com mais brilho. De acordo com o diretor-presidente da GhelPlus, Pedro Rodrigues da Silva, as pias precisam ser expostas sempre no modo horizontal e em uma altura de cozinha. "Para que o cliente possa remeter-se a sua casa e imaginar esse produto sendo utilizado nas tarefas diárias, é fundamental fazer dessa maneira", conta.A empresa ainda dispõe de equipe especializada em PDV, que, além de auxiliar na exposição do produto, faz treinamento com os lojistas e vendedores.Quanto às expectativas, Silva diz estar otimista com 2017. "Estamos confiantes com o segundo semestre, pois mesmo de forma ainda tímida o mercado está dando sinal de retomada e os nossos clientes/lojistas estão começando a colocar pedido junto à fábrica", ressalta.

INCEPA

A nova geração de cubas amplas Platinum com a matéria-prima Titanium do Grupo Roca, da qual a Incepa faz parte, permite fabricar produtos com bordas ultrafinas, além de opção em cores para fugir do padrão branco. Estão disponíveis nas versões amarelo Imperial Saffron, redonda e com 390 mm de diâmetro; vermelha, quadrada, com 350 × 350 mm; preto e branco, redonda, com 350 mm; e amarela e quadrada, na medida 380 × 380 mm. Na linha de louças Neo, a novidade é o sistema Rimless, para bacias sanitárias. Com design clean e bacia carenada desenvolvida pelo Grupo Roca, o desenho interno permite que a água flua por toda a estrutura, permitindo menos respingos e mais eficiência. A linha Suíte conta com cuba de apoio, lavatório com coluna suspensa, bacia com caixa e bacia convencional e foi desenhada pelo estúdio italiano Antonio Bullo. Outro destaque é a linha Boss, uma coleção completa de louças sanitárias, com cubas de apoio e semiencaixe, lavatório, coluna suspensa, bacia com caixa e



Produto
Frankie

QUEM COMPARA QUALIDADE
SEMPRE PEDE LAMESA



INMETRO TÜVRheinland OCP 0004 QUALIFIO

MAIS SEGURANÇA
E TRANQUILIDADE
PARA SUA OBRA

LAMESA
FIOS E CABOS ELÉTRICOS

Tel.: (19) 3623 1518 • Fax: (19) 3623 4255 • vendas@lamesa.com.br • lamesa.com.br


Produto Gaam

bacia convencional, assento Softclose. A linha Art apresenta bacia sanitária compacta, com sistema Ecoflush®, lavatório com coluna na versão convencional e suspensa, moderno e indicado para residência com até quatro moradores.

ICASA

"Dentre a coleção de cubas de apoio da Icasa, destacamos a ICA8 – Cuba de Apoio Retangular 41 × 31 cm. Seu design permite uma sintonia perfeita com diversos tipos de bancadas e, devido ao seu tamanho, agradou muito aos consumidores, tanto que é um dos modelos mais vendidos da empresa, por isso a importância em destacá-la agora, nesta matéria", conta o analista de comunicação da Icasa, Fábio Bergamasco Ferlin. A cor branca é, reconhecidamente, a mais comercializada, mas a empresa disponibiliza outras cinco cores. A vantagem deste produto, segundo Ferlin, é dar ao consumidor a liberdade de escolha do metal, seja este de bica alta ou de parede e se a ligação hidráulica será atrás ou na lateral da peça. O expositor pode ser fornecido pelo fabricante, cujo padrão é único para todas as lojas, ou ser de propriedade do ponto de venda, conforme o layout da loja. A Icasa oferece treinamento para as equipes das lojas, onde um profissional qualificado mostra como é fabricado o produto. Em relação às perspectivas, a Icasa se diz otimista. "O segundo semestre sempre mostrou melhora nos resultados no segmento de louça sanitária. Devido a esse otimismo, a empresa está desenvolvendo novos modelos de cubas de apoio para lançamento ainda em 2017 e continua com seus investimentos em tecnologia para elevar a produtividade, com enfoque na redução dos esforços físicos e qualidade de vida de seus colaboradores", afirma Ferlin.

LORENZETTI

Presente no mercado de louças sanitárias desde 2015, a Lorenzetti ampliou a gama de cubas de apoio. Os novos modelos estão disponíveis nos formatos oval, oval com mesa e retangular com mesa, todos concebidos com design funcional. O interior das cubas é fluido, sem cantos retos, característica que evita respingos e o acúmulo de sujeira, facilitando a limpeza, pois a água flui naturalmente ao centro. A cuba oval apresenta design composto por um leve detalhe assimétrico em relevo, que contorna a peça. A versão oval com mesa possui divisão da área seca por linhas curvas e tampa de acabamento para válvula em louça, que a oculta, resultando em um design mais minimalista.
O modelo retangular, por sua vez, tem linhas de contorno onduladas. A parte frontal é arqueada e o interior fluido forma rampas na lateral da área molhada. "A aposta da Lorenzetti é no design funcional, que é a união entre o que se vê e o que se sente no dia a dia. Como resultado, ampliamos a linha de cubas de apoio com peças de alto padrão em formatos diferentes, atendendo a todas as necessidades dos consumidores", conclui o gerente de marketing da Lorenzetti, Alexandre Tambasco.

ROCA

A Roca criou uma nova geração de cubas. As cubas Inspira são 30-40% mais leves e, portanto, necessitam de menos materiais na composição. Como resultado, a redução no consumo de energia na produção e transporte é notável, um compromisso que a empresa tem com o meio ambiente. No quesito durabilidade, as cubas são 30% mais resistentes que os modelos convencionais. Essa vantagem oferece também maior precisão no design, com bordas ultrafinas e detalhes sofisticados na concepção de formas que anteriormente eram impossíveis de serem criadas. A matéria-prima branca proporciona acabamento em cantos e arestas, inibindo a possibilidade de descoloração do esmalte. Produzida com 100% de cerâmica, oferece higiene absoluta, resistência a produtos de limpeza abrasivos e é totalmente reciclável. O supervisor de produtos Bruno Eduardo da Silva diz que as cubas devem ser apresentadas em expositores de apoio do Grupo Roca, posicionados nas áreas de destinadas às louças sanitárias. Ao mesmo tempo, a equipe de trade desenvolve treinamentos específicos para cada perfil de produto e marca, em todo o Brasil, voltado para lojistas e vendedores. Em relação às perspectivas para o segundo


Produto Ghelplus

Produto Icasa

Produto Incepa

GAMMA
FERRAMENTAS

Nosso agradecimento a todos que nos visitaram!

FEICON BATIMAT
23º SALÃO INTERNACIONAL DA CONSTRUÇÃO E ARQUITETURA



www.gammaferramentas.com.br | 0800 979 0199

GammaFerramentas

MOTOMIL®

SEGURANÇA PARA VOCÊ E SUA OBRA!



- Pintura eletrostática
- Chave de proteção
- Volante em termoplástico
- Cremalheira segmentadas
- Tambor estampado, sem soldas

CAMPEÕES DE VENDAS

Produtos disponíveis nas melhores lojas do ramo!



GMEG® MOTOMIL® Eletroplas® Garthen®

Conheça todos os nossos produtos em:

www.gmeg.com.br

FONE/FAX: (47) 2103-4150

semestre, o grupo prevê retomada nas vendas. "Teremos a inclusão de novos produtos em nosso portfólio, em todas as marcas do grupo, com destaque para novas tecnologias que serão trazidas para o mercado brasileiro", conclui.

METALOSA

A Metalosa produz e comercializa cubas e aço inox para cozinha, banheiro e área de serviço. Fabricados em aço inox AISI 304 ou AISI 430, ambos com alta resistência a corrosão, são ideais para aplicação em cozinhas, banheiros e áreas de serviço. Os produtos devem ser apresentados em expositores fornecidos pelo fabricante. A empresa disponibiliza toda a orientação para a perfeita conservação do produto desde o armazenamento até a utilização do mesmo. Por fim, a empresa espera um aquecimento lento e gradual do mercado da construção civil para o segundo semestre.

MIMEX

A Mimex tem como destaque os gabinetes de vidro, uma peça que, segundo ela, proporciona a solução completa para o consumidor com um custo viável para a reforma ou construção do banheiro, além de ser de vidro temperado com opção de 16 cores. Os produtos devem ser montados no interior da loja, de preferência em um paredão ou em expositores individuais. A empresa também oferece acompanhamento constante dos representantes junto aos lojistas, pois eles estão preparados para sanar qualquer dúvida sobre o produto. A marca ainda tem como expectativa obter grandes resultados, por se tratar de um produto de grande aceitação de mercado, com valor acessível, se comparado com banheiros tradicionais, uma vez que oferecem, segundo os representantes da Mimex, uma peça completa, proporcionando a condição do consumidor ter uma peça exclusiva e de alto padrão.



Produto Mimex

Produto Tramontina

Produto Metalosa

Produto Roca



Produto Lorenzetti

SANTA CLARA

Dentre os produtos produzidos pela Santa Clara, destacam-se as pias (lavatórios) com ou sem coluna (pedestal) e também cubas de sobrepor (apoio) e cubas de embutir, compondo a mobília para o banheiro ou lavabo. A cuba de apoio (sobrepor) Miami foi desenvolvida para atender diversos tipos de ambientes, tanto interno como externo. Segundo o gerente nacional de vendas, Humberto Lusvarghi, por se tratar de um produto com maior robustez, oferece ao consumidor confiança e segurança sem perder a elegância e o glamour. "O produto oferece também diversas opções de cores com um alto padrão de qualidade atendendo as mais variadas exigências, e com tudo isso conseguimos levar aos consumidores o menor custo-benefício do mercado", afirma. A marca dispõe ainda de expositores padronizados e orienta aos representantes sempre expor as louças no show room das lojas dos clientes. Além disso, os representantes são orientados a estarem sempre cuidando da manutenção dos produtos expostos. Eles também oferecem treinamento com o pessoal da venda direta e se sentem otimistas com o povo brasileiro. "O Brasil é um país enorme e acreditamos muito na força do nosso povo. Nossas expectativas são as melhores e mais otimistas possíveis", reitera.

TRAMONTINA

O design delicado define a cuba de sobrepor Redonda 38 FX da Tramontina. Complemento para quem gosta de inovar na cozinha, o modelo é feito de aço inox AISI 304 e acabamento acetinado. Para aliar funcionalidade ao design, a cuba vem com acessórios que tornam o seu uso mais prático. Dosador de sabão, cesta redonda em arame cromado, misturador em aço inox Arko e válvula de escape complementam a bancada.





SINAL VERDE

Os fabricantes de instrumentos de medição estão apostando no laser verde, que é quatro vezes mais visível do que a versão vermelha, que facilita o trabalho mesmo em ambientes muito iluminados. Mas existem outros modelos, dos mais simples aos sofisticados, que podem gerar bom lucro para os revendedores

BOSCH

A Bosch lançou sua nova linha de nível a laser em três versões: o GCL 2-15 G, GLL 2-10 e GCL 2-15, com mais vantagens para os usuários e benefícios como trava de pêndulo e pontos de prumo.

São ferramentas que chegam para ampliar o portfólio da Bosch e que foram desenvolvidas para proporcionarem praticidade e melhor desempenho na realização de diversos serviços que exigem precisão e qualidade. Todas as versões são autonivelantes e contam com linha vertical para instalações no teto, entrada para tripé e proteção contra pó e respingo de água.

O nível laser GCL 2-15 G é o primeiro da categoria no Brasil com laser verde, que é quatro vezes mais visível do que o laser vermelho, fator este que facilita o trabalho mesmo em ambientes muito iluminados. Este produto tem alcance de 15 metros nas linhas e de 10 metros no prumo, tanto para cima como para baixo, dois pontos de prumo, clipe de fixação com ajuste fino e base magnética.

Já a versão GCL 2-15 possui alcance de 15 metros nas linhas e de 10 metros no prumo, tanto para cima como para baixo. A ferramenta se destaca ainda por contar com dois pontos de prumo, que são fundamentais para fazer transferências e alinhamentos do chão para o teto. Além disso, também tem clipe de fixação com ajuste fino e base magnética que auxiliam a deslizar, fixar e girar o equipamento conforme a necessidade de cada tarefa, mantendo o prumo na mesma referência durante a rotação do nível.

Outra vantagem que a Bosch oferece com este lançamento é o acesso ao produto que, mesmo com diversos diferenciais em relação à versão anterior, tem menor custo de investimento.

Com alcance de 10 metros, o modelo GLL 2-10 se diferencia no mercado por ter recursos de linhas cruzadas de nível, de prumo e esquadro e por ser uma opção com custo-benefício atrativo para o usuário, especialmente para aqueles que estão fazendo a transição de aplicações manuais, com a mangueira de nível, para os equipamentos com tecnologia a laser.

CORTAG

A Cortag oferece o nível a laser pendular – NLGT 02VH, que tem alcance aproximado de 15 m dependendo das condições de luminosidade do ambiente, faixa de autonivelamento de ± 3°, duas linhas de laser, sistema de autonivelamento com sinal sonoro e linha pulsante quando fora de nível.

A companhia também dispõe de medidores de distância a laser – MDC 40 e 60.

Ambos contêm display de iluminação LED, calculador de área e volume, medição indireta e função trena eletrônica.

"Os instrumentos de medição a laser Cortag se destacam no ponto de venda inicialmente por sua embalagem renovada, permitindo que as características e os benefícios dos produtos estejam destacados na mesma. Além disso, o revendedor pode utilizar de recursos para a maior exposição dos produtos como vídeos demonstrativos, treinamentos para equipe de vendas ou consumidores e catálogos", afirma o diretor comercial Neivaldo Rossetto.

Rossetto destaca também que as demonstrações dos produtos são fundamentais, pois, assim, o consumidor pode tirar dúvidas de funcionamento, realizar testes práticos e confirmar todas as expectativas em relação ao equipamento.

A Cortag também oferece treinamentos para os lojistas, desde que agendados previamente, e acredita ter uma pequena melhora no primeiro trimestre deste ano, apesar dos últimos acontecimentos políticos.

IRWIN

A Irwin disponibiliza uma linha de trenas profissionais para medições. São três modelos (3 m, 5 m e 8 m). O diferencial da linha de trenas é o amplo portfólio para atender as mais diversas profissões do mercado.

O destaque das trenas fica por conta de suas resistências. Também possuem dupla proteção de nylon na fita, garantindo uma vida útil mais longa. Têm como características um botão com trava e freio, gancho magnético, marcação mais resistente e frente e verso na fita. Segundo o gerente de produto da marca, Tiago Ribeiro, em função do pouco espaço nas lojas, em função da quantidade de marcas que revendem os produtos, a Irwin investe na comunicação com os usuários através de suas embalagens.



Tiago Ribeiro, gerente de produto da Irwin

ACQUABIOS®
filtros e purificadores



A linha PREMIUM EXCLUSIVE vai te surpreender com design e acabamento exclusivo.

O LUXO QUE FALTAVA PARA SUA COZINHA.

EMPRESA CERTIFICADA ISO ACQUABIOS

SAC: (54) 3213.2201 | sac@acquabios.com.br | **www.filtrosacquabios.com.br**

Além disso, a empresa disponibiliza um departamento de trade marketing exclusivo para o desenvolvimento dos revendedores. “De todas as ações desenvolvidas, como material POP, displays para exposição dos produtos, campanhas de incentivo, o treinamento é o principal pilar para a sustentação das vendas. O investimento no conhecimento da força de vendas faz com que os principais diferenciais dos produtos sejam levados aos usuários e, mais importante do que isso, como o uso da ferramenta correta auxilia na performance no dia a dia”, conta ele.

Para o segundo semestre, a Irwin espera uma retomada nos negócios, uma vez que, segundo Ribeiro, a economia dá sinais de recuperação. “Ao que parece, teremos uma grande oportunidade de reabastecer nossos clientes com produtos de qualidade, que se diferenciam frente aos oferecidos pelos os concorrentes”, explica.

JAPI

O destaque da linha de trenas da Japi é a trena TR5, com seu estojo anatômico em ABS com borracha termoplástica, fita em aço com pintura fosca antirreflexo e duplo sistema de trava. Em breve, a linha de trenas terá ainda dois novos modelos com 7,5 metros e 10 metros.

De acordo com o gestor de desenvolvimento de mercado, Gabriel Bosso, o produto se destaca pela identidade visual adotada, cores fortes e vibrantes fixando a comunicação da marca.

“Possuímos expositores para toda linha de ferramentas (inclusive de medição), onde os produtos ficam bem apresentados e facilitam a venda. Temos também uma equipe comercial que sempre está à disposição para qualquer necessidade de treinamentos e auxilio de lojistas”, reitera.

Quanto ao que esperar do segundo semestre em termos de vendas, Bosso se diz esperançoso. “Nossa empresa sempre trabalha com otimismo, mesmo com o país se recuperando de uma crise, enxergamos nessa situação grandes oportunidades de crescimento de vendas, além de estabelecer vínculos mais próximos e laços mais estreitos com nossos representantes, clientes e colaboradores”.

STANLEY BLACK & DECKER

A Stanley Black & Decker lançou novos produtos da linha laser, atuando fortemente com medidores e niveladores, a fim de atender um mercado cada vez mais exigente. Para os medidores, há versões com trenas laser de 15 (TLM50) e 30 metros (TLM100), que têm como objetivo precisão e rapidez nas aferições, pois o equipamento possui diversas funções acionadas com apenas um botão. As trenas possuem medição contínua, visor com fundo negro e números em LED Branca, desligamento automático mais rápido e precisão nas medidas com tolerância de 3 mm, para mais ou menos.

Já na linha de nivelação laser, encontra-se o autonivelador laser Dewalt de 15 metros (DW088K). Também existem outras soluções para o profissional, como o autonivelador laser cubix™ de 12 metros da Stanley (STHT77340) e o autonivelador laser de linhas cross90™ 15 metros Stanley (STHT77341).

Entre as características, é possível citar o alcance interno de até 15 metros, corpo com revestimento emborrachado, painel de controle com dois botões,

um ponto de cruzamento de linha e uma base magnética para fixação em estruturas metálicas.

De acordo com o supervisor de ferramentas manuais da Stanley Black & Decker, Tiago Fernandes Oliveira, o mercado está indicando sinais de melhora, com uma leve tendência para crescimento, se comparado ao cenário de 2016.

“Este fato nos motiva ainda mais para continuar ampliando o sortimento de produtos e aumentando a participação em nosso mercado. Quanto aos nossos investimentos, ressaltamos que todos os esforços estão sendo destinados ao engajamento do consumidor final, pois acreditamos que fortalecendo nossas marcas frente ao público que realmente utilizará nossas soluções, conseguiremos ser cada vez mais assertivos e próximos de suas necessidades”, explica.





ALUBAR
COPPERTEC

A energia do Brasil até você.

Cabos Tecnotox

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

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

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

Sistema de Gestão Ambiental ISO 14001:2004 Certificado nº 43259

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



Produtos Cortag



Produto Japi



Produtos Vonder

STARRETT

A Starrett, fabricantes de serras, ferramentas e instrumentos de medição, promoveu durante a Feicon Batimat, o 1º Encontro Starrett de Influenciadores Digitais. No estande da empresa era possível interagir com os youtubers dos canais Empoeirados, Oficina de Casa, Mundo da Elétrica e Pedaleria, além de participar de demonstrações de corte, atividades que movimentaram o espaço.

Segundo o gerente de Marketing da Starrett, Márcio Santos, a ideia era reunir os quatro canais patrocinados pela Starrett e que são os de maior audiência nos segmentos de elétrica, "faça você mesmo" e ciclismo e gerar interação entre eles, os colaboradores da Starrett e o público em geral. "Acreditamos que foi uma ótima oportunidade de captar feedbacks do público, levantar assuntos a serem discutidos, captar críticas construtivas e sugestões", destaca.

Os convidados receberam também uma missão: desbravar durante uma semana o lançamento da Starrett na Feicon, o medidor a laser LMS30. "Eles têm uma semana para conhecer o produto e depois vão fazer o treinamento padrão na fábrica, em Itu (SP). A ideia é que tragam suas impressões e aplicações, com um novo olhar sobre a utilização do produto, além das designadas pela indústria", explica Santos.

Com características específicas, o medidor a laser não faz apenas medição simples. Possui medição de área, volume, faz medição contínua e pode ser configurado em metros, polegadas e pés, além de ter proteção IP54 contra pó e poeira. O gerente de produto Antônio D'Angelo explica que é ideal para o planejamento da obra orçamentos de pintura, revestimento e instalações em geral. "É um produto compacto e de fácil manuseio, opera todas as suas funções em apenas dois botões e também soma e subtrai das medidas. O usuário pode medir por partes e somar ou subtrair para chegar à medida final combinada", finaliza D'Angelo.

VONDER

Os instrumentos de medição são fundamentais e, em muitos casos, indispensáveis para as mais diversas atividades profissionais que exigem um trabalho de precisão, auxiliando em pontos fundamentais no resultado de um trabalho, no que diz respeito a tamanho, forma ou localização precisa de algum componente.

A Vonder conta com produtos que vão desde as tradicionais trenas curtas e longas, escalas e níveis até os modernos medidores de distância a laser, termômetro infravermelho, multímetros, alicates amperímetros, entre muitos outros.

Diante desse mercado promissor e altamente em expansão, a Vonder apresenta o medidor de distância a laser VD 30 VONDER, que facilita as medições em ambientes internos, oferecendo máxima precisão. Ele reúne diversas funções num único equipamento, pois realiza medições de distância, contínua (trena eletrônica), área, adição e subtração.

Estas medições podem ser realizadas através da parte frontal ou traseira do equipamento, facilitando o uso. Dentre os seus diferenciais estão sinal sonoro, indicador de nível de carga das pilhas, além de visor com iluminação que facilita o uso em locais com menor incidência de luminosidade.

É leve e compacto, e facilita a portabilidade e o manuseio. Acompanha ainda prática bolsa em lona que protege o aparelho e aumenta sua vida útil, dispensa as inúmeras aferições que antes levariam horas e pessoas com trenas para levantar áreas que precisariam ser somadas.

O medidor também faz cálculos que demandariam certo esforço de profissionais e é uma nova ferramenta de trabalho na construção civil, marcenaria e diversas atividades que precisam de exatidão de medidas para cálculos simples e complexos de área.

Fechaduras digitais Intelbras

Vantagens que são como música para seus ouvidos



Imagens ilustrativas.

A FR 320 dá ao morador o controle total de quem entra em casa, com funções que aumentam a segurança e um design que surpreende.



Para quem esquece de trancar a porta: a fechadura tem sensor de travamento automático.



Esquecer as chaves, nunca mais: acesso por senha ou chaveiro de proximidade.



Mais segurança: tem alarme sonoro antiarrombamento.

FECHADURA DE EMBUTIR

4x ***

CADASTRE ATÉ 4 SENHAS

ATÉ 30 CHAVEIROS

***

FUNÇÃO SENHA PROTEGIDA

Conheça também o modelo FR 200.

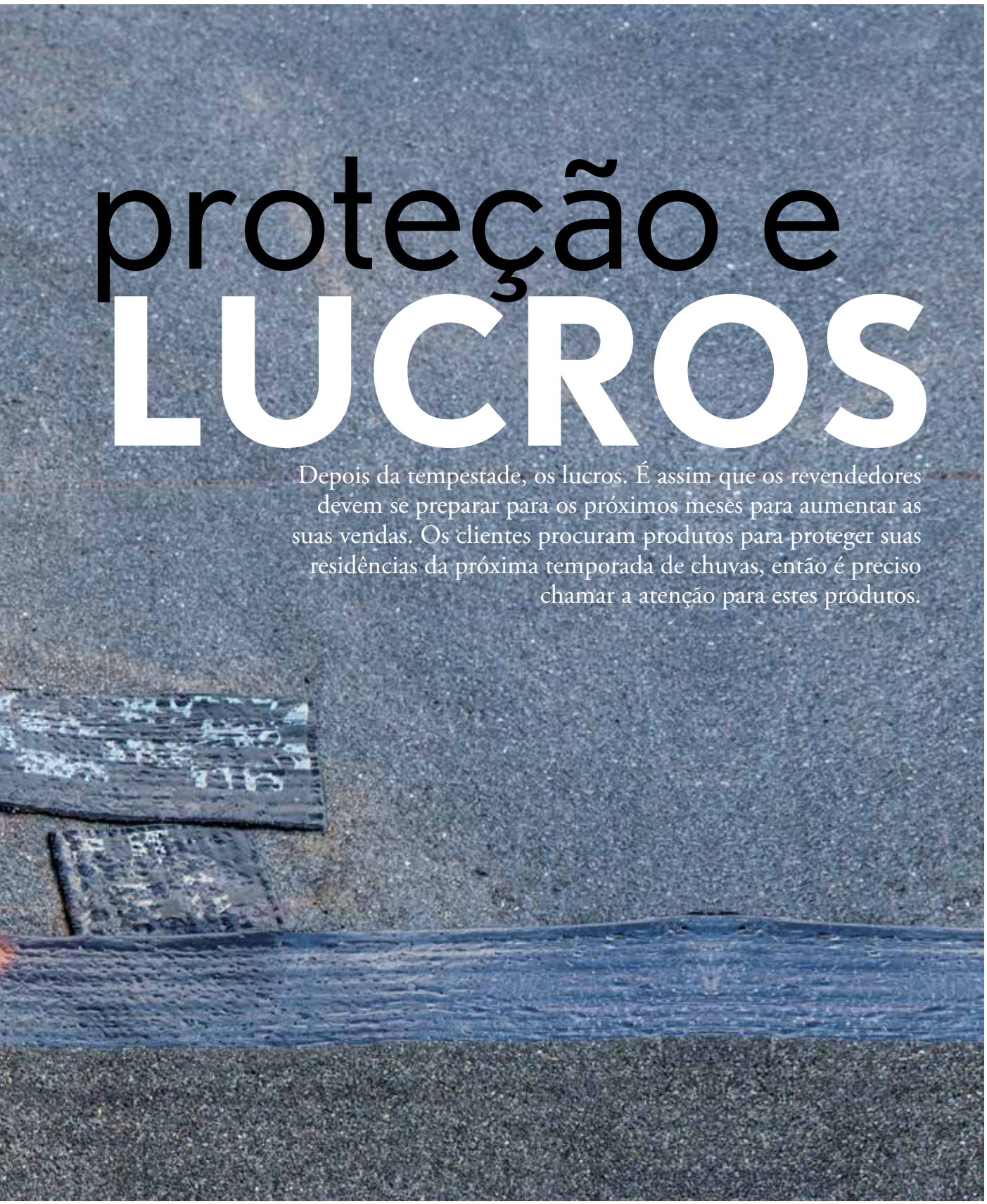
Confira condições comerciais:

comercial.consumo@intelbras.com.br | 48 2106 0006 | intelbras.com.br

Siga a Intelbras nas redes sociais:

intelbras
Sempre próxima





proteção e LUCROS

Depois da tempestade, os lucros. É assim que os revendedores devem se preparar para os próximos meses para aumentar as suas vendas. Os clientes procuram produtos para proteger suas residências da próxima temporada de chuvas, então é preciso chamar a atenção para estes produtos.

NÃO ACEITE CÓPIAS.
USE JUNTA FINE, O ORIGINAL.



Junta Fine é um produto premiado que está há anos no mercado com resultados comprovados. Não contém areia, por isto é excelente para juntas de 1 a 3 mm em porcelanatos, pisos retificados, mármores e granitos. Garante um acabamento mais liso e cores mais duráveis. Confie no produto certo para a sua obra. Use Junta Fine, o original.

PASTILHAS INOX, PORCELANA E VIDRO

INTERNO/EXTERNO

PISOS E PAREDES

CERAMFIX®
ARGAMASSAS E REJUNTES
ESPECIALISTA NO QUE FAZ

www.ceramfix.com.br | 0800 7045049



Demetrius Guimarães, gerente de vendas da Mexichem Brasil

BIDIM

O Bidim funciona como o estruturante de mantas asfálticas. Ele é que dá a resistência ao material. Segundo o gerente de vendas da Mexichem Brasil para a marca, Demetrius Guimarães, existem produtos Bidim para todos os tipos de mantas asfálticas. "As mantas Bidim são fabricadas sob rigorosos padrões internacionais e certificadas com a ISO 9001. Feitas com materiais altamente resistentes a elementos químicos e biológicos presentes, as mantas são voltadas a obras prediais, possuindo mais de 50 anos de vida útil", comenta. Guimarães afirma que a exposição deve ser feita de forma que o cliente veja o produto e suas características, e que, por ora, não é possível fazer previsões sobre os rumos da economia ou mesmo traçar perspectivas de vendas.

"Apesar de tudo, já podemos perceber alguns avanços no mercado atual. Por exemplo, as recentes reduções da taxa de juros, a aprovação da PEC dos gastos, a aprovação da MP das concessões e os leilões de infraestrutura foram algumas movimentações importantes de que a economia retomará em breve o ritmo que todos desejamos", conclui.

DENVER IMPER

Os destaques da Denver são os produtos Impermanta Laje e Impermanta Telhado. Ambas são mantas impermeabilizantes à base de asfalto modificado com polímeros e reforçadas com estruturante de poliéster. Segundo o gerente técnico e de marketing, Flávio de Camargo, o diferencial nesta categoria de mantas é que a Denver Imper hoje para o mercado de revenda/varejo só trabalha com mantas de poliéster que tem a maior performance, ou seja, resiste mais ao rasgamento e movimentação, podendo ser utilizada sem medo nas lajes a serem protegidas com a impermeabilização. "Nossas mantas asfálticas devem ser estocadas em pé, recomendamos que sejam apoiadas em pallets ou bases para que não marquem o chão da loja. Para clientes específicos, temos desenvolvido um display especial, que identifica o produto, fixa para que não caia e tem espaço para expor o nosso primer que é essencial na aplicação do produto", conta ele. Camargo ressalta ainda que um diferencial da empresa hoje é sua atuação com treinamentos e palestras no ponto de venda. "Entendemos que a informação é fundamental para uma venda de qualidade. Contamos com uma equipe de trade marketing com mais de dez promotores de treinamento e atendimento espalhados por todo o país que, juntamente com nossa equipe comercial, tem feito um trabalho constante de treinamentos e oficinas de aplicação dos produtos", diz.

Somente em 2016 foram mais 2.500 lojistas, profissionais e clientes treinados pela Denver Imper, e em 2017 a empresa tem como objetivo dobrar o número de pessoas treinadas. E apesar da crise econômica que o país está passando, a Denver tem apresentado crescimento no mercado de revenda de materiais de construção neste primeiro trimestre. "Como as expectativas para o final do ano tem se mostrado melhores, estamos bastante esperançosos em dobrar os volumes comercializados para este mercado para 2017. Sabemos que é uma meta bastante ambiciosa, por isso nossa equipe comercial e de marketing tem trabalhado duro para abrir novos pontos de venda e mostrar ao cliente que podemos fazer a diferença", conclui.

DRYKO

A Dryko possui uma linha de produtos para impermeabilização, com destaque para suas mantas asfálticas. De acordo com o gerente nacional de vendas do mercado varejo, Fernando Butrico, elas se destacam tanto pela qualidade do produto quanto ao seu custo competitivo. "As fitas asfálticas autoadesivas são os produtos que mais vem ganhando



LANÇAMENTO
FEICON BATIMAT
33º SALÃO INTERNACIONAL DA CONSTRUÇÃO E ARQUITETURA



MASTER FLUX PRO.
TECNOLOGIA QUE GERA NOVAS POSSIBILIDADES.

Desenvolvido dentro dos mais altos padrões de tecnologia e qualidade, o novo mecanismo de entrada Master Flux Pro possui design compacto e alto índice de desempenho, além de permitir a manutenção sem desmontar a caixa acoplada.

SUPER COMPACTO
Design compacto que facilita manutenção

PORCA RÁPIDA
Exclusiva porca com engate rápido, fixa sem ferramentas

FÁCIL DE INSTALAR
Não precisa desmontar a caixa acoplada

ULTRA SILENCIOSO
Emite apenas 13 dB, menos que uma conversa normal

Conheça nossa linha completa:
www.censi.com.br

censisistemas

Rua Bahia, 4253 - Salto Weissbach
CEP 89032-000 - Blumenau - SC
+55 47 3331-0500 - vendas@censi.com.br

CENSI
Sistemas hidrossanitários

penetração no mercado. Seus diferenciais mais uma vez são a qualidade do produto e seu preço. Nossas fitas são apresentadas em sete medidas padrão e duas cores, alumínio e terracota. Elas possuem características físicas únicas, tais como excelente aderência aos substratos e alta resistência às intempéries", afirma. Butrico ressalta que os produtos devem ser expostos nas pontas de gôndola com displays específicos quando for o caso. "Materiais de apoio como folhetos explicativos e banners devem sempre estar á disposição do consumidor. Além disso, oferecemos treinamento para os lojistas sempre que solicitado. Temos um departamento técnico apto a atender todas as solicitações de treinamento feitas pelos clientes em todo o Brasil", explica. Em relação ao mercado, o gerente diz estar otimista. "Acreditamos que a economia se aqueça a partir do segundo trimestre do ano. No entanto, acreditamos que esse 'aquecimento' seja lento e gradual", conclui.

TEXSA

O produto de destaque da Texsa é o Plastipegante, um adesivo para mantas asfálticas. Para a gerente de marketing e vendas Fanny Sbracci, o produto apresenta uma forma inovadora e absolutamente segura de aplicar a manta asfáltica a frio, já estando pronto para ser aplicado. "Ele pode ser aplicado com desempenadeira dentada ou mesmo rodo. Isso possibilita a completa aderência da manta, com segurança, agilidade e rapidez, permitindo que a manta asfáltica possa ser aplicada em pequenas obras e em autoconstruções, onde o uso de caldeiras e de maçaricos torna-se inviável", explica. Fanny ressalta ainda que o adesivo para mantas asfálticas é comercializado em baldes plásticos de 18 litros e em galões plásticos de 3,6 litros, tratando-se de um produto à base de água, isento de solventes e absolutamente inodoro. Além disso, a empresa oferece treinamento para os lojistas e acredita na retomada do mercado pouco a pouco, e na preocupação cada vez maior que as pessoas possuem com seu patrimônio.



Produtos Vonder

Produtos Viapol

Produtos Dryko

Produto Tinta Killing

Produto Texsa

TINTAS KILLING

O produto de destaque da Killing nesse segmento é um lançamento, a Kisatech Tinta Impermeabilizante. O diretor da marca, Paulo Moreira, conta que o produto une a eficácia em impermeabilização da manta líquida com o acabamento liso e em cores da tinta acrílica, se tornando o sistema de impermeabilização mais econômico do mercado. "Ele impermeabiliza e pinta com apenas três demãos. Concebido para uso em fachadas, a Kisatech possui permeabilidade aos vapores de dentro para fora, permitindo que a umidade interna da parede saia, preservando ela seca. Essa tecnologia minimiza a possibilidade de ocorrer o mofo na parede interna", explica.

O diretor diz ainda que, diferentemente das tintas comuns, a Kisatech possui em sua composição a resina acrílica pura, o que a torna mais resistente à incidência de sol e chuva, além de ter mais de 10 anos de durabilidade, que mantém as características de proteção e impermeabilização. "O produto é comercializado em latas de 18 L e galões de 3,6 L, dessa forma, sugerimos expor em ilhas com pilhas de até três embalagens, junto ao setor de tintas e impermeabilizantes", afirma. A Killing também oferece treinamentos a lojistas, balconistas e pintores, além do serviço de assistência técnica que pode auxiliar em possíveis dúvidas. Moreira conclui explicando que a Kisatech foi lançada em março deste ano e já vem apresentando boa aceitação pelos consumidores. "Dessa forma, acreditamos que, com a chegada da safra, esse produto irá se consolidar no mercado e trazer ótimos resultados", comenta.

VEDACIT

O Vedapren Parede, produto das Vedacit, está com nova embalagem, trazendo ainda mais economia e praticidade para reforma e construção. Além de diminuir as etapas da obra, já que sela, impermeabiliza e dá acabamento, a nova embalagem metálica tem 20 litros. O produto é uma pintura impermeável, elástica e de base acrílica que protege as paredes externas. Pode ser aplicado em diversas superfícies, como alvenaria de bloco, concreto, fibrocimento e mas-

Construsul

Feira Internacional da Construção

20 anos

02 a 05 AGOSTO 2017 | FENAC · NOVO HAMBURGO · RS · BRASIL
Quarta a sexta · 14h às 21h
Sábado · 11h às 18h

Geração de Negócios, Visibilidade e Atualização Profissional

- Uma das principais feiras de construção civil do País;
- Expositores de todos os setores da construção
- Visitação qualificada, público decisor e comprador;
- Ampla campanha de comunicação e mídia;
- Apoio das principais entidades do setor;
- Tecnologia, inovação, lançamentos.







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

www.feiraconstrusul.com.br

APOIADORES CONSTRUSUL 2017

REALIZAÇÃO
SUL EVENTOS
FEIRAS PROFISSIONAIS

sa acrílica de forma rápida. O novo Vedatop Flex Fibras une as características já familiares na argamassa polimérica tradicional da Vedacit com a adição de fibras para potencializar a ação do produto, dispensando o uso de telas em algumas aplicações. É flexível e, por isso, pode ser aplicado em diversas superfícies, desde caixas d'água, piscinas de concreto, áreas frias e até paredes de gesso acartonado. A argamassa polimérica de base acrílica impermeável Vedatop tem nova embalagem e é disponibilizada na embalagem de 12kg, rendendo a mesma quantidade que a embalagem anterior, de 18kg. Outra novidade está na forma de aplicação, basta misturar a parte em pó com água e aplicar. Com alta aderência, o novo Vedatop pode ser utilizado sobre concreto, blocos cerâmicos, fibrocimento, rebocos e demais bases cimentícias. O produto pode receber pintura após a aplicação. Além das paredes, o novo Vedatop veda e elimina vazamentos e umidade em piscinas, rodapés, box, banheiros, cozinha, poços de elevadores e fundações. A nova embalagem é sustentável, pois a mudança no tamanho contribuiu para a diminuição do material descartável.

VONDER

O Impermeabilizante Água, Umidade e Manchas Naturais Vonder é um produto sem silicone nem solventes agressivos. Sua composição permite que ele penetre nos poros da superfície sem criar película, sem amarelar ou rachar com o sol. Além disso, tem ação rápida e eficaz contra os efeitos da umidade, infiltrações, eflorescências e decomposição pela ação do tempo, sendo indicado para materiais porosos, como mármore e granito, pedras naturais, muros, fachadas, concreto, cimento, tijolos e telhas de barro ou fibrocimento, gesso, prédios históricos, calçadas e pisos porosos em geral. Já o Impermeabilizante Óleo, Água, Pichações e Fuligem Vonder é um protetor sem resina, de fácil aplicação e que facilita a remoção da tinta decorrente de pichações, garantindo a maior durabilidade de muros e fachadas, por exemplo. Ambos estão disponíveis em embalagens de 3,6 litros e 900 ml em formato simples e funcional que facilita a exposição no ponto de venda.

Para auxiliar o revendedor e tirar todas as dúvidas sobre a aplicação e eficiência dos produtos da Linha Especial de Limpeza e Impermeabilização da Vonder, a marca disponibiliza em seu canal no YouTube um vídeo específico sobre seus impermeabilizantes, mostrando as principais características desses produtos.

VIAPOL

A Viapol oferece quatro produtos no segmento de mantas. A Torodin é uma manta asfáltica produzida a partir da modificação física do asfalto com polímeros, estruturada com não tecido de filamentos contínuos de poliéster previamente estabilizado. A Manta Autocolante é um produto é estruturado com um não tecido de filamentos contínuos de poliéster que garante eficácia e durabilidade. Quanto a impermeabilizantes, o Viaplus 1000 oferece revestimento, é semiflexível, bicomponente (A+B), à base de cimentos especiais, aditivos minerais e polímeros de excelentes características impermeabilizantes. Já o Vedalage Plus é um produto com resina acrílica 100% pura em sua composição. Segundo o gerente técnico da Viapol, José Eduardo Granato, a marca está otimista de que o segundo semestre de 2017 será melhor para o setor da construção civil e, consequentemente, para os negócios. "A Viapol continua otimizando suas práticas e processos para maximizar a geração de valor de suas operações e está investindo fortemente em sua fábrica e na implementação de novas linhas de produtos", conta.



José Eduardo Granato, gerente técnico da Viapol



Paulo Moreira, diretor da Tintas Killing

FOTO: ROBERTA DIEHL

WEBER

A Weber conta com dois lançamentos para o mercado. A manta asfáltica 3Kg/m² Quartzolit, indicada para pequenas lajes, obras residenciais e com ótimo custo benefício. Já a manta asfáltica tipo III 4mm Quartzolit é recomendada para grandes lajes, sujeitas a movimentações, piscinas e obras de grande porte. Segundo Gisele Soares, chefe de produto da linha impermeabilizantes e produtos técnicos da Weber, os lançamentos devem ser expostos com os demais impermeabilizantes e em ilhas de cross-selling com produtos para piscinas e lajes. "Ainda recomendamos a exposição na área de material básico, assim o consumidor é incentivado a pensar na impermeabilização desde o início da obra", recomenda Gisele, que lembra que a empresa conta com instrutores técnicos que realizam treinamentos para aplicadores. "A nossa equipe está empenhada em manter os diferenciais dos nossos serviços, focando em palestras, treinamentos e visitas às obras. A ideia é nos mantermos sempre próximos aos nossos clientes", pontua.



viajando pelo BRASIL

Confira as datas e os locais das principais feiras do segmento em 2017

EXPOMAFE
Feira Internacional de Máquinas, Ferramentas e Automação Industrial
Data: de 09 a 13 de maio
Local: São Paulo Expo – São Paulo/SP
www.expomafe.com.br

FABRICON
Feira Brasileira de Fabricantes da Construção Civil
Data: 25 a 28 de maio
Local: Parque de Exposições Vila Germânica Blumenau/SC
www.viaapiaeventos.com.br/feirafabricon

FECONATI
Soluções Sustentáveis para a Construção Civil
Data: 01 a 04 de junho
Local: Atibaia/SP
www.feconati.com.br

CONSTRUCTION EXPO 2017
Feira de Edificações e Obras de Infraestrutura
Data: 07 a 09 de junho
Local: São Paulo Expo – São Paulo/SP
www.constructionexpo.com.br

20ª CONSTRUSUL
Feira Internacional da Construção
Data: 02 a 05 de agosto
Local: Fenac – Novo Hamburgo/RS
www.feiraconstrusul.com.br

GREENBUILDING BRASIL
Conferência Internacional e Expo
Data: 08 a 10 de agosto
Local: São Paulo Expo – São Paulo/SP
www.expogbcbrasil.com.br

CONCRETE SHOW SOUTH AMERICA
Feira Internacional da Construção Pesada
Data: 23 a 25 de agosto
Local: São Paulo Expo – São Paulo/SP
www.concreteshow.com.br

ABRAFATI 2017
15º Congresso Internacional de Tintas
15ª Exposição Internacional de Fornecedores para Tintas
Data: de 03 a 05 de outubro
Local: São Paulo Expo – São Paulo/SP
www.abrafati.com.br

INTERCON 2017
Feira, Congresso e Rodada de Negócios
Data: 18 a 21 de outubro
Local: Expoville – Joinville/SC
www.feiraintercon.com.br

MÁQUINAS
Numa iniciativa da ABIMAQ – Associação Brasileira da Indústria de Máquinas e Equipamentos, com organização e promoção da Informa Exhibitions, o São Paulo Expo vai receber, de 9 a 13 de maio, a Expomafe – Feira Internacional de Máquinas-Ferramenta e Automação Industrial. O evento terá os últimos avanços tecnológicos e tendências globais em máquinas-ferramenta, automação industrial, robótica, estampagem de precisão, manufatura aditiva, sistemas integrados e multitarefa, metrologia e controle de qualidade, equipamentos hidráulicos e pneumáticos, prototipagem, impressão 3D e muito mais.
Além de oferecer um ambiente propulsor de negócios, parcerias e relacionamentos, a EXPOMAFE terá uma ampla programação de conteúdo avançado sobre interação de produção, indústria 4.0 e outros temas relevantes para promover a atualização dos profissionais, representantes comerciais e estudantes que visitarem a feira.

AQUI você encontra os melhores EPIs

Seja um revendedor Marluvas.
São mais de 40 anos fabricando calçados com o máximo de conforto e segurança.



Entre em contato e saiba mais informações:
(32) 3693-4066
faleconosco@marluvas.com.br
Em um líder você pode confiar.

45 ANOS

MARLUVAS
CALÇADOS PROFISSIONAIS

A força da história.
marluvas.com.br

VOCÊ JÁ CONHECE A FORÇA DESSAS MARCAS. IMAGINE ELAS JUNTAS.

As marcas do Grupo Stanley Black&Decker e da Divisão de Ferramentas da Newell Rubbermaid estão juntas a partir de agora e tornam-se a maior empresa de ferramentas do mundo. Através das marcas DEWALT, STANLEY, BLACK & DECKER, IRWIN e LENOX a empresa global concentra todas as necessidades do mercado de ferramentas, com um portfólio de mais de seis mil itens das melhores marcas da categoria. Tudo para melhorar ainda mais o atendimento e capacidade de entrega para você.

Juntos Somos Mais Fortes!

BLACK+DECKER

STANLEY.

IRWIN FERRAMENTAS

DEWALT

LENOX



0800.703.4644