Revenda

A NÚMERO 1 DO SEGMENTO

ED. 326 | NOVEMBRO 2017 | ANO XXIX
www.construcaototal.com.br



12º PRÊMIO EXCELÊNCIA ATACADISTA DISTRIBUIDOR

Atacadistas e distribuidores de material de construção de todo o Brasil receberam os troféus em noite de gala

E MAIS: AQUECEDORES • ESPUMA DE PU • FERRAGENS • MATERIAL ELÉTRICO

LANÇAMENTO

FELTRO AUTOADESIVO

Indicado para móveis leves - Ideal em ambientes internos

ADERE®, MAIS PROTEÇÃO ANTIRRISCO



MAIS UM DIFERENCIAL!!

PARABENIZAMOS OS PARCEIROS ATACADISTAS PELA EXCELÊNCIA DE SEU TRABALHO

20 de Novembro - Dia do Atacadista

50 anos

ADERE® Colou, tá colado. 100% COM VOCÊ

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

grupo Revenda

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@datamkt.com.br)

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

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

GERENTES DE CONTAS
Carla Melo (carla.melo@revenda.com.br)
Layze Machado (layze.machado@revenda.com.br)
Lia Costa (lia.costa@revenda.com.br)
Marli Moço (marli@revenda.com.br)
Solange Castilho (solange@revenda.com.br)
Regina Mallol (regina.mallol@revenda.com.br)

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

FINANCEIRO
Magda do Nascimento (magda@revenda.com.br)
Pedro Henrique da Silva Padula
(Pedro.padula@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: Alessandra Cacioli
REVISÃO: Cida Silva
ARTE: Camila Duarte
REVISÃO: Ellen 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 conceitos emitidos pelos colunistas e colaboradores não representam, necessariamente, os da revista. Todos os direitos são reservados. Registrada de acordo com a lei de imprensa. Marca Registrada no INPI.

Instituto Verificador de Comunicação IVC

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



BRASIL QUE DÁ CERTO

Como já escrevi antes, o comércio de material de construção está contribuindo, e muito, para a recuperação da economia brasileira. As mais de 120 mil lojas, de diversos tamanhos, espalhadas pelo Brasil são responsáveis por aquecer o mercado da autoconstrução, ou "do it yourself", como está mais na moda falar.

Na festa de premiação do 12º Troféu Excelência Atacadista Distribuidor de Material de Construção, realizada no dia 10 de outubro, no Secovi, em São Paulo, pudemos constatar que a gradual retomada do setor se deve ao varejo. E, aos Atacadistas distribuidores de material de construção, cabe uma grande parcela de responsabilidade.

Reunimos algumas dezenas dos mais importantes atacadistas distribuidores para receber o troféu e participar da festa. Do Norte ao Sul, passando por Nordeste, Centro Oeste e Sudeste, representantes desse importante segmento contaram suas experiências de venda. E ninguém reclamou do ano que agora está terminando.

E não é conversa de pescador não. As indústrias do nosso setor estão bastante satisfeitas com o desempenho deles. São unânimes em afirmar que devem a eles o desempenho nas vendas e ao fechamento do ano em dois dígitos de crescimento.

Mais uma vez o Tambasa, de Minas Gerais, ficou em primeiro lugar na votação realizada pela indústria, que vende para o atacado, e pelos lojistas, que compram do atacado. Tambasa recebeu 14,80% dos votos válidos. No segundo lugar ficou Ferragens Negrão, com 11,12%. No terceiro lugar, a grande surpresa este ano, ficou o atacadista Nova Casa, com 5,23%, desbancando o Martins, segundo votação da indústria e do comércio. Os dois primeiros colocados são de Minas Gerais, e o Nova Casa é de Brasília, mas atendem todo o Brasil. A localização estratégica dos dois primeiros colocados certamente ajuda a realizar um trabalho mais rápido para chegar aos mais remotos cantos do Brasil, a grande propostas dos atacadistas. Mas, também, é marcante o desempenho crescente da maioria dos atacadistas premiados no evento. Empresas que antes atendiam apenas a sua região, estão expandindo para outros estados. Indicativo que comprova o crescimento do segmento.

Como sempre, trabalhando com muita seriedade e investindo cada vez mais na tecnologia.

Parabéns a todos os atacadistas.

Boa leitura

Roberto Ferreira

SUMÁRIO



Foto: Victor Andrade

Revenda

EDIÇÃO 326 | NOVEMBROO 2017 | ANO XXIX



06



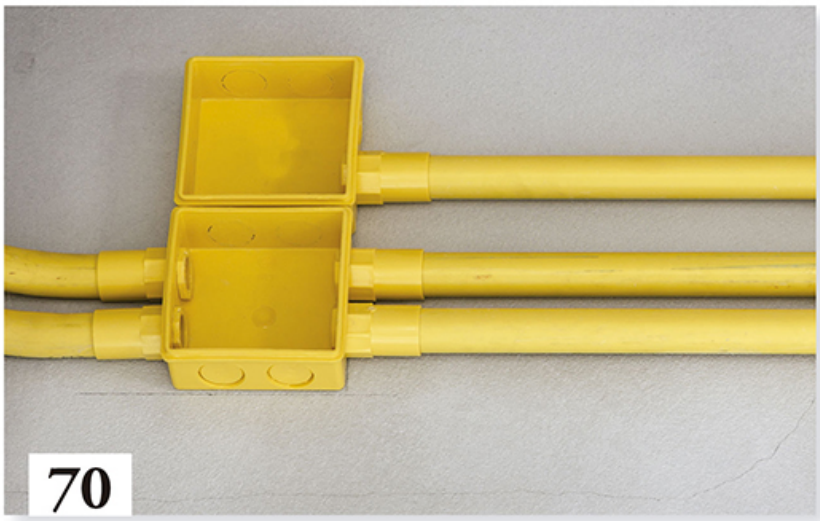


06 | **PAINEL**
Os produtos lançados pelas indústrias que devem estar nas gôndolas e as ações sociais

18 | **A FORÇA DO ATCADO**
Os atacadistas distribuidores mais votados pela indústria, que compra, e os lojistas, que vendem, receberam os troféus em evento realizado no Secovi-SP

62 | **ESPUMA**
Produtos que os consumidores ainda não conhecem direito. Cabe aos revendedores mostrar seus múltiplos usos

70 | **MATERIAL ELÉTRICO**
Grande variedade de produtos é um dos diferenciais deste segmento. Então, abra espaço para eles!



94 | **AQUECEDORES**
Os sistemas de aquecimento estão sendo utilizados cada vez mais. É hora de tê-los nas lojas.

100 | **INTELIGÊNCIA DE MERCADO**
DataMKT Construção realizou o segundo Café com Dados no Espaço Millenium, em São Paulo



Enerbras®
Materiais Elétricos
Beleze
BELEZA É FUNDAMENTAL
Aditivo anti UV
Manutenção uniforme da tonalidade
Aditivo Antichamas
Não propaga fogo
Maior segurança
CONHEÇA NOSSAS FAMÍLIAS
FAMÍLIA MATERIAL ELÉTRICO
FAMÍLIA DUCHAS
FAMÍLIA PROTEÇÃO ELÉTRICA
FAMÍLIA FERRAMENTAS E UTILIDADES
www.enerbras.com.br

TECNOLOGIA DA MADEIRA

Segundo dados das Nações Unidas, o Brasil detém a segunda maior área florestal do planeta, ocupando 500 milhões de hectares. Apesar do enorme potencial, o País produz 15 milhões de metros cúbicos de madeira serrada por ano, equivalentes a apenas 3,5% da produção mundial. Além disso, a subutilização da madeira na construção civil brasileira representa um manancial de desafios e, ao mesmo tempo, de oportunidades. Daí a importância – e atualidade – que marcam o lançamento do livro 'Tecnologia de Proteção da Madeira', do especialista Ennio Lepage, juntamente com Andreas G. de Salis e Elaine C. Rebechi Guedes, respectivamente, consultor, diretor superintendente e diretora comercial da Montana Química. Esta edição será comercializada com parceiros empresariais, além de pesquisadores ligados ao tema que atuam em universidades e instituições de pesquisa. A obra apresenta a tecnologia de preservação de madeiras como resposta qualificada a diversos questionamentos, especialmente no caso das madeiras de reflorestamento. "Os pequenos impactos ambientais da madeira tratada são ultrapassados em larga escala pelos benefícios da extensão da vida útil em serviço, quando comparada com a madeira sem tratamento", comenta Ennio.



DESAFIO DA BLACK+DECKER

O "Desafio Sua Casa BLACK+DECKER", é uma ação destinada aos amantes do conceito "faça você mesmo", estudantes de engenharia e pessoas que prezam pela qualidade e eficiência de suas ferramentas. Realizado entre os dias 25 de setembro e 25 de dezembro, o concurso vai selecionar as três melhores invenções para contribuir com o futuro da marca e ainda premiará os vencedores com kits de produtos. "Acreditamos no poder da inovação e sabemos que esse é um fator de alta importância para que a empresa mantenha uma posição de destaque no mercado. Por isso, enxergamos a ação como algo muito maior que um desafio. Trata-se de um convite para que os consumidores apostem em produtos originais e façam parte da nossa história", destaca Marcelo Pellegrinelli, gerente da marca BLACK+DECKER para ferramentas e eletrodomésticos. "Queremos que as pessoas pensem nos problemas de difícil solução e apontem como a ferramenta elétrica ideal auxiliaria a resolvê-los", completa. Todas as ideias inscritas no desafio serão avaliadas por uma equipe de profissionais técnicos da marca, que vão analisar questões como: solução inédita no mercado; produto capaz de atender às necessidades dos consumidores; ferramenta elétrica com ou sem fio; e viabilidade técnica e comercial. Inscrições: minhaferramentabd.brightidea.com/DesafioSuaCasaBD



NORTON LANÇA LINHA CLASSIC DE MÁSCARAS

A Norton ampliou a sua linha de equipamentos para proteção individual (EPIs) com o lançamento das máscaras Classic para proteção respiratória.

A linha Classic da Norton conta agora com três novas máscaras que são facilmente identificadas como PFF1, PFF2 e PFF2 com carvão ativo. Todas podem ser encontradas nas versões com ou sem válvulas, dispositivo que confere ao produto praticidade e muito mais conforto ao usuário.

A **PFF1** - É indicada para o uso na construção civil e no segmento de reparação automotiva. Protege contra poeiras e névoas leves como as provenientes dos lixamentos de paredes, massas, madeiras etc.

PFF2 - Para proteger as vias respiratórias contra poeiras e névoas de carvão e fibras têxteis, além de fumos de soldas, a Norton desenvolveu a máscara PFF2.

PFF2 com carvão ativo - Além das indicações encontradas na PFF2, a mascara Classic da Norton PFF2 com carvão ativo é ideal para uso em fundições petroquímicas, tratamentos de redes de esgoto e ambientes onde possa haver incidência de vapores orgânicos.

ATACADISTA DISTRIBUIDOR: UM PARCEIRO ABSOLUTAMENTE ESSENCIAL!

É assim que enxergamos nossos Atacadistas Distribuidores, os grandes responsáveis pelo crescimento e sucesso da Starrett no Brasil, há mais de 60 anos.

Parceiro Atacadista Distribuidor, Parabéns pela Excelência!

60 ANOS NO BRASIL

Starrett®

www.starrett.com.br



oficinadearte digital.com.br

NOVIDADE DA **DECA**

A Deca lança a sua primeira cuba de louça para cozinha. O modelo L.1670.R é uma cuba dupla com tábua multiuso de resina deslizante, que permite aumentar a área útil para preparação de alimentos oferecendo facilidade e conforto nas atividades do dia a dia. Tendência em diversos países, a cuba de louça para cozinha traz charme e deixa o ambiente muito mais versátil e acolhedor. O modelo pode ser utilizado na cozinha, como também em varandas gourmet. No Brasil, o produto tem inovado nos projetos.
A cuba possui cinco pontos destacáveis para instalar todos os tipos de metais para cozinha.





DEWALT REFORMULA FURADEIRAS

A DEWALT aperfeiçoa mais uma vez a sua linha de produtos e apresenta as novas versões das furadeiras DWD502, DW505 e DW508S, já conhecidas no mercado. Os equipamentos estão ainda mais potentes para garantir máxima produtividade em diversos tipos de perfuração. A furadeira DWD502 conta, agora, com 710W de potência que proporcionam maior rendimento em perfurações que demandam mais força.Ideal para perfurações em alvenaria, madeira, metal e plástico, além de instalações de sistemas de fixação, o modelo pode ser usado com brocas para concreto convencional, que são indicadas para perfurações em tijolo, bloco e gesso, ou brocas de aço rápido, para aplicações sobre metal, plástico e madeira.



BRASILIT DESENVOLVE TELHA TÉRMICA

A TopComfort Agro da Brasilit é a primeira telha de fibrocimento desenvolvida para o setor de criação de animais do segmento com propriedades térmicas. Produzida com pigmentação especial, a novidade se destaca por refletir com mais eficiência os raios solares. Como o telhado é um dos principais componentes responsáveis pelo conforto térmico de um projeto, a novidade acaba por colaborar diretamente para a redução em até 4°C da temperatura interior dos locais onde está instalada, como áreas de criação. “Esse resultado impacta diretamente no comportamento dos animais. Ambientes muito quentes aumentam o consumo de líquidos, diminuem a conversão alimentar e podem causar a mortalidade das criações”, diz Fabiana Dias, Coordenadora Técnica Comercial da Brasilit. TopComfort Agro também se traduz em praticidade, conforto acústico e durabilidade para o usuário. O produto, além de vir de fábrica na cor branca, pronto para ser instalado, possui cobertura livre de tintas ou resinas, reduzindo significativamente o desgaste aparente ao longo do tempo. “Isso sem contar a resistência à amônia, enxofre e outros gases produzidos na criação que costumam danificar outros tipos de telha”, acrescenta Fabiana.

É bom trabalhar com

vonder®

Elétrica e Eletrônica

Praticidade, segurança e precisão para instalações, reparos e manutenções eletroeletrônicas!



www.vonder.com.br

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

Sempre utilize equipamentos de proteção individual VONDER

Assista aos vídeos e siga a VONDER nas redes sociais!

facebook.com/vonderferramentas
youtube.com/vonderferramentas
instagram.com/vonderferramentas

As ferramentas certas para instalações profissionais ou industriais!

A escolha é sua e a qualidade é VONDER!

SUVINIL LANÇA TINTA LAVAVEL

A Suvinil lança primeira tinta lavável com acabamento fosco suave do mercado: Suvinil Limpeza Total. O produto permite a remoção da sujeira apenas com um pano úmido e detergente neutro. "Uma das nossas preocupações é a liberdade de escolha do consumidor. Por isso, reunimos em um mesmo produto limpeza e praticidade, além de desenvolver o acabamento fosco suave para uma tinta lavável, atendendo a uma demanda do nosso consumidor para disfarçar imperfeições na parede e mantê-la sempre limpa", afirma Juliana Hosken, diretora de marketing da Suvinil.



ASTRA INOVA

A Astra lançou no mercado o conversor para caixa de descarga, permitindo aos consumidores fazer a substituição da válvula de descarga. A conversão para a caixa baixa da Astra permite fazer a mudança sem a necessidade de reformas no ambiente; para a substituição pelo sistema de caixa acoplada é possível também, porém requer a troca da bacia sanitária. Nos dois casos, há maior economia de água, principalmente se o acionamento do mecanismo de descarga for duplo (3L e 6L), como é o caso da caixa baixa da Astra.

O conversor para caixa de descarga transforma o acionamento de válvula de parede em um sistema de descarga mais econômico, proporcionando uma redução significativa no consumo de água e, consequentemente, de dinheiro. Além de se adaptar à caixa baixa Astra, o sistema também conta com versão que se adapta a diversas louças com caixa acoplada. Sua instalação é simples, pois não é necessário furar a parede para troca.





JAPI NA PRIMAVERA

Criar um jardim vertical é uma ótima ideia pra quem deseja levar um pouco da primavera, considerada a estação mais bela do ano para algum espaço. A Japi, maior fabricante nacional de vasos em polietileno, preparou para a primavera 2017, justamente, um lançamento para inspirar jardins verticais, que são tendência no paisagismo. A marca traz ao mercado o vaso de parede Linea, que vem para consolidar a tendência da marca de lançar itens para montagem de jardins verticais, tão queridos por sua estética inovadora, economia de espaço e benefício ao ambiente. O vaso mantém as características da linha Linea: o design moderno, que mistura linhas retas e curvas, e o acabamento diferenciado em linhas estreitas, que lhe confere sofisticação.



4º
Sul do País

13º
Nacional

Fruto do trabalho e respeito a nossos clientes!



12º PRÊMIO EXCELÊNCIA
ATACADISTA DISTRIBUIDOR

DEPECIL
Distribuidora de Materiais de Construção



VILA®
FERRAMENTAS MANUAIS
www.vilaferramentas.com.br
0800 642 2244



É bom trabalhar com

vonder®

Ferramentas Elétricas

Da Construção Civil à Indústria, potência e alto desempenho em uma linha profissional completa!

Conheça e comprove todos os modelos!



- Furadeira FIV 1050
- Martelete Perfurador/ Rompedor MPV 853
- Serra Mármore SMV 1300S
- Cortador de Parede CPV 1500
- Lixadeira LAV 1407
- Esmerilhadeira EAV 860
- Lixadeira Orbital LOV 300
- Serra Tico-Tico TTV 800
- Serra Circular SCV 1400
- Serra de Esquadria SEV 1810
- Soprador Térmico STV 2000N

www.vonder.com.br

Sempre utilize equipamentos de proteção individual VONDER

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

Assista aos vídeos e siga a VONDER nas redes sociais!

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!

FEICON TEM NOVO DIRETOR

O Gustavo Binardi assume o cargo de diretor de portfólio de da Construção – que inclui a Feicon Batimat – na Reed Exhibitions Alcantara Machado, trazendo seu expertise ao atuar na empresa desde 2012. O profissional teve passagens como gerente de vendas internacional e gerente de produtos antes de assumir o desafio de alavancar o portfólio das principais feiras de negócio do setor. O executivo, graduado em Marketing pela Anhembi Morumbi, se junta a Mayra Nardy, gerente de produto da Feicon Batimat, Ivan Romão, gerente de produto de FEBRAVA e Expolux, e Camila Moretti, gerente de produtos da Equipotel e Movexpo. Além de Thaís Faccin, gerente de planejamento de marketing da Reed Exhibitions Alcantara Machado para o portfólio da Construção, e Rafael Pimenta, gerente de vendas para o portfólio da construção.



AMANCO LANÇA LINHA FIX DE ABRAÇADEIRAS

A Amanco traz mais uma inovação voltada à instalação de sistemas hidráulicos prediais de água quente e fria: a linha Fix de abraçadeiras. Fabricadas em plástico de engenharia com fibra de vidro, as novidades são resistentes ao sol e chuva e apresentam uma nova alternativa para as antigas abraçadeiras metálicas disponíveis no mercado. Ao utilizar a linha Amanco Fix, o instalador hidráulico obtém rapidez e facilidade na instalação com apenas dois passos: 1º um furo para fixar na parede e 2º girar para travar o tubo em qualquer ângulo. A exclusiva possibilidade de utilização da ferramenta finca-pino agiliza os trabalhos de instalação, além de trazer qualidade ao serviço.
"A praticidade e a simplicidade da linha Amanco Fix proporciona agilidade no dia a dia do instalador hidráulico de forma a melhorar a produtividade da obra. Oferecer cada vez mais produtos inovadores é o nosso propósito", afirma Mauricio Harger, presidente da Mexichem Brasil.

CARDÃO

Atacado Distribuidor de Materiais de Construção
Garantia Absoluta de Bons Serviços
Cardão Comércio e Importação Ltda.

Abrasivos › 3M › Norton
Adesivos › Brascola › Henkel
Elétrico › Ilumi › GE › Lorenzetti
Ferramentas › Irwin › Tramontina
Ferragens › Gerdau › Papaiz
Hidráulica PVC › Astra › Tigre
Hidráulica Metal › Deca › Docol › Fabrimar
Impermeabilizantes › Ciplak › Sika › Viapol
Tintas › Akzo › Coral › Sparlack

Profissionais **treinados** e o **melhor** serviço de entregas!



››› **Obrigado** a todos os nossos **parceiros**.

12º PRÊMIO EXCELÊNCIA ATACADISTA DISTRIBUIDOR

6º lugar nacional **3º lugar** região sudeste



Solicite a visita de nossos representantes
Venda exclusiva à lojistas **(21) 3512-3590**
cardaorio@cardaorio.com.br



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



SIL LANÇA CABO ATOXSIL SOLAR

A SIL Fios e Cabos Elétricos lança oficialmente o AtoxSil Solar 1,8 kV C.C. Produzido de cobre estanhado e com cobertura resistente aos raios UV, o novo cabo, não halogenado, é indicado para instalação de arranjos fotovoltaicos em sistemas de geração de energia, produzida a partir de placas fotovoltaicas por meio da incidência de raios solares. O cabo solar da SIL pode ser encontrado em rolos de 100 m e bobinas. Para Nelson Volyk, gerente de engenharia de produto da SIL Fios e Cabos Elétricos, a empresa estreia o produto em momento bastante oportuno de mercado, no qual experimenta-se considerável crescimento do uso da energia solar: "Com o AtoxSil Solar temos boas perspectivas para atendimento a este novo segmento de mercado e para a companhia. Como sempre, estamos atentos às novidades para oferecer sempre as melhores alternativas aos nossos clientes e consumidores".

DUO DE CORES PARA **INOVAR NA COZINHA**

Os lançamentos da linha Minimal da Maber trazem à rotina doméstica o charme das cores, nas opções preto e branco, duo clássico de bom-gosto para qualquer projeto. A sacada criativa é a mescla dos dois tipos de acabamento. Esse diferencial permite que os produtos conversem com os detalhes de diversos perfis de ambientes. Assim é possível imprimir um conceito mais moderno e arrojado apostando na atemporalidade dessas duas cores, mas mantendo a sobriedade que o cromado tradicional garante. No quesito funcionalidade, a mobilidade do corpo articulado é imprescindível para quem não abre mão da praticidade na cozinha.



ELETROLESTE
11. 2723-5000

MATEUBRAS
11. 2723-2333

mega LESTE
11. 2059-5959

A Eletroleste, Mateubrás e Megaleste agradece a todos parceiros, fornecedores e nossos clientes, por mais um reconhecimento Nacional, estamos em constante aperfeiçoamento para atender a todos com excelência.

12º PRÊMIO EXCELÊNCIA
ATACADISTA DISTRIBUIDOR





Obrigado a todos aqueles que colaboraram para a nossa conquista.



Imagens meramente ilustrativas.
Minha escolha faz a diferença no trânsito.

Chegou a nova família Delivery.
Sob medida para os dias de hoje.

Acesse: NovoDelivery.com.br



Totalmente renovado

- Novo design moderno e robusto
- Novo câmbio de 6 marchas
- Novo chassis modular
- Novos retrovisores modernos e funcionais
- Nova coluna de direção ajustável
- Novo painel com computador de bordo





Caminhões
Ônibus

12º PRÊMIO EXCELÊNCIA ATACADISTA DISTRIBUIDOR

POR ROBERTO FERREIRA | FOTOS VICTOR ANDRADE

A FORÇA DO ATACADO

A opinião, tanto da indústria quanto do varejo, é unânime: os atacadistas distribuidores são, em grande parte, responsáveis pelo aquecimento do mercado de material de construção. Responsáveis por levar, a mais de 100 mil lojas, nos mais remotos cantos do Brasil, este segmento é fundamental para que a indústria consiga escoar a própria produção. E, de quebra, deixar os fabricantes otimistas em relação aos resultados econômicos nesse final de ano. E esperam ainda mais em 2108



ESQUADRIAS
DE ALUMÍNIO

Nova Linha Class,
segurança, qualidade e sofisticação
para todos os ambientes.

PORTA DE LAMBRI



JANELA COM PERSIANA INTEGRADA

PRODUTOS COM
GARANTIA DE **10 ANOS**.

www.astra-sa.com /grupoastra @grupoastra /grupoastra

ASTRA

METODOLOGIA

A equipe da Quinta Essência Pesquisa e Inteligência de Mercado trabalhou nos meses de julho e agosto para unir as respostas das indústrias e dos lojistas que participaram este ano. Os números são surpreendentes: foram necessárias mais de **2.500 LIGAÇÕES,** que geraram **761 ENTREVISTAS** válidas que resultaram em **9.876 RESPOSTAS.** Foram citados **196 ATACADISTAS DISTRIBUIDORES** e os **60 MAIS VOTADOS RECEBERAM O TROFÉU.**

A pesquisa Excelência Atacadista Distribuidor é realizada por meio do nosso call center, com base em cadastro do Grupo Revenda, de mais de **65 MIL LOJAS DE MATERIAL DE CONSTRUÇÃO** em todo Brasil e indústrias que fornecem seus produtos para os atacadistas distribuidores, elencando os atacados com **O MAIOR ÍNDICE DE EXCELÊNCIA EM 13 QUESITOS,** como Atendimento Regional ou Nacional, Melhor mix de marcas e produtos, Pontualidade na entrega, Promoção no PDV, entre outros. A partir daí, cruzamos as respostas com as indústrias participantes, também divididas em quesitos, formando, assim, um único e completo resultado, mapeando Norte a Sul do país.

O resultado do 12º Prêmio Excelência Atacadista Distribuidor de material de construção de todo o Brasil foi anunciado na noite de 10 de outubro, no Secovi-SP. E, 52 executivos estiveram presentes para receber o troféu especialmente criado pelo **Grupo Revenda** em reconhecimento ao trabalho realizado pelo importante segmento de material de construção. Essas empresas são responsáveis pela distribuição de mais de milhares de itens da indústria e movimentam bilhões de reais por ano. A pesquisa realizada pela Quinta Essência Pesquisa & Inteligência de Mercado ilustra bem o resultado e o desempenho que cada um imprimiu em seu próprio negócio. Foram ouvidas as duas pontas do nosso mercado: a indústria, que vende para o atacado, e o comércio, que compra do atacado. A função básica "comprar bem para revender melhor ainda" ficou numa outra dimensão por causa do desempenho destes importantes players do nosso mercado. Esse ano, a pesquisa também mostrou o resultado por região, criteriosamente computado e ponderado pelo PIB, que a mesma representa dentro da construção civil. Muitas dessas empresas premiadas resolveram, nos últimos anos, apostar alto na tecnologia da informação, no setor de logística, no treinamento das equipes e no relacionamento com os clientes. O evento, este ano, teve uma pitada a mais de criatividade: quando foram chamados ao palco os vencedores regionais de Sul, Sudeste, Centro Oeste e Nordeste a banda Sunset apresentou músicas típicas de cada região antes da premiação.



Newton Guimarães, gestor do DataMkt Construção


Super Storm
Tecnologia Exclusiva
Limpa sem Sujar
Rende até 10 litros
Concentrado
Limpeza Pesada
Limpa como mágica!
Giro Rápido
no Ponto de Venda
Não são testados em animais
Sem origem animal
Limpa como mágica pisos, revestimentos e também o seu estoque
Limpa Porcelanato
Limpeza Pesada
Limpa Pisos
Limpa Pedras
Pisos Rústicos e Cimentados
Pós-Obra Porcelanato
Pós-Obra
Limpeza Profunda
Limpa Pisos
Laminados e Vinílicos
1L
www.limpacomomagica.com.br
www.pulvitec.com.br
Fone: (11) 3716-9000 | Televendas: (11) 3716-9008
PULVITEC
boho | creative

A RESPONSABILIDADE DOS ATACADISTAS

POR NEWTON GUIMARÃES

Num momento em que dados mais recentes do IBGE apontam para um crescimento de 6,5% no volume de vendas do comércio de material de construção – no acumulado ano agosto de 2017 com acumulado ano agosto de 2016 –, e para o quarto crescimento consecutivo no comparativo com o mês anterior, na apresentação realizada no 12 Prêmio Excelência Atacadista Distribuidor da Revista **Revenda Construção**, frisamos que a recuperação no segmento está começando pelo consumo de materiais de construção no varejo, diferentemente do que ainda ocorre com as vendas dos imóveis residenciais novos e investimentos em infraestrutura.

Segundo dados do Secovi-SP, as vendas dos imóveis novos na capital e região metropolitana, abrangendo 39 municípios, decresceu 14,97%, no comparativo primeiro semestre de 2017 com primeiro semestre de 2016. Já, segundo dados da CBCI – Câmara Brasileira de Indústria da Construção –, considerando dados de 20 regiões do Brasil, no mesmo período, essa queda foi de 5,1%.

Provavelmente, essa diferença percentual se dá pelo maior número de construções de moradias populares e programas habitacionais fora dos grandes centros urbanos.

Queda maior ainda é verificada nos investimentos em infraestrutura pelas iniciativas pública e privada, que correspondeu, em 2016, a aproximadamente 1,75% de participação no PIB, segundo a consultoria especializada Inter.B, com aproximadamente, R$110 bilhões, o menor montante dos últimos 13 anos.

Logo, neste momento, os fornecedores que investirem intensivamente no relacionamento com o varejo poderão obter retorno mais imediato, alavancando as vendas e aliviando as dificuldades enfrentadas pelo segmento nos últimos dois anos, quando o volume de vendas do comércio decresceu 18,2%, segundo dados do IBGE, e o faturamento deflacionado das indústrias de materiais de construção decresceu 22,6%, segundo a Abramat.

Na Pesquisa "Relacionamento de compra lojas de bairro e atacadistas/distribuidores", que entrevistou 761 lojistas de bairro divididos em quatro regiões do Brasil, a região Sudeste é a que possui maior regularidade de compra dos atacadistas/distribuidores, porque 93,1% dos entrevistados dessa região disseram comprar produtos destes fornecedores toda semana.

Por outro lado, apenas 45,3% dos lojistas nordestinos alegaram comprar toda semana, sendo notória a regularidade menor, pois outros 45,3% alegaram comprar entre uma semana e um mês, contra, apenas, 5,7%, na região Sudeste.

Chama a atenção, também, na região que apenas 10,1% dos lojistas nordestinos são atendidos por seis ou mais atacadistas/distribuidores, contra 33% no Sul, o estado com maior número desse perfil de fornecedor; 28,3% no Sudeste; e 27% no Centro-Oeste.

Como conseqüência (ou seria causa?), 80,5% dos sulistas alegaram fazer pedidos nas visitas presenciais de vendedores das empresas atacadistas, contra apenas 32,9% dos nordestinos. Em relação ao Sudeste e Cen-

É bom trabalhar com

vonder®

Trenas

Modelos que se destacam pela durabilidade e precisão nas mais diversas atividades profissionais!

Conheça nossa linha completa



MELHOR PRODUTO DO ANO vonder

Confirme seu voto e escolha esses e outros produtos na pesquisa para seleção dos campeões de preferência que não podem faltar na sua loja! Participe!

www.vonder.com.br

Sempre utilize equipamentos de proteção individual VONDER

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

Assista aos vídeos e siga a VONDER nas redes sociais!

facebook.com/vonderferramentas
youtube.com/vonderferramentas
instagram.com/vonderferramentas

Criteriosos ensaios técnicos para resultados mais precisos!

A escolha é sua e a qualidade é VONDER!



tro-Oeste, a discrepância é bem menor, porque 74,6% e 68,3%, respectivamente, alegaram fazer pedidos presencialmente para os vendedores.

Quanto ao atendimento telefônico, o Nordeste se destaca, com 79,6%, contra a média percentual de 58,7% das outras três regiões, lógica semelhante ao atendimento por site/e-mail, apontado por 71,1% dos entrevistados nordestinos, contra uma média percentual de 43,5% das outras regiões do Brasil.

É possível perceber, apenas com base nesses dados, uma recorrência de compra maior por parte dos lojistas do Sudeste, uma proximidade física no atendimento e um número maior de atacadistas/distribuidores fornecendo materiais de construção no Sul, além da carência dos lojistas nordestinos: menos fornecedores com esse perfil, menor recorrência de compra e maior distanciamento da presença física dos vendedores.

No entanto, o grande paradoxo desse resultado é que 32,1% dos nordestinos têm mais de 50% do total do estoque fornecido pelos atacadistas, contra 30,7% no Sudeste; 28% no Sul e apenas 20% na região Centro-Oeste, que, de todas as regiões, foi a que indicou menor participação no estoque deste perfil de fornecedor.

O fato é que, segundo o Painel comportamental do consumo de materiais de materiais de construção, realizado pelo DataMkt Construção, que entrevistou, em 2017, 900 consumidores que haviam realizado uma grande obra residencial no período de setembro de 2016 a agosto de 2017, 60,8% dos consumidores fizeram compras nas Lojas de Bairro (pequenas, médias e multicategorias) durante a obra, sendo o canal com maior percentual de utilização, independentemente do valor gasto, volume e número de itens comprados, contra 46,7%, dos Home Centers/Lojas Grandes; e 40,8%, das Lojas de Tintas.

Neste momento de retomada das vendas do comércio de material de construção, que tudo indica continuará crescendo, o varejo, independentemente de seu porte, precisará mais do que nunca nestes últimos anos da parceria dos fornecedores para atender a demanda dos consumidores que, finalmente, estão voltando a construir, reformar, ampliar, fazer pequenos reparos e melhorias no lar.

O que dizer, então, da responsabilidade dos atacadistas/distribuidores perante um mercado com vendas tão pulverizadas como o nosso?

NEWTON GUIMARÃES, Head DataMkt Construção
e Diretor de Inteligência de Mercado Grupo Revenda

A empresa que mais entende de banho

LINHA DE AQUECEDORES DE ÁGUA A GÁS





CREDIBILIDADE, SEGURANÇA, ECONOMIA E CONFORTO ALIADOS A ALTA TECNOLOGIA.

A Lorenzetti é líder no segmento de aquecedores de água a gás. Investindo em alta tecnologia, possui uma linha completa de produtos testados e aprovados pelo INMETRO.

Uma empresa com 93 anos de história e com mais de 450 assistências técnicas em todo Brasil.

Lorenzetti, uma marca que você confia, uma empresa que não para de crescer.

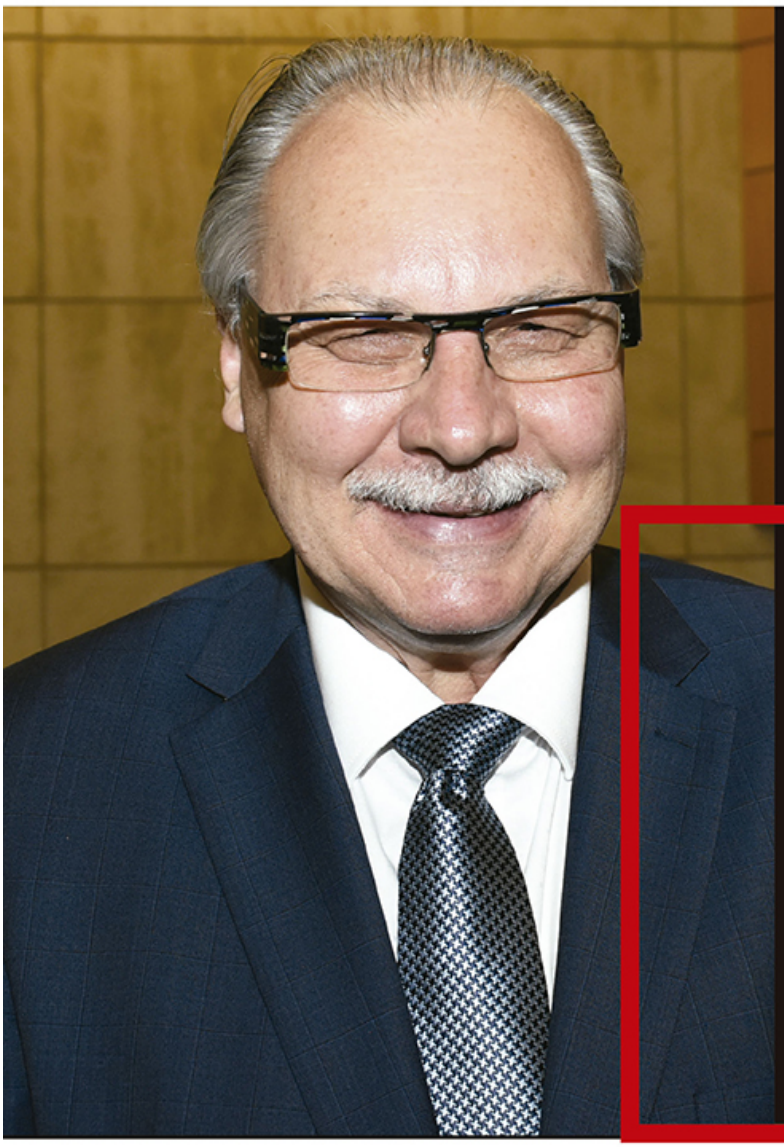
lorenzettioficial lorenzettisa App Store Google Play

0800 015 02 11 www.lorenzetti.com.br

LORENZETTI

Mais do que você imagina

AQUECEDORES DE ÁGUA A GÁS | DUCHAS E CHUVEIROS ELÉTRICOS | METAIS SANITÁRIOS | LOUÇAS SANITÁRIAS | PURIFICADORES DE ÁGUA | ILUMINAÇÃO | PLÁSTICOS SANITÁRIOS



"O setor atacadista é muito importante, principalmente para a nossa marca Irwin em que temos uma participação muito importante na distribuição dos nossos produtos na pequena e média revenda. Na Black&Decker, nós iniciamos um trabalho com os atacadistas há dois anos, com foco em todos os canais de venda, porque não temos expertise para realizar nem o trabalho de distribuição nem de vendas nas revendas. Então, é muito importante para todas as nossas marcas. É o mais importante setor para nos ajudar a levar nossos produtos nas pequenas e médias lojas. O setor de material de construção tem mais de 100 mil lojas, cobertas, totalmente, pelos atacadistas. Nós não conseguimos atender a cerca de cinco mil lojas então vejam como é importante a participação deles em nosso negócio. Estamos muito satisfeitos com o segundo semestre porque notamos um crescimento do mercado em relação ao primeiro semestre, temos novas linhas de produtos nas lojas e estamos otimistas que o ano vai muito bom para a empresa. Trabalhar com várias marcas é um desafio muito grande, mas temos várias equipes focadas em mostrar os diferenciais delas. Estamos com uma equipe muito profissional para trabalhar, de maneira independente, as diversas marcas da empresa, sob um único guarda-chuvas de gestão."

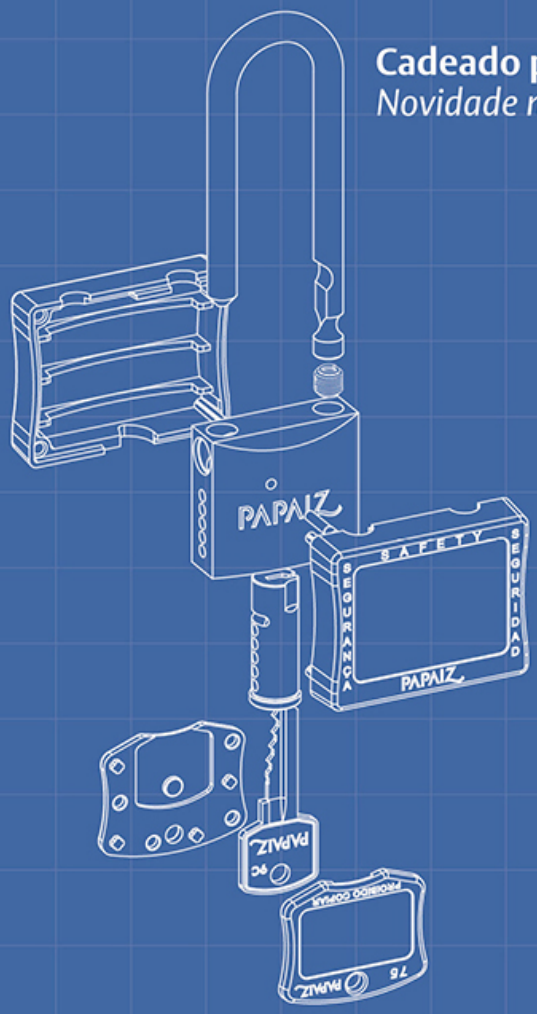
CRISTIANO ZWEINER, diretor Comercial Stanley/ Black&Decker/Irwin

"A participação dos atacadistas distribuidores de material de construção é muito importante para a Astra por causa da capilaridade que eles representam. Agilidade na entrega, alcançar pontos de venda, em praticamente todos os cantos do Brasil, e rapidez são pontos que destacamos como positivos e, por isso, grandes parceiros nossos. Eles são responsáveis por levar grandes quantidades e variedade de produtos da Astra em muitas lojas onde nós, como indústria, não conseguiríamos chegar com tamanha agilidade. Praticamente trabalhamos com atacadistas de todas as regiões do Brasil e temos fortes parcerias com alguns atacados que valorizam a marca Astra, muito conhecida no mercado, facilitando bastante na venda. A quantidade de clientes que eles atingem fazem com que os produtos Astra sejam ainda mais conhecidos."

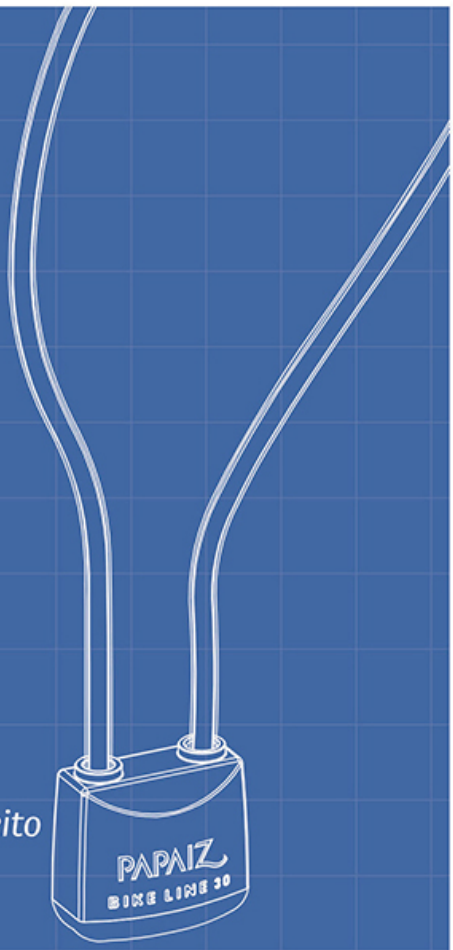
JOAQUIM CARVALHO, diretor Comercial Astra



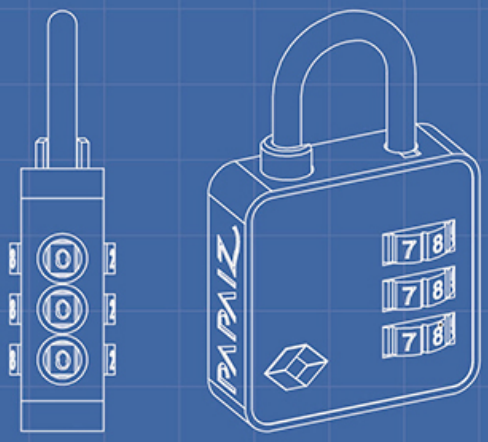
Os melhores cadeados tem um segredo: **Inovação!**



Cadeado para Bloqueio
Novidade no portfólio da Papaiz



Urban
Novo conceito



Linhas Travel TSA® e Fashion
Novas estampas

Conheça a coleção 2017 de cadeados e fechaduras

São mais de 10 novidades. Entre elas estão as novas estampas para os cadeados das linhas TSA e Fashion, um novo conceito para o Cadeado de Bicicleta, o Cadeado para Bloqueio, as quatro novas cores do Cadeado Segredo, os novos modelos de maçanetas e muito mais.

PAPAIZ
ASSA ABLOY

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

ASSA ABLOY, the global leader in door opening solutions



"É a melhor forma para chegar em nossos clientes finais, os consumidores. Sem o atacadista ficaríamos, totalmente, sem meios de alcançar a pulverização dos nossos produtos que eles conseguem. Trabalhamos com, praticamente, todos os atacadistas do Brasil inteiro e, trabalhando em conjunto com os nossos representantes, conseguimos colocar nossos produtos em milhares de pontos de venda em todo o Brasil. Muitos atendem aos grandes atacadistas. Graças ao trabalho de pulverização que eles fazem, encontramos os nossos produtos em locais que nem imaginávamos e isso torna a marca ainda mais difundida. Eles fazem um excelente trabalho. O mercado está reagindo e sentimos que o horizonte está se clareando neste segundo semestre e deveremos fechar o ano com crescimento por volta de dois dígitos e muito animados para o ano que vem. O mercado de material de construção está reagindo, deu uma descolada da política e, com as boas notícias boas da economia, o consumidor está voltando às compras."

Luis Gustavo Tomasi Dias, presidente da Adere

"O mercado do Atacado Distribuidor do Brasil ajuda muito a divulgar e a pulverizar o nosso produto. É de suma importância e eles estão presentes onde a gente não consegue chegar. No pequeno lojista, no médio. É formador de opinião e de extrema importância para a Sil. Tentamos chegar nesse público por meio do atacadista distribuidor, que faz um trabalhado excepcional em um país com pouca infraestrutura viária, com estradas e rodovias muito precárias. Por isso estamos junto com a revista Revenda Construção neste evento tão importante e que reconhece o bom trabalho feito por eles. Quanto ao mercado, podemos dizer que o segundo semestre está indo muito bem. Conseguimos aumentar a nossa participação no mercado em quantidade de peso do produto, que é o termômetro utilizado em nosso mercado por causa da utilização do cobre nos produtos Sil."

Pedro Morelli, diretor Comercial Sil





"Como trabalhamos em nível Brasil, acreditamos que o atacadista acaba distribuindo os nossos produtos para todo o Brasil. Este mercado tem um potencial muito grande em nosso segmento porque acaba pulverizando, atingindo todos os cantos do país.
Então, se fortalecer no atacado é muito positivo para a empresa. Atendemos o Brasil inteiro, no atacado e em outros segmentos. A nossa penetração é muito grande por causa desse nosso posicionamento. Trabalhamos com vários atacadistas e temos uma negociação muito boa com a maioria deles. Nos últimos três anos o mercado mudou bastante, e, em alguns segmentos foi muito difícil, mas, como a Megatron tem uma diversificação muito grande na linha de produtos, conseguimos equilibrar. Focando mais na linha de telecom, mercado que está bastante aquecido e nos ajudou nos últimos anos no crescimento, porque a internet cresceu muito e temos produtos para este segmento."

Valmir Ferreira dos Santos, gerente Comercial Megatron


MARTINS.
ENTRE OS 4 MELHORES DISTRIBUIDORES DE MATERIAIS DE CONSTRUÇÃO DO BRASIL.
Comemore com a gente e conte com a força do Sistema Integrado Martins para desenvolver, cada dia mais, o segmento de Material de Construção.
Esse prêmio também é seu!
12º PRÊMIO EXCELÊNCIA ATACADISTA DISTRIBUIDOR
MARTINS
MARTINS
TRIBANCO
TRIBANCO Seguros
Tricard
UNIVERSIDADE MARTINS DO VAREJO
IAMAR
efácil
SMART



" A nossa distribuição no Brasil não funcionaria sem o atacado porque a nossa carteira de 26 mil clientes diretos, com um ciclo longo de atendimento de três a quatro meses, e o atacado atende esses clientes semanalmente. Então, nós temos, hoje, uma participação grande no mercado de complementos para pintura e, com o atacado desempenhando o importante papel de levar os nossos produtos nos varejos que a gente abre, introduz produtos, treina vendedores. Consideramos o atacadista de extrema relevância e com o importante papel de manter a marca conhecida. Chegamos a 94 mil pontos de venda no Brasil e isso não seria possível os atacadistas. Quanto ao mercado, estamos sentindo, nos últimos quatro meses, uma mudança consistente de reposições mais curtas do varejo e do atacado, o que significa que o produto está girando mais rapidamente na ponta, o varejo. O mercado de grande construção e infraestrutura ainda não aconteceu, mas o pequeno varejo já voltou a vender.

Márcio Atz, diretor Comercial Pincéis Atlas

"Para nós é muito gratificante participar desse segmento atacadista, considerando que a nossa empresa trabalha muito a parte de distribuição. Como não trabalhamos a pulverização, é importante o trabalho junto aos atacadistas. Estamos trabalhando, cada vez mais, para ter um portfólio adequado a esse segmento porque sabemos que com eles temos a praticidade de chegar a todos os cantos do Brasil. Certamente através do atacado chegamos a cerca de 20 mil pontos de venda e entendemos que essa é a melhor forma de trabalhar pulverização e aumento da parte de SKU, a maior parte da companhia. Finalmente o mercado aqueceu muito a partir de junho, estamos muito contentes com os resultados do último trimestre e apostamos no crescimento e acreditamos que, até dezembro, vamos aumentar o faturamento com a colocação de novos produtos no mercado."

JEAN CARLOS BAZETO, gerente Nacional de Vendas Canal Especializado Ledvance/Osram





"O canal atacado tem um papel primordial na empresa. Primeiro pela capilaridade; segundo, pelas tecnologias das lâmpadas, que é o nosso produto. Antigamente tinha as lâmpadas incandescentes, halógenas e eletrônicas, e, com o advento do LED, as vendas melhoraram muito e a utilização dos atacadistas é bem importante para atingir grande número de pontos de venda em todo o país. Então, eu diria que tem um papel de protagonista na estratégia do nosso negócio. Uma das grandes vantagens da tecnologia LED é que as lâmpadas são de plástico, então, além de não afetar o meio ambiente, também têm zero de perda no transporte, ao contrário das antigas que eram de vidro. Estamos perto de 50 mil pontos de venda dos nossos produtos e temos uma perspectiva muito grande de crescimento nos canais alimentar e de 100% no matcom, que é o canal de material de construção. A ideia é avançar no pequeno varejo alimentar porque o pequeno varejo de material de construção está totalmente coberto."

Robson Strafaci, gerente Nacional Varejo da Ledvance/Osram

Agradecemos aos nossos fornecedores e lojistas pelos votos recebidos







Distribuidor exclusivo no PR / SC / RS

Premiado com o Troféu Excelência Atacadista Distribuidor

Somos **fortes**. Juntos somos **imbatíveis**!

www.gasparzinholtda.com.br

(47) 3330 -1331

Rua Johann Ohf, 2621 - Velha
CEP 89046-115 - Blumenau - SC
E-mail: gasparzinholtda@terra.com.br

27 anos

GASPARZINHO®

DISTRIBUIDORA DE MATERIAIS ELÉTRICOS



"O canal atacado é fundamental para nós para fazer o nosso produto chegar a mais de 100 mil pontos de venda. Os atacados, tantos os regionais quanto os nacionais, fazem chegar os nossos produtos aos mais diversos pontos do Brasil, de maneira rápida, segura e econômica. A Starrett está completando 60 anos de Brasil e vivendo um momento muito importante. A empresa é uma multinacional americana e tem 137 anos no mundo e nada melhor do que comemorar os 60 anos investindo em nossa fábrica em Itu, interior de São Paulo, uma ampliação fabril importante. A empresa resolveu fechar uma fábrica nos Estados Unidos e transferir toda a produção para o Brasil. É uma linha de metálica, utilizada para fazer serras de aço, antes importada e significa um motivo de grande orgulho para nós brasileiros que estávamos vivendo uma fase de muitas notícias ruins e uma luzinha é bem-vinda. A cada mês, notamos que o mercado melhora um pouco, ainda lento, mas perceptível."

CHRISTIAN ARNTSEN, vice-presidente da Starrett

"Os atacadistas são muito importantes para o segmento de material de construção e para nós. A Adelbras tem 48 anos e é a empresa que mais cresce em fitas adesivas no Brasil, e parte desse crescimento, devemos aos atacadistas que chegam em lugares aonde não teríamos condições de chegar por causa das distâncias e da logística. Hoje, a Adelbras atende, diretamente, 7.500 pontos de venda, dos quais cerca de 2.300 são, exclusivamente, revendas de material de construção, pontos ativos. Mas, com a ajuda dos atacadistas, chegamos tranquilamente a mais de 10 mil pontos de venda. Temos alguns clientes de bairro que não têm volume de pedido para a Adelbras vender diretamente, por isso a utilização do atacadista torna-se fundamental. Estamos otimistas com o segundo semestre, reflexo do nosso crescimento já notado no primeiro semestre."

Bruno Garcia Vieira, gerente Comercial da Adelbras





"As duas empresas do nosso grupo que têm negócios fortes junto aos atacadistas são a Silvana e a Papaiz com muita pulverização e precisam de um forte canal de distribuição. Para estas duas empresas os atacadistas têm participação importante no faturamento, principalmente a Silvana e são clientes com quem há proximidade, relacionamento excelente para chegar nos clientes que não conseguimos chegar, mais distantes, e o que entendemos é que porque justamente por conta da retração do mercado, muitos lojistas deixaram de comprar diretamente da fábrica, por causa do pequeno volume, e passaram a comprar dos atacadistas. Viram no atacado uma solução para comprar com mais frequência e quantidades menores. Os atacadistas têm participação importante para que os nossos cadeados cheguem às lojas de material de construção, e vamos utilizar outros atacadistas para chegar no mercado alimentício, que, também, está crescendo muito."

Claudia Cristina de Lucena, diretora Comercial do Grupo Assa Abloy


QUEM COMPARA QUALIDADE
SEMPRE PEDE LAMESA
MAIS SEGURANÇA E TRANQUILIDADE PARA SUA OBRA
fitell.com.br
Tel.: (19) 3623 1518 • Fax: (19) 3623 4255 • vendas@lamesa.com.br • lamesa.com.br
LAMESA
FIOS E CABOS ELÉTRICOS
INMETRO
TÜVRheinland
OCP 0004
QUALIFIO

CONHEÇA OS CAMPEÕES



1. Carlos Magalhães, Stanley/Black&Decker/Irwin, entrega o troféu a Jandira Tissot, Bonasoldi Distribuidora **2.** Carlos Magalhães e Pedro Decker, Depecil **3.** Carlos Magalhães e Julio Pandolfo, Diferpan Distribuidora **4.** Carlos Magalhães e Bruno Neves de Castro, Distribuidora Nacional **5.** Carlos Magalhães e Célio de Moura, Ferragens Negrão **6.** Carlos Magalhães e Moacir Rogério de Amorim, Gasparzinho



1. Carlos Magalhães e Mariana Morena de Carvalho Silveira, Orion Comercial **2.** Carlos Magalhães e Everaldo Costa, OVD **3.** Valmir Ferreira, Megatron, entrega o troféu para Murilo Costa, AM Comercial **4.** Valmir Ferreira e Victor Luiz Pereira Maia, Comercial Maia **5.** Valmir Ferreira e Pedro Morelli, que representou a Dimacol **6.** Valmir Ferreira e Adalberto Nabhan, Distac Distribuidora **7.** Valmir Ferreira e Murilo Costa, que representou a Mercante Distribuidora **8.** Márcio Atz, da Pincéis Atlas, entrega o troféu a Livia Nunes, Condor Atacadista **9.** Márcio Atz e Fabiano José Lopes, Distribuidora Lopes **10.** Márcio Atz e Willian Lopes, Martins **11.** Márcio Atz e Ricardo Colombo, Fort Distribuidora **12.** Márcio Atz e Maria Teresa Baz Calore, Mundial Atacadista

12º PRÊMIO EXCELÊNCIA ATACADISTA DISTRIBUIDOR



1. Márcio Atz e Wilson Luis da Costa Junior, Nova Casa **2.** Christian Arntsen, da Starrett, entrega o troféu a Ramon Boloix, Barzel **3.** Christian Arntsen e Rafael Rosset, Casa Cardão **4.** Christian Arntsen e Ramon Boloix, que representou a Cardão Comércio e Importação **5.** Christian Arntsen e Wagner Della Valle, Casa do Lojista **6.** Jean Carlos Bazeto, Ledvance/Osram, entrega o troféu a Paulo Tadashi, CCR Distribuidora **7.** Jean Carlos Bazeto e Paulo Victor Damião, Center Fertin **8.** Jean Carlos Bazeto e Aline Teixeira, Coelho Distribuidor **9.** Jean Carlos Bazeto e Paulo Hugo Castilho, Cofema Atacadista **10.** Jean Carlos Bazeto e Cesar dos Santos, Comercial Elétrica Aricanduva **11.** Pedro Morelli, da Sil Fios e Cabos, entrega o troféu a Mariana Ferrazi, Comercial Gerdau **12.** Pedro Morelli e Marcos Vinicius Salvi, Construjá

A DIFERENÇA ENTRE UMA OBRA E UMA OBRA-PRIMA É A EXCELÊNCIA



WWW.COBRECOM.COM.BR

OS FIOS E CABOS ELÉTRICOS COBRECOM SÃO FABRICADOS SEGUINDO OS MAIS RIGOROSOS PADRÕES DE QUALIDADE E ATENDEM A TODAS AS NORMAS EXIGIDAS POR LEI E PELO INMETRO. UTILIZADOS EM INSTALAÇÕES DE TODOS OS TIPOS E PORTES, REÚNEM EM UMA SÓ MARCA TUDO O QUE A SUA EMPRESA PRECISA. LEVE OS PRODUTOS COBRECOM PARA OS SEUS PROJETOS.

cobrecom

Fios e cabos elétricos

AS MAIORES VANTAGENS PARA OS MELHORES EMPREENDIMENTOS

TELEFAX: (011) 2118-3200 · COBRECOM@COBRECOM.COM.BR

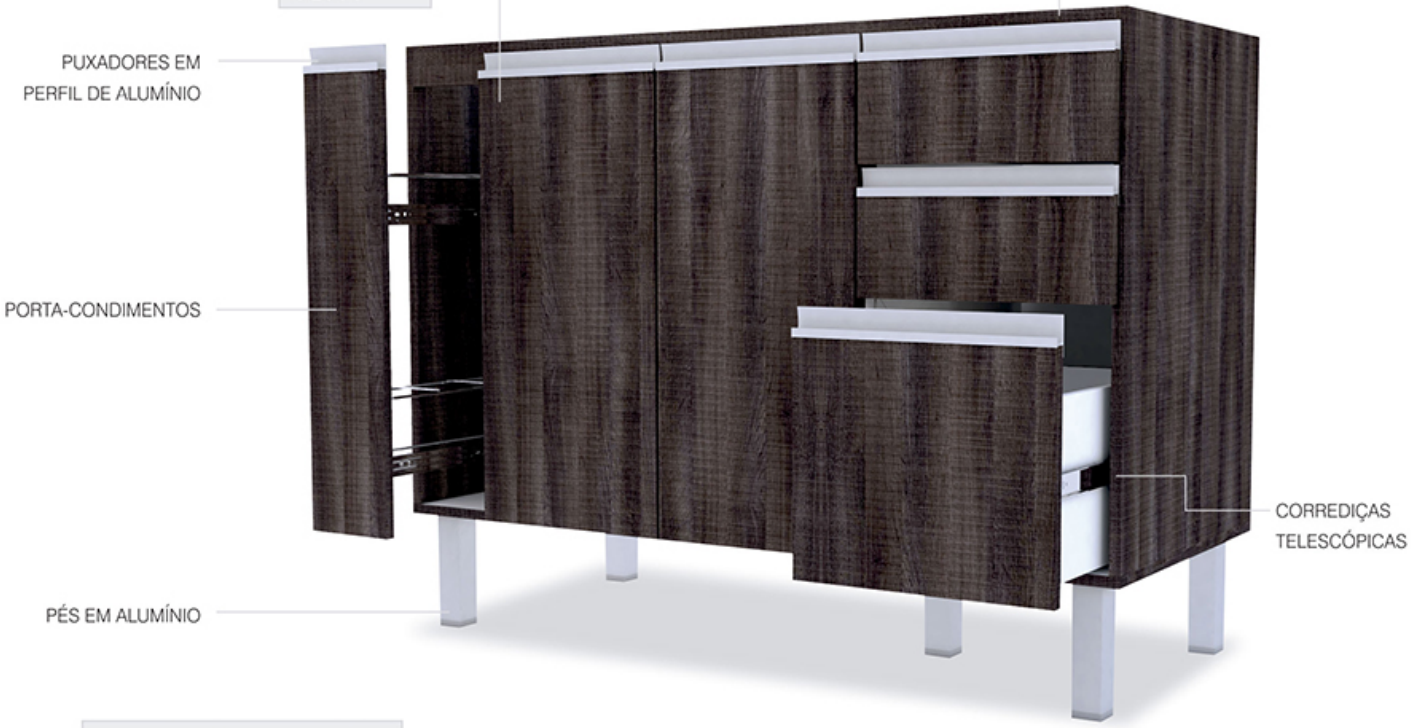
12º PRÊMIO EXCELÊNCIA ATACADISTA DISTRIBUIDOR



1. Pedro Morelli e Adriana de Araújo, Dime Distribuidora **2.** Pedro Morelli e Michele Ferreira Vilela, Distribuidora Sovil **3.** Pedro Morelli e José Augusto Galan, Eletroleste/Megaleste/Mateubras **4.** Pedro Morelli e Carlos Eduardo Racuia, Fera Atacado **5.** Marcos Lembo, Stanley/Black&Decker/Irwin, entrega o troféu a Vania D'Ipollito, Fornecedora Agnus **6.** Marcos Lembo e Eduardo Sbardelini Filho, Fuzil **7.** Marcos Lembo e Caio Teixeira Marcuci, Importadora Teixeira **8.** Marcos Lembo e André Gellis, Magia Distribuidora **9.** Marcos Lembo e Amanda Marques Orestes, Marest Distribuidora **10.** Marcos Lembo e João Francisco Gonaçalves, Navas Distribuidora **11.** Marcos Lembo Francisco Antonio dos Passos, Ótima Atacado **12.** Marcos Lembo e Gustavo Bartolomeu Recchioni, Tambasa

QUALIDADE PARA SEU CLIENTE, LUCRATIVIDADE E ALTO GIRO PARA SUA LOJA.

GABINETE TUPÃ



BANHEIRO EM MADEIRA AIMORÉ



2017 melhores empresas você s/a para trabalhar

2017 melhores empresas você s/a para começar a carreira

cozimax

Combina com sua casa.

GABINETES • BANHEIROS • TANQUES

AÇO & MADEIRA

www.cozimax.com.br

O QUE ROLOU NO EVENTO



1. Representantes da Megatron e Gasparzinho **2.** Representantes da Atlas **3.** Revista Revenda, Grupo Assa Abloy e Navas **4.** Representantes da Atlas e DataMKT **5.** Representantes da Martins e Starret



(19) 3656.9121
www.marest.com.br

AGRADECEMOS A TODOS NOSSOS CLIENTES,
FORNECEDORES E PARCEIROS POR MAIS ESSA CONQUISTA.

12º PRÊMIO EXCELÊNCIA
ATACADISTA DISTRIBUIDOR

12º PRÊMIO EXCELÊNCIA ATACADISTA DISTRIBUIDOR



1. Representantes da Sil Fios **2.** Representantes da Fortlev e Lopes Distribuidora **3.** Representantes do Center Fertin **4.** Representantes da Astra e Revista Revenda **5.** Representantes da Fortlev e Revista revenda **6.** Representantes da Revista Revenda **7.** Representantes da Depecil, Fort Distribuidora e Orion **8.** Representantes da Depecil e Astra **9.** Representantes da Lorenzetti e Martins

DESIGN QUE SE ATUALIZA. | QUALIDADE QUE SE MANTÉM.

MELHOR CUSTO BENEFÍCIO DO MERCADO.





30 ANOS
Produzindo as portas e janelas que o Brasil usa.

EBEL
PORTAS E JANELAS DE ALUMÍNIO

12º PRÊMIO EXCELÊNCIA ATACADISTA DISTRIBUIDOR



1. Equipe Grupo Revenda **2.** Representantes da Cortag e Revista revenda **3.** Representantes da Ilumi **4.** Representantes da Mundial Atacadista **5.** Representantes da Ilumi **6.** Representantes da Cobrecom e Revista Revenda **7.** Representantes da Fuzil **8.** Representantes da Gasparzinho e Adelbrás **9.** Representantes do Grupo Assa Abloy

PREMIADOS **PELA ATLAS**



1. Alessandro Brandão entrega o prêmio para Claudia Duarte Medeiros, da Martins; 2. Cassiano Cardoso, da Pincéis Atlas, entrega o prêmio a Daniel Lima, Cofema; 3. Dênis de Rosa, da Pincéis Altas, entrega o prêmio para Rafaela Elisa, Importadora Teixeira 4. Maurício Galhardi, da Pincéis Atlas, entrega o prêmio para Everaldo Costa, OVD

A SUA MELHOR ESCOLHA
EM ABRASIVOS E SUPERABRASIVOS

CORTE, DESBASTE
E ACABAMENTO

TOP OF MIND 2016 TOP 10 REVENDA CONSTRUÇÃO

- MATERIAIS FERROSOS
- PEDRAS EM GERAL
- MADEIRA

Siga-nos no facebook
facebook.com/TYROLITBR
11 4529.8700



Ferramentas Abrasivas de Alta Performance desde 1919
www.tyrolit.com.br

TYROLIT

OS MAIS VOTADOS

	NACIONAL	TOTAL
1	TAMBASA	14.80%
2	FERRAGENS NEGRÃO	11.12%
3	NOVA CASA	5.23%
4	MARTINS	4.65%
5	COFEMA / M.N. TERUYA	4.63%
6	CARDÃO COM. E IMPORTAÇÃO	4.50%
7	CASA DO LOJISTA	2.90%
8	CONSTRUJÁ	2.86%
9	DISTAC	2.64%
10	MUNDIAL ATACADISTA	2.32%
11	OVD	2.10%
12	ELETROLESTE	1.97%
13	DEPECIL	1.83%
14	CONDOR ATACADISTA	1.80%
15	CCR DISTRIBUIDORA (BONFIGLIOLI)	1.79%
16	FERRAGENS KING OURO	1.75%
17	GASPARZINHO	1.71%
18	BARTOFIL	1.63%
19	CENTER FERTIN	1.60%
20	DIME DE REALENGO MAT. ELÉTRICO	1.50%
21	BONASOLDI DISTRIBUIDORA	1.41%

	NACIONAL	TOTAL
22	COMERCIAL ROFE	1.37%
23	COMERCIAL MAIA	1.36%
24	DIFERPAN	1.31%
25	COELHO DISTRIBUIDOR LTDA	0.93%
26	ALMEIDA DISTRIBUIDORA	0.87%
27	MAGIA ATACADISTA	0.84%
28	CASA CARDÃO	0.77%
29	MERCANTE DISTRIBUIDORA	0.69%
30	ELÉTRICA ARICANDUVA	0.66%
31	NACIONAL DISTRIBUIDORA	0.63%
32	BELENUS	0.53%
33	NAVAS DISTRIBUIÇÃO	0.52%
34	FERA ATACADISTA	0.51%
35	A.M. COML. DISTRIB.	0.49%
35	DIMACOL - VALDIR SARAIVA	0.48%
35	MAREST	0.48%
35	GLOBAL CENTER COML. FERRAGENS (VAREJISTA)	0.48%
36	LOPES DISTRIBUIDORA	0.48%
37	ESPERANÇA NORDESTE	0.34%
38	AGNUS	0.30%
39	OTIMA ATACADO - ES	0.30%
40	IMPORTADORA TEIXEIRA	0.29%
41	BARZEL	0.27%
42	ORION COMERCIAL	0.26%
43	CASA DO SOLDADOR	0.23%
43	DESTRO MACRO ATACADO	0.23%
44	MANETONI	0.22%
45	ABREU E SILVA DISTRIBUIDOR	0.21%
45	COMERCIAL PARENTE	0.21%
45	NOVA DISTRIBUIDORA	0.21%
46	SOVIL	0.19%
46	PAMPULHA	0.19%
47	MINEIRA ATACADO DISTRIBUIDORA	0.18%
48	OLIVEIRA E GUERREIRO	0.17%
49	BOCUTO & CIA	0.15%
50	OBJETIVA	0.14%
50	FORT DISTRIBUIDORA	0.14%
51	SARGENTO FERRAGENS	0.13%
52	FUZIL	0.12%
52	COMERCIAL GERDAU	0.12%

CAMPEÕES POR CATEGORIA

Na votação por categoria, o Tambasa foi o mais votado novamente, o que atesta o bom trabalho que a empresa mineira desenvolve em todo o Brasil. Ferragens Negrão e Martins são outros atacadistas que tem bom desempenho em todas as categorias, como aconteceu no ano passado. A surpresa, esse ano, ficou por conta do resultado do Nova Casa, que está com desempenho muito bom e aumentando bastante sua participação no concorrido mercado

ATENDIMENTO	TOTAL
TAMBASA	15.0%
FERRAGENS NEGRÃO	10.9%
MARTINS	7.8%
OVD	4.2%
NOVA CASA DISTRIBUIDORA	3.2%
COFEMA / M.N. TERUYA	2.9%
CONSTRUJÁ	2.4%
GASPARZINHO	2.2%
CASA CARDÃO	2.2%
DISTAC	2.0%
MUNDIAL ATACADISTA	2.0%
DIFERPAN	1.8%
KING OURO	1.8%
BARTOFIL	1.7%
ORION COMERCIAL	1.7%
OUTROS	38%

SAC	TOTAL
TAMBASA	15.1%
FERRAGENS NEGRÃO	10.6%
MARTINS	8.1%
NOVA CASA DISTRIBUIDORA	4.3%
GRUPO OVD	3.0%
COFEMA / M.N. TERUYA	2.9%
CONSTRUJÁ	2.6%
CASA CARDÃO	2.5%
FERA ATACADO/ RACUIA DISTRIBUIDORA	2.3%
MUNDIAL ATACADISTA	2.1%
BARTOFIL	2.0%
DISTAC	1.9%
ORION COMERCIAL	1.8%
DIFERPAN	1.8%
FUZIL DISTRIBUIDORA	1.7%
OUTROS/NÃO SOUBERAM RESPONDER	37.1%



PÓS-VENDA	TOTAL
TAMBASA	15.4%
FERRAGENS NEGRÃO	10.7%
MARTINS	7.4%
NOVA CASA	4.5%
OVD	3.8%
COFEMA / M.N. TERUYA	3.4%
CONSTRUJÁ	2.5%
CASA CARDÃO	2.4%
DIFERPAN	2.1%
MUNDIAL ATACADISTA	2.0%
ALMEIDA DISTRIBUIDORA	1.9%
ORION COMERCIAL	1.9%
KING OURO	1.8%
DISTAC	1.8%
DISTRIBUIDORA PAMPULHA	1.7%
OUTROS/NÃO SOUBERAM RESPONDER	36.8%

PREOCUPAÇÃO COM SUA OPINIÃO	TOTAL
TAMBASA	10.7%
FERRAGENS NEGRÃO	10.1%
COFEMA / M.N. TERUYA	7.4%
MARTINS	6.7%
CASA CARDÃO	3.4%
DISTRIBUIDORA SOVIL	2.7%
DISTAC	2.7%
ROFE DISTRIBUIDORA	2.7%
MANETONI	2.7%
DIFERPAN	2.0%
CASA DO LOJISTA	2.0%
BARZEL	2.0%
COELHO DISTRIBUIDOR	2.0%
KING OURO	2.0%
COMERCIAL MAIA	1.3%
OUTROS/NÃO SOUBERAM RESPONDER	39.6%

MELHOR MIX	TOTAL
TAMBASA	17.2%
FERRAGENS NEGRÃO	11.2%
MARTINS	7.9%
NOVA CASA DISTRIBUIDORA	4.8%
COFEMA / M.N. TERUYA	3.8%
GRUPO OVD	3.3%
CASA CARDÃO	2.6%
CONSTRUJÁ	2.6%
MUNDIAL ATACADISTA	2.0%
DISTAC (GRUPO TUPAN)	2.0%
GASPARZINHO	1.9%
DIFERPAN	1.8%
ORION COMERCIAL	1.7%
CASA DO LOJISTA	1.5%
KING OURO	1.4%
OUTROS/NÃO SOUBERAM RESPONDER	34.3%



LINHA MAIS COMPLETA	TOTAL
TAMBASA	17.6%
FERRAGENS NEGRÃO	12.0%
MARTINS	7.9%
NOVA CASA DISTRIBUIDORA	4.9%
COFEMA / M.N. TERUYA	3.8%
GRUPO OVD	3.6%
CASA CARDÃO	2.8%
CONSTRUJÁ	2.5%
DISTAC (GRUPO TUPAN)	2.4%
MUNDIAL ATACADISTA	2.0%
KING OURO	1.9%
ALMEIDA DISTRIBUIDOR	1.8%
CASA DO LOJISTA	1.7%
ORION COMERCIAL	1.6%
MERCANTE DISTRIBUIDORA	1.4%
OUTROS/NÃO SOUBERAM RESPONDER	32.2%

MELHOR MIX DE MARCAS	TOTAL
TAMBASA	17.2%
FERRAGENS NEGRÃO	11.2%
MARTINS	7.9%
NOVA CASA DISTRIBUIDORA	4.8%
COFEMA / M.N. TERUYA	3.8%
GRUPO OVD	3.3%
CASA CARDÃO	2.6%
CONSTRUJÁ	2.6%
MAREST	2.0%
MUNDIAL ATACADISTA	2.0%
DISTAC (GRUPO TUPAN)	2.0%
ESPERANÇA NORDESTE	1.9%
DIFERPAN	1.8%
ORION COMERCIAL	1.7%
CASA DO LOJISTA	1.5%
OUTROS/NÃO SOUBERAM RESPONDER	33.6%

MELHOR PREÇO	TOTAL
TAMBASA	13.4%
FERRAGENS NEGRÃO	12.0%
MARTINS	7.7%
NOVA CASA DISTRIBUIBORA	4.8%
COFEMA / M.N. TERUYA	3.8%
GRUPO OVD	3.1%
CONSTRUJÁ	2.4%
CASA CARDÃO	2.4%
MUNDIAL ATACADISTA	2.4%
DIMACOL	2.2%
DISTAC (GRUPO TUPAN)	2.2%
CASA DO LOJISTA	2.1%
ALMEIDA DISTRIBUIDOR	2.0%
ORION COMERCIAL	1.9%
BARTOFIL / B.C.R	1.9%
OUTROS/NÃO SOUBERAM RESPONDER	35.7%



MELHOR PRAZO	TOTAL
TAMBASA	15.4%
FERRAGENS NEGRÃO	11.7%
MARTINS	7.8%
NOVA CASA DISTRIBUIDORA	4.6%
COFEMA / M.N. TERUYA	3.9%
GRUPO OVD	3.2%
CONSTRUJÁ	2.7%
CASA CARDÃO	2.7%
DISTAC (GRUPO TUPAN)	2.1%
MUNDIAL ATACADISTA	2.1%
BARTOFIL / B.C.R	2.0%
ÓTIMA ATACADO	2.0%
ALMEIDA DISTRIBUIDOR	1.9%
DIFERPAN	1.9%
CASA DO LOJISTA	1.7%
OUTROS/NÃO SOUBERAM RESPONDER	34.1%

MELHOR FACILIDADE DE CRÉDITO	TOTAL
TAMBASA	14.7%
FERRAGENS NEGRÃO	11.9%
MARTINS	8.0%
NOVA CASA DISTRIBUIDORA	4.4%
COFEMA / M.N. TERUYA	3.6%
GRUPO OVD	3.5%
CONSTRUJÁ	2.7%
CASA CARDÃO	2.5%
DISTAC (GRUPO TUPAN)	2.3%
MUNDIAL ATACADISTA	2.1%
ALMEIDA DISTRIBUIDOR	1.9%
FORT DISTRIBUIDORA	1.9%
BARTOFIL / B.C.R	1.6%
COELHO DISTRIBUIDOR	1.6%
ORION COMERCIAL	1.5%
OUTROS/NÃO SOUBERAM RESPONDER	35.3%

PONTUALIDADE	TOTAL
TAMBASA	14.6%
FERRAGENS NEGRÃO	11.3%
MARTINS	6.7%
NOVA CASA DISTRIBUIÇÃO	4.7%
GRUPO OVD	3.3%
COFEMA / M.N. TERUYA	3.2%
CASA CARDÃO	2.8%
CONSTRUJÁ	2.8%
DISTAC (GRUPO TUPAN)	2.3%
MUNDIAL ATACADISTA	2.1%
ALMEIDA DISTRIBUIDOR	2.0%
GASPARZINHO	1.9%
DIFERPAN	1.9%
ORION COMERCIAL	1.9%
BARTOFIL /B.C.R	1.8%
OUTROS/ NÃO SOUBERAM RESPONDER	36.8%

A tradição em **novo tempo!**

Há mais de 40 anos no mercado brasileiro, a Plastifluor, atendendo às necessidades e anseios de seus clientes, lança o Fio Veda Rosca Firlon, ampliando a família Firlon, que agora apresenta além das fitas veda rosca, as fitas isolantes, crepe, empacotamento, demarcação de solo e multiuso.



Imagens meramente ilustrativas.

(11) **2504.5858**
vendas@**plastifluor**.com.br
plastifluor.com.br

Plastifluor®

PROMOÇÃO NO PDV	TOTAL
TAMBASA	15.8%
FERRAGENS NEGRÃO	11.0%
MARTINS	6.6%
COFEMA / M.N. TERUYA	3.7%
NOVA CASA DISTRIBUIDORA	3.6%
GRUPO OVD	3.1%
CASA CARDÃO	2.8%
CONSTRUJÁ	2.5%
DISTAC (GRUPO TUPAN)	2.5%
BARTOFIL / B.C.R	2.0%
BELENUS	2.0%
ORION COMERCIAL	2.0%
MUNDIAL ATACADISTA	1.9%
COELHO DISTRIBUIDOR	1.7%
CASA DO LOJISTA	1.6%
OUTROS/ NÃO SOUBERAM RESPONDER	37.2%

MAIS CREDIBILIDADE	TOTAL
TAMBASA	14.9%
FERRAGENS NEGRÃO	11.2%
MARTINS	7.5%
NOVA CASA DISTRIBUIDORA	4.8%
COFEMA / M.N. TERUYA	3.5%
GRUPO OVD	3.2%
CASA CARDÃO	2.5%
CONSTRUJÁ	2.5%
DISTAC (GRUPO TUPAN)	2.3%
ALMEIDA DISTRIBUIDOR	2.2%
MUNDIAL ATACADISTA	2.1%
BARTOFIL/ B.C.R	1.8%
MAREST DISTRIBUIDORA	1.8%
DIFERPAN	1.7%
ORION COMERCIAL	1.7%
OUTROS/ NÃO SOUBERAM RESPONDER	36.1%

Ilumi faz +

ilumi.com.br ilumibrasil

+ Treinamentos

150 treinamentos para 5000 pessoas em todo Brasil.





+ Trade Marketing

1200 PDVs visitados nos últimos 06 meses.





+ Produtos

Mais de 1700 produtos no portfólio.

+ TV

Programa Jogo Aberto na Band;
Campeonato Brasileiro na EPTV;
Taça EPTV de Futsal.



ILUMI® MATERIAIS ELÉTRICOS

marca do lar brasileiro

OPNIÃO DO VAREJO

CENTRO OESTE	TOTAL
NOVA CASA	25.4%
MUNDIAL ATACADISTA	13.8%
CONDOR ATACADISTA	8.5%
DISTRIBUIDORA LOPES	8.2%
MARTINS	7%
TAMBASA	7%
FERRAGENS NEGRÃO	4.4%
OVD	4.3%
BARTOFIL	2.8%
NOVA DISTRIBUIDORA/REI DA FERRAGEM	2.8%
ROFE DISTRIBUIDORA	2.8%
COMERCIAL DE FERAGENS MINEIRA	2.6%
FORT DISTRIBUIDORA	1.3%

NORDESTE	TOTAL
FERRAGENS NEGRÃO	31.2%
DISTAC DISTRIBUIDORA	13.5%
MARTINS	12.2%
COMERCIAL MAIA	11.0%
ROFE DISTRIBUIDORA	6.6%
TAMBASA	6.6%
ALMEIDA DISTRIBUIDOR	3.8%
MERCANTE DISTRIBUIDORA	2.6%
AM COMERCIAL	2.3%
DIMACOL	2.1%
ESPERANÇA NORDESTE	1.5%
ABREU E SILVA DISTRIBUIDOR	1.0%
COMERCIAL PARENTE	1.0%

SUDESTE	TOTAL
TAMBASA	26.3%
COFEMA ATACADISTA	5.7%
CARDÃO COMÉRCIO E IMPORTAÇÃO	4.9%
FERRAGENS NEGRÃO	4.5%
CASA DO LOJISTA	4.2%
CONSTRUJÁ	4.1%
ELETROLESTE/MEGALESTE/MATEUBRÁS	3.8%
CCR DISTRIBUIDORA (BONFIGLIOLI)	3.5%
FERRAGENS KING OURO	3.2%
CENTER FERTIN	2.9%
DIME DISTRIBUIDORA	2.8%
COELHO DISTRIBUIDOR	2.7%
MAGIA DISTRIBUIDORA	2.6%
CASA CARDÃO	2.5%
COMERCIAL ELÉTRICA ARICANDUVA	2.4%
BELENUS	2.3%
NAVAS DISTRIBUIÇÃO	2.2%
FERA ATACADO / RACUIA ATACADISTA	2.1%
GLOBAL CENTER COMERCIAL FERRAGENS	2.0%
MAREST DISTRIBUIDORA	2.0%
FORNECEDORA AGNUS	1.9%
BARTOFIL	1.9%
ÓTIMA ATACADO	1.7%
IMPORTADORA TEIXEIRA	1.5%
BARZEL	1.2%
DESTRO MACRO ATACADISTA	1%
MANETONI	0.8%
DISTRIBUIDORA PAMPULHA	0.7%
DISTRIBUIDORA SOVIL	0.7%
COMERCIAL ELÉTRICA GUERREIRO	0.5%
BOCCUTO & CIA	0.4%
OBJETIVA ATACADISTA	0.3%
SARGENTO FERRAGENS	0.2%
COMERCIAL GERDAU	0.1%
FUZIL	0.1%

SUL	TOTAL
FERRAGENS NEGRÃO	25.4%
NOVA CASA	8.5%
OVD	8.2%
DEPECIL	7.0%
GASPARZINHO	6.5%
BONASOLDI DISTRIBUIDORA	5.7%
MARTINS	4.4%
MUNDIAL ATACADISTA	4.4%
DIFERPAN DISTRIBUIDORA	4.4%
DISTRIBUIDORA NACIONAL	3.5%
CONDOR ATACADISTA	2.8%
DISTRIBUIDORA LOPES	2.8%
TAMBASA	2.6%
ORION COMERCIAL	2.6%
CASA DO SOLDADOR	1.3%

OPNIÃO DAS INDÚSTRIAS

SUDESTE	TOTAL
TAMBASA	32.3%
BONASOLDI DISTRIBUIDORA	9.6%
ELETROLESTE	8.0%
ORION	6.8%
BARTOFIL	5.6%
FERRAGENS NEGRÃO	5.2%
COFEMA / M.N. TERUYA	4.0%
DIME DDISTRIBUIDORA	3.2%
CASA LOJISTA	2.8%
FERA ATACADISTA	2.8%
FORT DISTRIBUIDORA	2.8%
NAVAS DISTRIBUIÇÃO	2.8%
CCR DISTRIBUIDORA (BONFIGLIOLI)	2.0%
CONSTRUJÁ	1.6%
FERRAGENS KING OURO	1.6%
MARTINS	1.6%
CENTER FERTIN	1.2%
ANDRA MATERIAIS ELETRICOS	0.8%
CASA CARDÃO	0.8%
COMERCIAL RAMADA	0.4%

SUL	TOTAL
ORION	18.4%
FERRAGENS NEGRÃO	17.5%
BONASOLDI	16.7%
TAMBASA	14.2%
DEPECIL	9.6%
NOVA CASA	7.9%
DIME DISTRIBUIDORA	2.9%
DIFERPAN	2.5%
DISTRIBUIDORA NACIONAL	2.1%

CENTRO OESTE	TOTAL
TAMBASA	13.6%
NOVA CASA DISTRIBUIDORA	8.8%
MUNDIAL ATACADISTA	5.8%
BONASOLDI DISTRIBUIDORA	5.5%
ORION	5.5%
CONDOR ATACADISTA	3.6%
FERRAGENS NEGRÃO	3.6%
OBJETIVA ATACADISTA	3.2%
IRMÃOS SOARES	2.6%
FORT DISTRIBUIDORA	2.3%
NAVAS DISTRIBUIÇÃO	2.3%
OPÇÃO	2.3%

NORDESTE	TOTAL
DISTAC	11.9%
TAMBASA	11.9%
DIMACOL	10.6%
MERCANTE DISTRIBUIDORA	10.6%
BONASOLDI DISTRIBUIDORA	7.5%
ALMEIDA DISTRIBUIDORA	7.0%
FERRAGENS NEGRAO	5.3%
MARTINS	4.4%
ORION	4.4%
COMERCIAL MAIA	3.5%



TODO MUNDO DEVE TER

Se bem utilizada, a espuma de poliuretano possibilita mascarar as imperfeições de acabamento, detalhes que podem comprometer uma obra. Mas, ainda pouco conhecida pelo grande público consumidor, principalmente o do “faça você mesmo”, cabe ao revendedor explicar as corretas aplicações do produto. Outras aplicações, ficam por conta do usuário

CONCORRENTE BOM É CONCORRENTE PERTO.

Versus Nexial é uma completa suite digital de monitoramento estratégico para que você possa acompanhar de forma prática e em tempo real cada passo de seus concorrentes.
Versus Nexial empodera equipes comerciais e de marketing, estabelecendo um processo sistemático e contínuo de avaliação dos produtos, serviços, preços, comunicação e estratégias de trabalho das organizações que concorrem no seu mercado, com a finalidade de comparar desempenhos e identificar oportunidades de melhoria na sua empresa.

- Monitore a movimentação nos websites
- Acompanhe a publicação de notícias relevantes
- Fique atento aos comunicados à imprensa
- Mantenha-se ligado nas mídias sociais
- Fique de olho na opinião dos consumidores
- Monitore as políticas de preço
- Registre as ações off line
- Configure seu painel de monitoramento e altere quando quiser
- Conte com múltiplos usuários para um monitoramento completo

VERSUS nexial

cada passo do seu concorrente, logo ali na tela do seu computador ou smartphone.

+55 11 4191-5413
eficiencia@nexial.com.br



Assine agora pelo PagSeguro.
Ou faça um teste gratuito, acessando versus.nexial.com.br

AMAZONAS

Indicada para fixação, preenchimento de espaços, isolamento térmico e acústico, acabamento e vedação, a espuma expansiva de poliuretano da Amazonas é um adesivo de poliuretano expansível monocomponente e isento de CFC. Após endurecido, resiste a temperaturas entre 35ºC e 80ºC e pode ser cortado e lixado de duas a três horas depois de aplicado. Disponível na cor creme, em embalagens de 500 ml, a espuma é ideal para instalação de batentes e portas, janelas, telhas, placas de isolamento térmico, na acomodação de banheiras, ar-condicionado, na eliminação de goteiras, revestimento de barcos, portas frigoríficas, junções de paredes e divisórias.

Matheus Giolo Romeiro, gerente de Negócio da área de Construção da Amazonas, afirma que a estratégia de venda e exposição para espumas de poliuretano pode variar muito em função do tamanho e conceito de cada loja, mas recomenda que o produto esteja disponível na área de autosserviço. "O mais importante é auxiliar o consumidor da melhor maneira possível por meio de uma exposição eficiente, com organização de produtos, preços e informações sobre o uso de cada item", considera. Ele lembra que a Amazonas desenvolve várias ações em parceria com os lojistas, seja diretamente ou via atacadistas e distribuidores. "Entre as quais, existem os treinamentos, material de ponto de venda – como expositores, catálogos, banners, etc. –, e o forte investimento na comunicação dos produtos. As atualizações de embalagens são constantes e procuram atender às tendências do mercado e às demandas dos consumidores", explica.

Para Matheus, o mercado ainda sofre os impactos da crise econômica, mas já começa a dar sinais de melhora. "A expectativa é que o resultado do segundo semestre seja melhor do que o primeiro, levando em consideração os dados históricos de sazonalidade desse mercado", avalia. "Além disso, acreditamos na retomada gradual da economia e também no potencial de crescimento do setor da construção civil", encerra.

"O mais importante é auxiliar o consumidor da melhor maneira possível por meio de uma exposição eficiente, com organização de produtos, preços e informações sobre o uso de cada item"

MATHEUS GIOLO ROMEIRO, gerente de Negócio da área de Construção da Amazonas

ÂNCORA

A Âncora tem uma linha completa de Sistemas de Fixação que atende às diversas necessidades do mercado, acompanhando as tendências e as evoluções do segmento. "Um de nossos produtos mais versáteis é o MS45, um selante à base de polímero híbrido resistente a mofo, UV e à umidade. Suas aplicações vão desde vedação e colagem de painéis metálicos, telhas e calhas, até preenchimento de juntas de dilatação", diz o coordenador comercial da empresa, Diego Lacerda. "Além disso, o produto pode ser encontrado nas cores branca e cinza, e aceita pintura após a secagem completa", informa.

Lacerda orienta a exposição do produto nos pontos de maior circulação e destaque dentro da loja, por tratar-se de um item de alto giro. "Nossa equipe pode, ainda, por meio de estudos de marketing, oferecer ao revendedor soluções estratégicas e personalizadas para a melhor exposição do produto, além de ações e treinamentos para o público no PDV", continua.

Para ele, o mercado tem apresentado sinais claros de recuperação. "Como nossos produtos atendem a todas as etapas da obra, seja em setores com produtividade maior como os Sistemas de Fixação



1. Produto Amazonas
2. Produto Âncora
3. Produto Cascola
4. Produto Fischer

a Pólvora e a Gás – presentes em quase toda a construção – e outros mais técnicos como os chumbadores químicos, muito utilizados nas paredes de diafragma e fixações de guarda-corpo e corrimãos, temos sentido que a movimentação na Construção Civil aumentou".

CASCOLA

Na categoria de espuma de poliuretano, a empresa destaca a Cascola Espuma Expansiva. O produto possui alta performance e é indicado para vedar e isolar de maneira durável uma variedade de materiais, como madeira, alvenaria, metais e plásticos. Também pode ser utilizado na fixação de batentes de portas e janelas, vedação de ar-condicionado, isolamento térmico e acústico e preenchimento de espaços em geral. A cura total da espuma dura entre duas e oito horas, dependendo da quantidade aplicada e situação climática. O produto expande até três vezes seu volume inicial e este processo ocorre de maneira controlada, dessa forma, não há formação de bolhas ou "buracos" na sua estrutura, proporcionando maior resistência mecânica e evitando deformações ao longo do tempo.

Claudio Amadio, gerente da marca Cascola, informa que a empresa continua investindo no mercado. "Apesar do cenário desafiador, seguimos investindo no mercado brasileiro e buscando o segmento mais profissional e de maior consumo por aplicação. Acreditamos que investir em diferenciação é fundamental para o sucesso da marca, mesmo em períodos de atividade econômica mais fraca, e estamos confiantes de que iremos atingir nossos objetivos para a categoria de espumas de poliuretano", diz.

Uma ação destacada por Amadio é a forte relação que a empresa tem com

"Como nossos produtos atendem a todas as etapas da obra, seja em setores com produtividade maior como os Sistemas de Fixação a Pólvora e a Gás – presentes em quase toda a construção – e outros mais técnicos como os chumbadores químicos, muito utilizados nas paredes de diafragma e fixações de guarda-corpo e corrimãos, temos sentido que a movimentação na Construção Civil aumentou".

DIEGO LACERDA,
coordenador comercial
Construção da Âncora





"Apesar do cenário desafiador, seguimos investindo no mercado brasileiro e buscando o segmento mais profissional e de maior consumo por aplicação. Acreditamos que investir em diferenciação é fundamental para o sucesso da marca, mesmo em períodos de atividade econômica mais fraca, e estamos confiantes de que iremos atingir nossos objetivos para a categoria de espumas de poliuretano"

CLAUDIO AMADIO, gerente da Cascola

os revendedores e profissionais. "Nos pontos de venda, temos como objetivo apresentar toda linha de produtos e suas aplicações, tornando-o apto a explicar ao consumidor as características e os diferencias de cada um dos nossos produtos por meio de treinamentos e materiais de apoio.Também consideramos que uma comunicação eficiente é muito importante para impactar o nosso target. Por isso, investimos em materiais de pontos de venda, ações de relacionamento, aproveitando datas comemorativas, como o mês do marceneiro, treinamentos e ferramentas digitais", finaliza.

FISCHER

A Fischer conta com duas versões de espumas em seu portfólio: Standard, disponível em embalagens de 300 ml e 500 ml; e Premium, que tem rendimento de até 45 litros expandida e possui o máximo em peso líquido, podendo ser encontrada em 500 ml, 750 ml e uma opção 750 ml para uso com aplicador.

"Apesar do nome, nossa versão Standard é uma espuma de excelente qualidade, rendimento até 28 litros e um dos maiores pesos líquidos na lata", afirma Rafael Matoshima, gerente de marketing e produtos. "Já nossa Premium é reconhecida no mercado pela excelente qualidade", segue. Ele explica que a válvula ergonômica da espuma Premium permite uma instalação fácil, rápida e prática, além de ser reutilizável.

Sobre a exposição dos produtos nas revendas, Matoshima detalha que a maneira correta é manter em uma temperatura entre 5°C e 35°C, sendo a temperatura ideal 20°C. "Também é importante manter os produtos sempre na posição vertical e afastados de calor, faísca, chama aberta e superfícies quentes", encerra.

TEKBOND

A Tekbond dispõe de um mix com mais de 500 produtos, como, por travas químicas, silicones, tintas e fitas adesivas e a linha de cianos – os adesivos instantâneos. "Na linha de adesivos, nosso destaque é o Tekbond 793, campeão de vendas e querido pelo mercado da construção. Ainda nesse segmento, outros destaques são os silicones acéticos, neutros e à base d'água, as espumas expansivas, o PU, a veda calha, as fitas adesivas e as tintas spray", enumera o gerente nacional de vendas da Tekbond, Rodney Zacharias. Além disso, ele reforça que, desde março, a linha de adesivos epóxi Araldite também passou a fazer parte do portfólio da empresa.

Para ele, é fundamental o revendedor ter em mente que cola é o tipo de produto que se compra por impulso. "Por isso, posicionar adesivos próximos aos caixas e trabalhar bem o cross merchandising, colocando, por exemplo, um silicone no local onde se vende janelas, são ações inteligentes de lojistas que trabalham bem o gerenciamento de categorias de seus estabelecimentos", avalia.

"2017 está sendo o melhor ano da Tekbond, com excelentes conquistas, tanto no mercado quanto internamente. No final de março, recebemos da empresa Huntsman, proprietária da marca Araldite, a concessão para fabricar e distribuir os produtos Araldite com exclusividade no país", comemora Zacharias. "Outra excelente notícia foi feita no dia 24 de julho, data em que o Grupo Saint Gobain anunciou ao mercado a aquisição da Tekbond. Aguardamos apenas a aprovação do Cade consolidando a união das duas empresas", declara.

"Entre os diferenciais da Espuma Expansiva da Vonder, destaca-se o fato de não encolher e não ceder às variações climáticas, com tempo de cura total entre 12 e 24 horas após aplicação"

ELISÂNGELA DURÃES, gerente de marketing da Vonder

VEDACIT

O destaque da Vedacit é o Expancit, espuma de poliuretano monocomponente pronta para uso, com alto poder de expansão e aderência. O produto preenche as cavidades com uma espuma semirrígida, com grande poder de vedação e resistente às intempéries. Além de vedar, proporciona excelente isolamento termoacústico aos ambientes. É indicado para isolamento e preenchimento de fendas, buracos e aberturas em geral, como encunhamento de alvenaria, chumbamento de batentes e esquadrias, instalações de ar-condicionado e caixas de força, luz, telefone e isolamento de tubulação. Depois de endurecido, pode ser cortado, lixado e pintado.

Bruno Pacheco, gerente de Produtos da Vedacit, afirma que o Expancit não é afetado por sazonalidade nas vendas. "Este ano tivemos crescimento de 20% com o produto", orgulha-se. Para explorar a compra por impulso por parte do consumidor, Pacheco indica aos revendedores que trabalhem com os produtos não apenas na gôndola natural e atrás do balcão. "Uma forma eficiente é expor a parte da frente da loja ou em outros espaços fora da gôndola natural em expositores conhecidos como cross category", orienta.

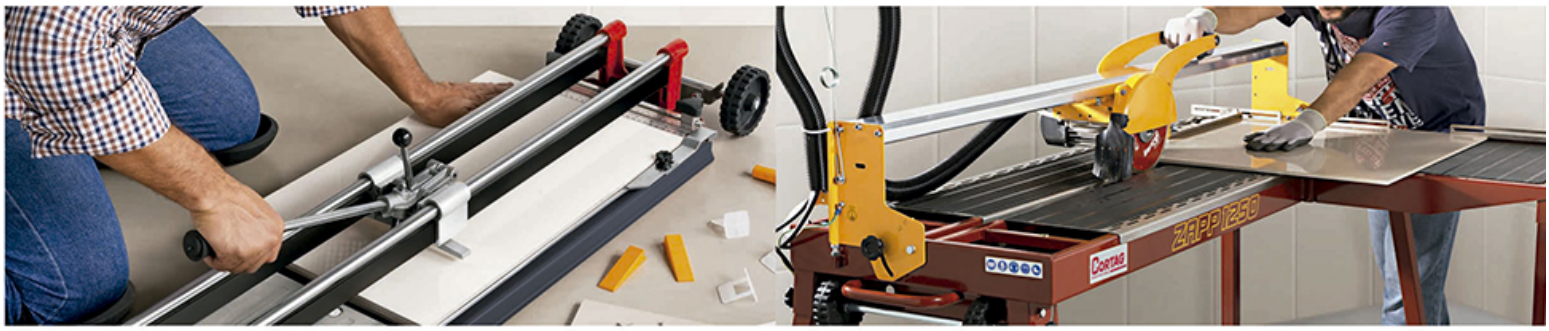
"2017 está sendo o melhor ano da Tekbond, com excelentes conquistas, tanto no mercado quanto internamente. No final de março, recebemos da empresa Huntsman, proprietária da marca Araldite, a concessão para fabricar e distribuir os produtos Araldite com exclusividade no país",

RODNEY ZACHARIAS,
gerente nacional de vendas da Tekbond

VONDER

Considerada um item básico e fundamental na construção civil, a Espuma Expansiva de Poliuretano Vonder contribui, de forma bastante prática, para a eliminação de vibrações e ruídos, sendo indicada para vedar, fixar, preencher, selar e calafetar. O produto tem excelente adesão sobre vários tipos de materiais, como: metais, madeiras, alvenaria, concreto, cerâmica, mármore, entre outros, sendo ideal para montagem de batentes de portas e janelas, acabamentos em instalações de aparelhos de ar-condicionado, entre outras aplicações.

"Entre os diferenciais da Espuma Expansiva da Vonder, destaca-se o fato de



Líder nacional

Cortadores de precisão para pisos cerâmicos e porcelanatos.



Soluções para o assentamento de pisos e revestimentos

CORTAG
REVOLUTION TOOLS

não encolher e não ceder às variações climáticas, com tempo de cura total entre 12 e 24 horas após aplicação", informa a gerente de marketing Elisângela Durães. O produto possui válvula reutilizável, que evita que a espuma seque na mangueira de aplicação – para isso, basta dobrar e prender a mangueira conforme orientação da embalagem, com rendimento de até 32 litros. Esse item, por ser básico na construção civil, tem alto giro no ponto de venda, estando entre os líderes de comercialização nos revendedores de materiais de construção. Elisângela também reforça a importância das embalagens para essa linha de produtos. "Um dos destaques do produto da Vonder é a embalagem auto-explicativa, permitindo a quem usa o acesso a todas as orientações de uso e conservação do produto", explica.

SELENA

Este ano, a Selena lançou no mercado o novo aplicador de espuma manual Ergo – exclusivo da Tytan – um adaptador exclusivo que torna a aplicação muito mais fácil e cômoda. Seu formato anatômico permite a aplicação com apenas uma das mãos, proporcionando melhor controle sobre o fluxo da espuma e garantindo melhor rendimento. Além disso, permite o reuso da espuma por até duas semanas.

Também lançou outros produtos, como explica Alfredo Mann, diretor de Vendas da Selena: "Além do novo gatilho ERGO, a Tytan lançou, também, este ano a Espuma Portas e Janelas Manual. Que é comprovadamente a espuma expansiva de 500ml com o maior rendimento já comercializada no Brasil. São 35 litros de rendimento e mais de 40 metros lineares, combinados a uma formulação exclusiva de baixa expansão, que não deforma os batentes e tempo de corte de 30 minutos e ainda é Multiposição, permitindo o uso da espuma em qualquer posição."

Mann explica que não houve queda nas vendas de espumas nos últimos anos. "A cultura do PU ainda está se popularizando no país e tende a crescer. Neste ano, já entregamos mais de 1,5 milhão de latas de espuma expansiva no mercado. E continuamos fortalecendo nossas parcerias com grandes clientes e instaladores de portas e janelas, distribuídores, lojistas e construturas", explica.

Para melhor divulgação dos seus produtos, a Selena mantém um time de vendas preparado para realizar demonstrações de produtos e comparações aos clientes nos pontos de venda. E também realizam treinamentos constantes com sua equipe de vendas. "Além disso, temos técnicos de aplicação que passam grande parte do tempo ministrando treinamentos para instaladores, usuários e balconistas", conta Mann.

> *"Uma forma eficiente é expor a parte da frente da loja ou em outros espaços fora da gôndola natural em expositores conhecidos como cross category"*
>
> **BRUNO PACHECO, gerente de Produtos da Vedacit**

> *"A cultura do PU ainda está se popularizando no país e tende a crescer. Neste ano, já entregamos mais de 1,5 milhão de latas de espuma expansiva no mercado. E continuamos fortalecendo nossas parcerias com grandes clientes e instaladores de portas e janelas, distribuídores, lojistas e construturas"*
>
> **ALFREDO MANN, diretor de vendas da Selena**



PULVITEC

O produto da Pulvitec chama-se Poly Espuma Construção, e suas utilizações são basicamente duas: a fixação de portas e janelas e a selagem de grandes espaços como, por exemplo, ao redor de um ar-condicionado de parede ou buracos sob o telhado. A capacidade de expansão da Poly Espuma Construção é 30 litros, semelhante a muitos produtos disponíveis no mercado, porém o grande diferencial está na qualidade desta expansão. Existem espumas de PU que expandem-se desigualmente, ou seja, uma parte do produto seco fica com poros muito fechados e outra com poros muito abertos. Caso uma porta



seja fixada com uma espuma que expande desigualmente, ela poderá entortar ou até cair, pois o local onde os poros estão muito abertos não oferece resistência.

O diretor commercial da Pulvitec, Arley Ribeiro afirma que o mercado não está muito favorável neste momento. "O mercado de espuma de PU crescia cerca de 10% ao ano, mas, com a redução das atividades da construção civil, também deixou de crescer nos últimos anos. Não existe uma sazonalidade, pois a instalação de portas e janelas pode ocorrer o ano inteiro."

"A correta exposição do produto deve ser, em geral, à esquerda do produtos de acabamento, como silicones e tintas, uma vez que é aplicado anteriormente. Displays também ajudam, assim como pontos extras perto de portas e janelas", recomenda o diretor Comercial, Arley Ribeiro.



Nosso muito OBRIGADO!!!!!!

FORT
DISTRIBUIDORA

A **Fort Distribuidora**, com 14 Anos atuando no mercado Atacadista/Distribuidor, se orgulha muito em estar entre os premiados do **12º Prêmio Excelência Atacadista Distribuidor.**

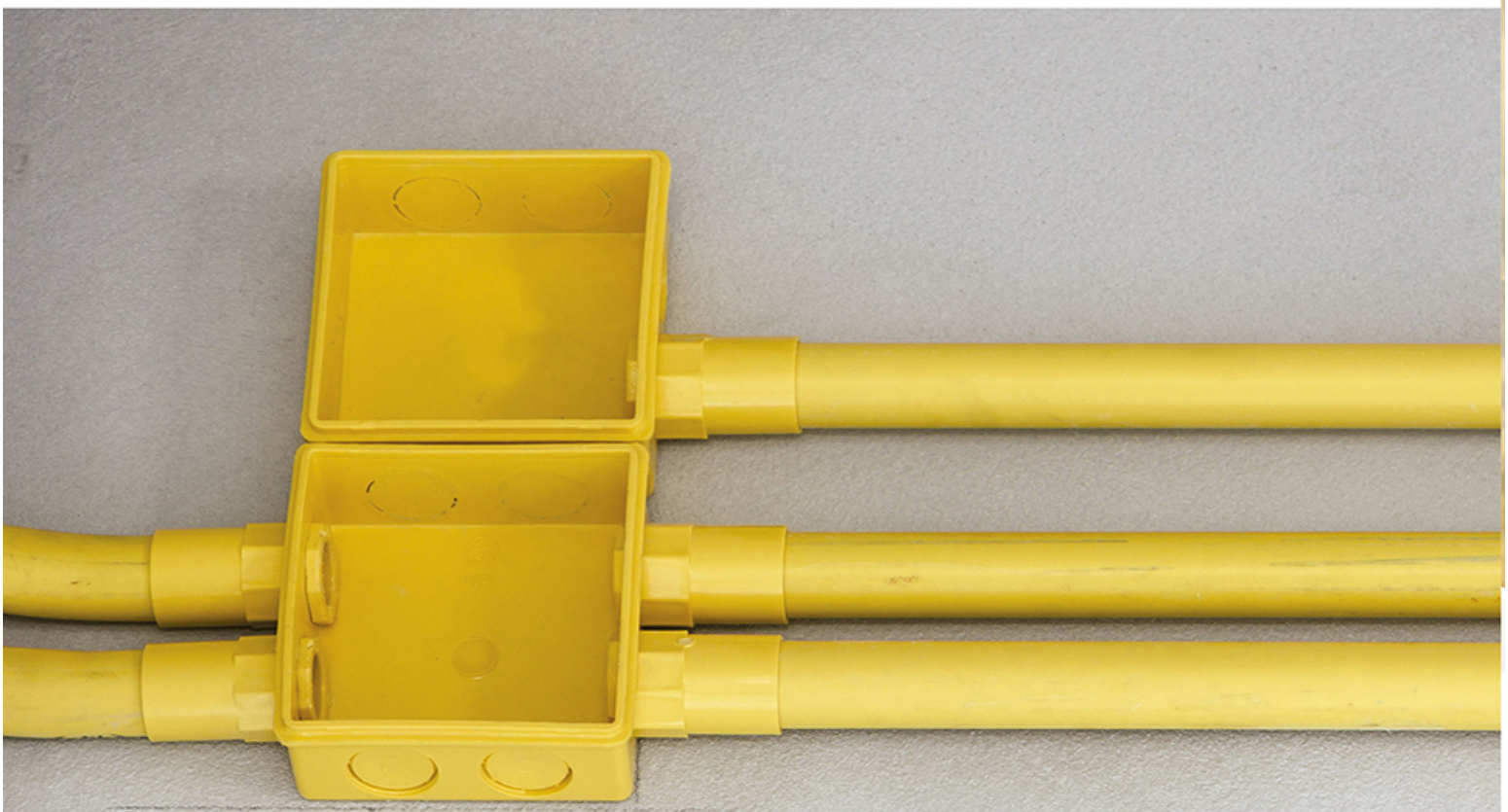
Sempre procurando estar próximos de seus clientes, para obter um relacionamento **diferenciado, e entrega rápida,** optou em ter unidades em Santa Catarina, Mato Grosso, Goiás e Rio Grande do Sul.

Estarmos entre os melhores significa que você confiou em nosso trabalho, e sabemos que nosso compromisso de fazer cada vez melhor e com excelência aumenta a cada conquista.

Este Prêmio é dedicado a nossos Clientes, Colaboradores, Fornecedores, Parceiros e Amigos...

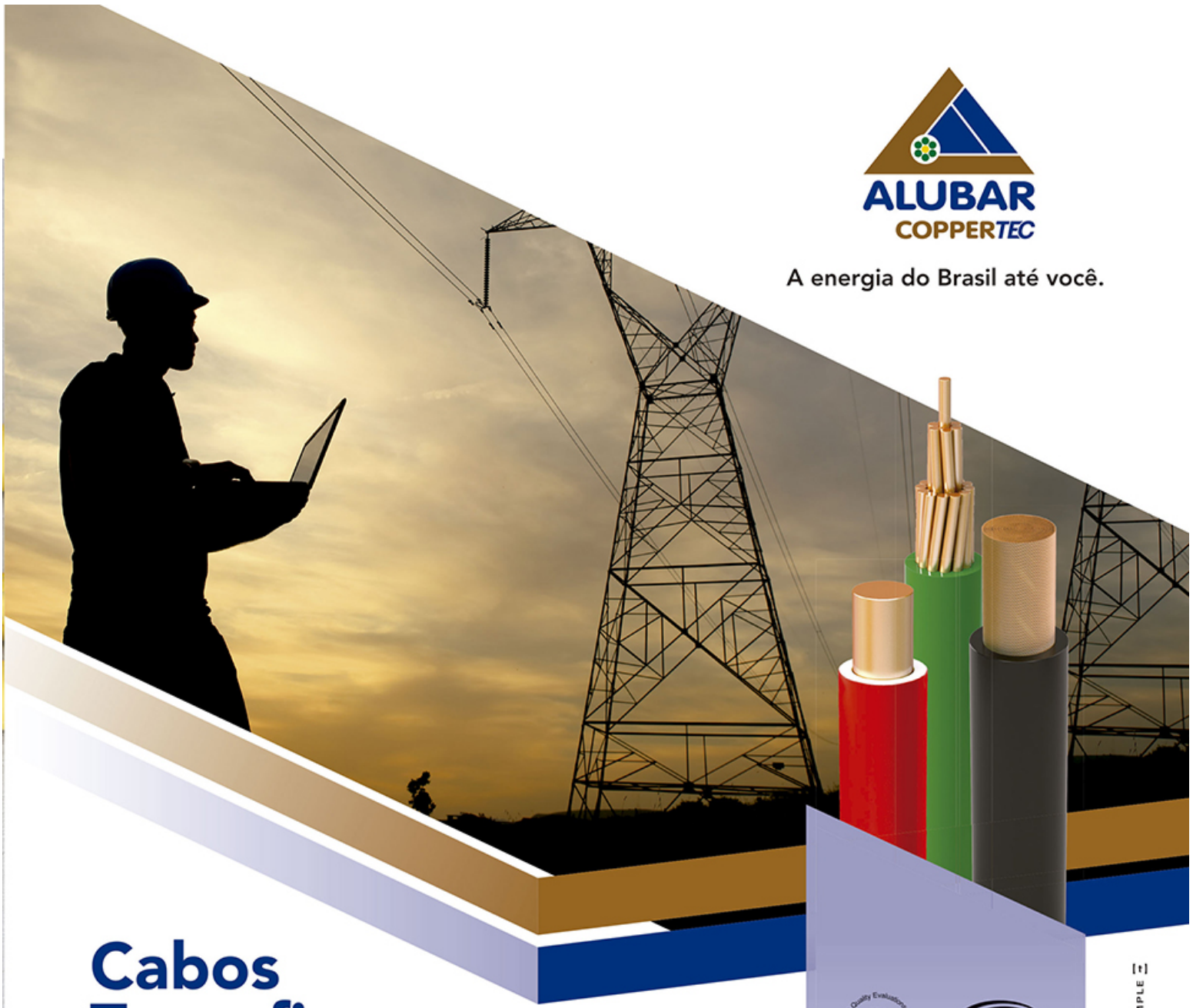
12º PRÊMIO EXCELÊNCIA ATACADISTA DISTRIBUIDOR

Santa Catarina (48) 3439 3010 I Mato Grosso (65) 3682 1439 I Goiás (62) 3264 1121 I Rio Grande do Sul (51) 3439 4202 I **www.fortquimica.com.br**



FOCO nas vendas

O amplo mix de produtos para esse segmento ajuda o revendedor a ter uma loja "iluminada", seja por lâmpadas ou luminárias, passando por pinos, interruptores, tomadas, cabos, fios etc. E ter bons locais para exposição vai ajudá-lo muito no aumento do tíquete médio



ALUBAR
COPPERTEC

A energia do Brasil até você.

Cabos Tecnofire

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

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

ANAB ACCREDITED

MGMT. SYS. RvA C 046

OCS 0003

INMETRO

UL BR OCP 0029

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

TEMPLE [1]

3M

A gigante 3M oferece ao mercado a fita isolante 3M™ Scotch™ 33+, única do mercado que suporta 105°C. "Trata-se de uma solução com alta durabilidade, pois não desgruda e não resseca ao longo dos anos", reforça Isabela Amarante, gerente de produto da divisão de Mercados Elétricos. A executiva destaca a flexibilidade superior da fita, mesmo com movimentos bruscos de dilatação e contração dos fios, e sua adesão diferenciada, por ser um adesivo de qualidade superior que minimiza a possibilidade de desgrudar dos fios e cabos e até mesmo de derreter o adesivo, garantido um serviço mais limpo e de qualidade.

Para ela, o mercado vem mostrando uma pequena recuperação nos últimos meses. "A categoria de fitas isolantes é uma compra muitas vezes de impulso. É importante que o produto esteja exposto na gôndola e no check-out. Deixar as fitas visíveis ao consumidor vai impulsionar as vendas", afirma Isabela.



ASTRA

Os destaques da linha elétrica da Astra são os quadros de distribuição de energia, disponíveis nos modelos de embutir e sobrepor. A linha é composta por cinco modelos que comportam 1, 3, 6, 12 ou 18 disjuntores tipo NEMA ou 1, 4, 8, 16 ou 24 disjuntores tipo DIN. Os produtos não propagam chamas, não mancham ou enferrujam e estão disponíveis na cor branca. Além disso, são submetidos a testes de qualidade de resistência mecânica, de isolamento e compressão e ao envelhecimento, impacto, calor, fogo e corrosão. O diretor comercial da Astra, Joaquim Coelho, explica que, por serem itens de necessidade básica em toda obra e que não requerem uma experiência com o consumidor, os quadros de distribuição não requerem uma exposição diferenciada. Eles podem ser colocados em prateleiras ou cestos disponíveis na própria loja. "O formato do produto e sua embalagem, apenas com filme termoencolhível e rótulo, facilitam a exposição. O mais importante é o vendedor estar munido de todas as informações técnicas para ajudar o consumidor a encontrar o quadro de distribuição ideal para a sua necessidade. Como apoio, a Astra disponibiliza materiais explicativos e até treinamentos sobre o assunto", informa. Sobre o mercado, o diretor revela que os quadros de distribuição, indispensáveis, não sofrem impactos negativos provocados pela diminuição de consumo de itens considerados supérfluos em momentos de crises. "Por outro lado, a retração do mercado de construção de novas moradias e reformas acaba impactando negativamente nas vendas do produto, apesar não serem quedas expressivas. Em geral, o mercado de quadros de distribuição se comporta de forma estável", afirma. Ele ressal-



"Do ponto de vista visual, contamos com caixas com diferencial de design e cores, que auxiliam na exposição das peças, especialmente em grandes home centers. Assim o consumidor consegue visualizar o produto ainda na embalagem"

RENAN MEDEIROS, diretor de operações da Blumenau Iluminação

O desligamento do sinal analógico já começou

Que tal aproveitar para faturar ainda mais?

Imagens ilustrativas



Aproveite essa mudança
para aumentar suas vendas.
Ofereça a seus clientes uma
solução completa em sinal digital:
a linha de antenas
e conversores Intelbras.

Acompanhe as datas de desligamento em
intelbras.com.br/sinaldigital **e prepare seu estoque**

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

Siga a Intelbras
nas redes sociais:

intelbras
Sempre próxima

Casa do

LOJISTA

ATACADISTA



ATACADISTA

VENDAS SOMENTE NO ATACADO PARA LOJISTAS



"Com o atual momento econômico pelo qual o país está passando, o mercado de fios e cabos elétricos está cada vez mais competitivo e acreditamos que deve ter sensível crescimento nos próximos meses."

PAULO ALESSANDRO DELGADO, gerente de marketing da Cobrecom

ta que a Astra investe na constante evolução e no desenvolvimento de novos modelos de quadros.

BLUMENAU ILUMINAÇÃO

A Blumenau Iluminação investe na diversificação para atender diferentes públicos. "Oferecemos desde a Linha Colonial, nosso primeiro produto, até hoje produzido com alguns processos artesanais, até plafons em vidro com custo-benefício excelentes", diz Renan Medeiros, diretor de operações. Sempre buscando tendências de mercado, recentemente a empresa lançou a linha Premium LED, em aço cromado. "Aliás, o LED tem sido uma grande aposta e conquistado públicos de diferentes perfis, a exemplo dos painéis de LED com formatos redondos e quadrados, de embutir e sobrepor, indicados tanto para residências quanto para escritórios e indústrias, que contam com longa vida útil e ótima eficiência luminosa", anuncia Medeiros."Do ponto de vista visual, contamos com caixas com diferencial de design e cores, que auxiliam na exposição das peças, especialmente em grandes home centers. Assim o consumidor consegue visualizar o produto ainda na embalagem", continua o diretor. Ele recomenda que as equipes de vendas conheçam questões básicas da área de iluminação, como potência das lâmpadas, fluxo luminoso, eficiência luminosa, diferença entre as temperaturas de cor e vantagens de cada tipo de modelo, para que consigam atender as necessidades dos compradores. "Nem sempre é fácil manter a equipe bem preparada e justamente por isso buscamos realizar ações de aproximação com nossos clientes, disponibilizando treinamentos para as equipes".

Para o executivo, apesar da melhora percebida no primeiro semestre, quando a empresa registrou crescimento de 12%, há ainda muito espaço para atuação. "Por isso temos apostado na diversificação do mix da Blumenau, bem como em modelos com tecnologia LED. O consumidor está mais consciente e buscando produtos que lhe tragam um bom custo-benefício", acredita Medeiros. "É essa necessidade que precisamos preencher e que está nos garantindo a consolidação de mercado. Com a retomada da economia, devemos fechar 2017 com 30% de crescimento dentro da Pamplona, empresa responsável pelas marcas Blumenau Iluminação e Germany, incorporada recentemente", encerra.

COBRECOM

Os destaques são o Cabo Solarcom, indicado para instalações fotovoltaicas, e a linha Superatox, de cabos não halogenados.

"O Cabo Solarcom, fabricado com a sua cobertura nas cores preta ou vermelha, foi criado e testado a partir dos mais criteriosos padrões internacionais para transmitir energia limpa produzida pelas placas solares com segurança e qualidade", informa Paulo Alessandro Delgado, gerente de marketing. O acessório pode ser utilizado em instalações fixas, em conexões entre as placas e painéis fotovoltaicos, caixa de junções (String Box) até os inversores do sistema de geração de energia solar, suportando condições extremas de temperatura e intempéries. Indicado



Você *confia*.
Você *escolheu*.

É com grande felicidade e orgulho, que nós da **Fuzil**, recebemos mais uma indicação ao Prêmio Excelência Atacadista Distribuidor e homenageados, como uma das melhores empresas da região Sudeste e do País.

E é com este mesmo sentimento que agradecemos e oferecemos este reconhecimento a todos os nossos colaboradores, parceiros e principalmente a nossos clientes. É por vocês que continuamos, ano após ano, dia após dia, construindo nossa história, crescendo e melhorando.

Por isso, contem sempre conosco, pois nós contamos com todos vocês, para continuarmos nesta escalada, para sermos a melhor. Nosso objetivo é melhorar cada vez mais a qualidade dos produtos e serviços, oferecendo excelência e colocando toda a nossa tradição à disposição de todos vocês. De coração, um grande obrigado, de toda a família **Fuzil**!



12º PRÊMIO EXCELÊNCIA
ATACADISTA DISTRIBUIDOR

www.fuzil.com.br

Marca **Fuzil**



para tensões nominais de até 0,6/1 kV CA ou até 1,8 kV DC, o cabo é formado por fios de cobre eletrolítico, estanhado, classe 5 (flexíveis) com isolação e cobertura em composto poliolefínico termofixo de alta estabilidade térmica com temperatura máxima de operação de 120° C por 20 mil horas. Além disso, possui fácil instalação por causa de sua flexibilidade e baixo raio de curvatura.

O composto poliolefínico da isolação e cobertura possui alta resistência a raios UV e ao ozônio, é resistente a chama, caracteriza-se pela baixa emissão de fumaça e não produz gases tóxicos e corrosivos, tem ótima resistência mecânica e é muito resistente a óleos minerais, ácidos e amônia. Está disponível nas seções nominais de 4, 6 e 10 mm e acondicionado em rolos de 100 m ou em bobinas de madeira. O produto atende a norma internacional TUV 2 Pfg 1169/08.2007 – Requisitos para cabo para utilização em sistemas fotovoltaicos.

Já a Linha Superatox é formada pelos Cabos Superatox Flex 70° C e o Superatox HEPR 90° C para 1, 2, 3 e 4 condutores. Todos são fabricados com a mais alta tecnologia e são garantia de segurança e qualidade em sua instalação elétrica.

O Cabo Superatox Flex 70° C é indicado para tensões nominais até 450/750 V. É composto por fios de cobre nu, eletrolítico, têmpera mole e encordoamento classe 4 (flexíveis). Além disso, é isolado com material polimérico tipo poliolefínico não halogenado para 70° C com características de não propagação e autoextinção do fogo e baixo índice de emissão de fumaça e sem gases tóxicos e corrosivos.

Já o Cabo Superatox Flex HEPR 90° C para 1, 2, 3 e 4 condutores é usado em circuitos elétricos com tensões nominais até 0,6/1 kV e tem como grande diferencial o fato de ter sua isolação em HEPR, que permite temperaturas de até 90° C em regime permanente de trabalho, 130 ° C em caso de sobrecarga e 250° C quando em curto-circuito. O Cabo Superatox Flex HEPR 90° C é formado por fios de cobre nu, eletrolítico, têmpera mole e encordoamento classe 5 (flexíveis). O Cabo Superatox

Delgado indica que os fios e cabos elétricos devem ser expostos de forma a proporcionar boa visibilidade, de preferência próximo a outros produtos do setor de elétrica. “É importante ressaltar que a boa organização facilita a escolha dos fios e cabos elétricos nas cores e seções nominais desejadas pelos clientes. Além disso, devem estar disponíveis os materiais que fornecem orientações e informações técnicas importantes sobre cada produto, sua respectiva aplicação e certificações que possuem”, recomenda.

O gerente ainda alerta que tratam-se de produtos muito visados para furtos. “Por isso, é aconselhável que recebam os alarmes”, sugere.

“Com o atual momento econômico pelo qual o país está passando, o mercado de fios e cabos elétricos está cada vez mais competitivo e acre-

“Tradicionalmente as vendas de material elétricos tendem a aumentar nessa época, quando efetivamente a população começa a arrumar suas casas, com pequenas reformas, mirando as festas de final de ano”

JEAN CHARLES PECHINO, gerente-geral de vendas da Fame



ditamos que deve ter sensível crescimento nos próximos meses. Para 2018 temos perspectiva que, com a retomada da economia, as vendas e o faturamento do setor aumentem, já que devem aumentar também o número de obras e a demanda por fios e cabos elétricos", analisa Delgado.

FAME

O amplo mix de produtos Fame é composto por fitas isolantes, ferros de soldar, disjuntores, tomadas, plugues e interruptores, campainhas, sensores, quadros de distribuição, hidrossanitários – torneiras, duchas, acessórios em termoplástico – e aparelhos para aquecimento instantâneo de água – a duchas, chuveiros, torneiras e aquecedores.

"O destaque é a Série Evidence, nossa mais nova linha modular de tomadas, interruptores e dispositivos, que além de um design moderno e diferenciado, conta com a já a reconhecida qualidade e durabilidade Fame", ressalta Jean Charles Pechino, gerente-geral de vendas. Ele complementa que os produtos possuem acabamento perfeito, sem parafusos aparentes e tratamento especial que garante maior resistência aos raios ultravioleta, garantindo uniformidade na cor dos conjuntos. "Outro dado que endossa o reconhecimento de nossa marca no mercado é que mais uma vez conquistamos o Prêmio Anamaco em várias categorias, com destaque no segmento de Interruptores, Plugues e Tomadas; em primeiro lugar na categoria Pulverização; e segundo lugar na categoria Grandes Clientes", afirma.

"Os diversos modelos permitem uma perfeita exposição em balcões, gôndolas e gancheiras, podendo ainda serem expostos em áreas de check out e grande giro. Notamos um crescimento de vendas no varejo a partir do momento que desenvolvemos displays informativos sobre a malha e demais dúvidas comuns em relação ao cabo coaxial"

ELOIR PEREIRA PADILHA JR. , gerente de marketing da Foxlux



Para apoiar as revendas, Pechino conta que a Fame oferece uma equipe treinada para direcionar as melhores soluções de exposição. "Também orientamos os balconistas acerca dos diferenciais e argumentos de venda, que fatalmente resultam em maior giro comercial", continua.

Para o segundo semestre, o gerente prevê crescimento. "Tradicionalmente as vendas de material elétricos tendem a aumentar nessa época, quando efetivamente a população começa a arrumar suas casas, com pequenas reformas, mirando as festas de final de ano", nota.

Confiante no mercado, a Fame anunciou recentemente a aquisição de mais uma planta industrial no bairro de César de Souza em Mogi das Cruzes, com área total de 110.000 m . "O mercado de materiais de construção começa a demonstrar recuperação, com crescimento de 7% em setembro na compa-

PRATELEIRA



1. Produto Mectronic
2. Produto Megatron
3. Produto Nambei
4. Produto Ourolux

ração com o mesmo mês do ano passado, e nossos números endossam essa recuperação, com índices positivos no decorrer do ano", observa Pechino.

FIXTIL

A Fixtil possui amplo mix de acessórios para o segmento de Elétrica, composta por variadas linhas de produtos, tais como: tomadas e interruptores, plugues e adaptadores elétricos, disjuntores, acessórios para fixação de quadros de distribuição, acessórios para fios e cabos, acessórios para lâmpadas e luminárias, pinos e outros.

A gerente de marketing Adriana Lopez informa que todas as tomadas, plugues e adaptadores elétricos da Fixtil já estão adaptados ao novo padrão brasileiro definido pelo Inmetro, apresentando bordas de proteção para evitar choque. "A Fixtil, sendo uma empresa certificada ISO 9001:2008, garante tranquilidade ao lojista na hora de vender e segurança ao consumidor final na escolha de uma marca de produtos de qualidade que atende às suas necessidades", afirma.

Ela recomenda que os produtos sejam expostos no setor de elétrica ou em setores de produtos correlacionados, como aparelhos de som, lâmpadas e outros. "Os itens são apresentados em embalagens blisters, sendo que alguns modelos a granel podem estar em saco plástico, kit profissional e kit hobbysta com quatro ou cinco compartimentos", detalha.

Da linha de tomadas e interruptores, destaca-se a tomada de sobrepor redonda, com capacidade máxima de 10A, para aparelhos de baixa tensão 110V ou 220V, disponível na cor cinza. O produto fabricado em material plástico funciona como tomada provisória de obras ou ambientes, com a vantagem de não precisar quebrar a parede para ser instalada, ou seja o acessório é fixado de forma sobreposta, e posteriormente quando o usuário não quiser mais utilizá-lo, basta removê-lo e tapar os furos dos parafusos, conservando a parede com a aparência original. Há também o interruptor de sobrepor e o pulsador campainha, ambos fabricados em material plástico, disponíveis na cor cinza, com capacidade para 10A, tendo a mesma função de fixação provisória.

Da família de pinos e adaptadores, a Fixtil ressalta o Pino Adaptador 2P + T, fabricado em





INOVAR PARA CRESCER

VENHA CONHECER O NOSSO NOVO ESPAÇO LOJISTA NA UNIDADE SP

UNIDADE SÃO PAULO: Avenida Aricanduva, 3241 Vila Aricanduva | São Paulo | SP **TEL: (11) 2782 • 6000**
UNIDADE SUMARÉ: Rua Julia Maria Galieta, 825 Jardim Nova Terra | Sumaré | SP **TEL: (19) 3922 • 9000**

www.cofema.com.br

"A linha Duflex diferencia-se por ser produzida com cobertura dupla camada, o que a torna mais resistente, mais deslizante e com melhor isolamento elétrico"

SIMONE CUNHA, coordenadora de marketing da Induscabos



plástico e apropriado para adaptar os cabos de impressoras e computadores antigos para as novas tomadas. Disponível na cor cinza, com potência de até 10A. Já o Pino Adaptador Universal 2P 10, também de plástico com pinos em latão, tem a função de adaptar os modelos de pinos ao novo padrão brasileiro de tomadas. Disponível na cor cinza, com potência de até 10A.

Outros produtos são o Pino macho, 2P 10A; Pino macho 2P 90º 10A; Pino macho 2P + T 90º 10A; Pino fêmea 2P 10A; Pino fêmea 2P + T 10A; Pino adaptador 10A 2P chato para 2P redondo; Pino adaptador 10A 2P chato + T redondo para 2P + T redondo; Pino 3 saídas 10A.

Em suportes para disjuntores, a Fixtil traz o suporte para disjuntor DIN para fixar 4 disjuntores DIN no quadro de energia. Outro Modelo é o suporte de pressão para disjuntor comum. Fabricados em metal, estes produtos também são direcionados para uso doméstico, empresas, indústrias, entre outros.

A empresa ainda oferece acessórios para fixar os quadros de distribuição, como o chumbador com parafuso, jaqueta e cone, na medida 3/8" X 2 ffi", utilizado para fixação pesada, em concreto, alvenaria e madeiras.

Para atender o segmento de Engenharia, especialmente o setor de quadros de distribuição e painéis modulares, são indicados parafusos atarraxantes com buchas, arruelas e chumbadores.

Para a fixação de Quadros de força na medida 76cm de comprimento x 48cm de largura, numa parede de alvenaria, por exemplo, podem ser usados parafusos atarraxantes cabeça panela, com medida 4,8 x 38 cm de comprimento e com bucha de 8mm, incluindo uma arruela lisa com medida 3/16". Para esse tamanho de caixa serão necessários quatro conjuntos de PAB/08 da Fixtil e quatro Arruelas lisas. Outra opção é o parafuso PSB/10 sextavado, com bucha com anel e arruela, para fixação pesada. Se a necessidade é fixar painéis modulares de grande porte no piso, recomenda-se a utilização de quatro Chumbadores da Fixtil CHU/03, Chumbador com parafuso, jaqueta e cone, na medida 3/8" X 2.

Em fixadores para fios e cabos, destaca-se o fixador nylon autoadesivo, para ser usado com abraçadeiras de nylon. Outra possibilidade, que também é para ser usado com abraçadeiras de nylon, é o fixador nylon com bucha e parafuso. O fixador clip (nylon) autoadesivo, apropriado para organizar fios e cabos, deve ser aplicado em superfícies lisas de madeira, vidro, metal ou outras. A opção de fixador alça de nylon, por sua vez, é indicada para ser presa por pregos ou parafusos em estruturas de madeira ou também com parafuso e bucha em paredes de alvenaria. Finalizando a linha de fixadores, podemos ainda citar a bucha grampo para fios e cabos; conector de porcelana para fios; conector de nylon barra para fios; abraçadeira para fios duplos; grampo para fios simples e duplos.

Em acessórios para lâmpadas ou luminárias, a Fixtil traz soquete E27 com rabicho, adequado para instalar lâmpadas incandescentes e eletrônicas 110V e 220V. Fabricado em material plástico com contatos em latão, disponível na cor preto, está indicado para instalações temporárias em uso doméstico,



fábricas, empresas, eventos, etc. Outros modelos de Soquetes Fixtil são o soquete de porcelana E27; Soquete E27 para abajur; Soquete adaptador E27; O Plafon com soquete E27 de porcelana, apropriado para instalação de lâmpadas até 100W, é fabricado em material plástico com soquete em porcelana, na cor branca, e pode ser utilizado para uso doméstico e profissional. O soquete de porcelana do plafon é vendido avulso. O rabicho fluorescente é um acessório fabricado em PVC com fio de cobre que tem como função instalar lâmpadas fluorescentes de 110V ou 220V em calhas ou luminárias. Direcionado para uso doméstico, empresas, fábricas, etc

"A linha Elétrica Krona fornece muito mais segurança, resistência e qualidade para a sua obra. Com tecnologia de ponta e um cuidado impecável na produção, os produtos desta seção são ideais para conduzir, acomodar e distribuir fios e cabos elétricos"

VALDICIR KORTMANN.
diretor comercial e marketing
da Krona



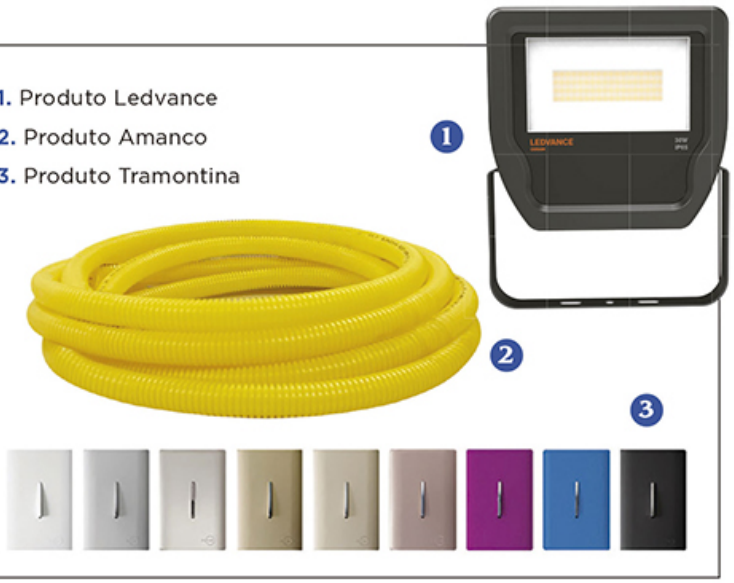
FOXLUX

O destaque em materiais elétricos da Foxlux são os cabos coaxiais, com modelos que vão desde rolos com 100 metros até carretéis com 1,2 mil metros nas cores branca e preta. Recentemente a empresa lançou versões autosserviço de 1m, 3m, 7m e 15m que possuem conectores instalados. "Oferecemos um produto fabricado com o que há de melhor no mercado em termos de matéria prima. Nossos cabos coaxiais são revestidos com até 95% de malha, o que impede a interferência de efeitos e sinais externos e garante uma transmissão de som e imagem de alta qualidade", conta Eloir Pereira Padilha Jr. , gerente de marketing. Todos os itens têm garantia de um ano.

"Eu arriscaria dizer que este pode ser considerado um dos momentos mais favoráveis para a comercialização de cabo coaxial no país. Com a transição definitiva do sinal analógico para o digital há uma espécie de corrida contra o tempo para substituir seus aparelhos, e para isso se faz necessária a utilização de cabos de boa qualidade e conectores. Temos observado essa movimentação devido ao aumento exponencial no número de pedidos", comemora o gerente. Ele informa que em janeiro, menos de dois anos depois da inauguração da fábrica de cabos, a Foxlux bateu recorde na produção, com mais de um milhão de metros de cabo coaxial, cristal, bicolor e passa fio com alma de aço. "Para se ter uma ideia, em 2015 eram produzidos em média 30 mil metros por dia e hoje esse número saltou para 770 mil metros ao dia". Para apoiar as vendas, Eloir explica que as embalagens dos Cabos Coaxiais Foxlux foram projetadas pensando no ponto de venda. "Os diversos modelos permitem uma perfeita exposição em balcões, gôndolas e gancheiras, podendo ainda serem expostos em áreas de check out e grande giro. Notamos um crescimento de vendas no varejo a partir do momento que desenvolvemos displays informativos sobre a malha e demais dúvidas comuns em relação ao cabo coaxial", diz. "Para o atacado possuímos carretéis de 300 metros, mas é possível customizar a metragem para grandes volumes, o que evita o desperdício de pedaços de retalhos na venda a granel".

PRATELEIRA

1. Produto Ledvance
2. Produto Amanco
3. Produto Tramontina



INDUSCABOS

A linha Duflex da Induscabos é especialmente recomendada para fiações de painéis, quadros de comandos e outras aplicações que demandem cabos com grande flexibilidade. “A maioria dos cabos disponíveis no mercado são construídos por um condutor de cobre e um isolamento plástico, em PVC. A linha Duflex diferencia-se por ser produzida com cobertura dupla camada, o que a torna mais resistente, mais deslizante e com melhor isolamento elétrico”, destaca a coordenadora de marketing Simone Cunha. Ela complementa que a Induscabos não utiliza materiais provenientes de sucata, trabalhando com cobre eletrolítico com 99,99% de pureza na fabricação dos produtos. “O uso do cobre eletrolítico evita o sobreaquecimento dos circuitos e o formato flexível da linha Duflex facilita a passagem dos fios pelos conduítes e as conexões aos equipamentos elétricos”, segue. A linha Duflex é antichama e conta com gravação a tinta para facilitar a identificação dos cabos depois de instalados.

Simone adverte que a exposição dos cabos nas revendas deve considerar o sortimento de cores com todos os cabos necessários para execução do circuito elétrico. Cabos elétricos nas cores preta, vermelha, azul, e amarela, que são essenciais para composição do circuito elétrico, devem estar disponíveis em todas as bitolas e formatos de embalagens. “A falta de um cabo elétrico em uma das cores pode comprometer a venda de todos os outros”, explica. Para ela, é fundamental alertar para o consumo de produtos que atendam integralmente às características exigidas pelas normas técnicas, com certificações identificadas nas embalagens. “Para minimizar as dúvidas comuns na hora da compra, disponibilizamos materiais de orientação para as lojas e promovemos treinamento para as equipe de vendas”.

INTERLIGHT

A Interlight, especializada em soluções de iluminação para arquitetura, quem tem o alumínio como base do seu portfólio de produtos, destaca a luminária balizador embutido. Exclusivo para utilização em caixas de passagem 4”x2”, facilitando sua infraestrutura, instalação e aplicação na obra, trata-se de um produto flexível. Disponível nas cores branco, marrom e preto, com corpo construído em policarbonato e máscara de



alumínio com pintura a pó poliéster, o balizador conta com difusor em acrílico (PMMA) que não amarela. Sua fonte de iluminação em LED integrada com luz branca quente de 2.700K consome apenas 0,65W e trabalha em multi-tensão. Além disso, seu grau de proteção IP66 possibilita a instalação em áreas externas. A garantira é de cinco anos. Cesar Santos, do marketing da Interlight, avalia que com a chegada do LED houve uma grande mudança na maneira como as pessoas veem a iluminação. "Hoje temos várias opções de produtos, temperatura de cor, potências, IRC e melhor qualidade no resultado da iluminação. O LED possibilitou desenvolver produtos para uma grande gama de aplicações com foco na eficiência, economia e design".

KRONA

A Krona oferece linhas completas de tubos e conexões para instalações de esgoto, água fria e água quente, acessórios para a construção civil e elétrica, entregando soluções completas para projetos residenciais, comerciais e industriais. Em materiais elétricos, a empresa produz eletrodutos rígidos, eletrodutos flexíveis corrugados, luvas e curvas roscáveis e soldáveis em diversos tamanhos e ângulos, fitas isolantes antichama, caixas de luz 4x2 e 4x4, prolongadores para caixa de luz, caixas de centro para laje e luvas de pressão para eletroduto flexível corrugado. Os itens seguem as normas de segurança e qualidade, e são monitorados e testados pelo PBQP-H (Programa Brasileiro da Qualidade e Produtividade do Habitat), maior programa nacional de qualidade e produtividade, além de atender as Normas ABNT NBR 15465.

"A linha Elétrica Krona fornece muito mais segurança, resistência e qualidade para a sua obra. Com tecnologia de ponta e um cuidado impecável na produção, os produtos desta seção são ideais para conduzir, acomodar e distribuir fios e cabos elétricos", declara o diretor comercial e marketing Valdicir Kortmann.

O destaque é o eletroduto corrugado flexível, que é fornecido em duas configurações: leve, ideal para paredes, na cor amarelo; e médio, ideal para lajes, na cor laranja. Dentre os diferenciais estão máxima qualidade e resistência, ideal para substituir eletrodutos rígidos roscáveis e soldáveis; alta flexibilidade para trajetos sinuosos; não amassa; possui marca orientativa metro a metro; são produzidos em PVC com fórmula que impede a propagação de chamas e são recomendados para projetos residenciais, comerciais e industriais. Além disso, a linha de corrugados Krona traz embalagens já com código de barras e o eletroduto corrugado flexível é fornecido em diferentes bitolas e em três opções de comprimentos: 10 m, 25 m e 50 m. "Tudo isso para trazer maior conveniência ao consumidor, facilitar a comercialização e proporcionar uma melhor organização no ponto de venda", segue Kortmann.

O executivo percebe que o setor da construção civil começa novamente a registrar bons resultados, apresentando perspectivas de crescimento para os próximos anos, e afirma que a Krona está preparada para atender essa retomada da economia entregando soluções completas. "As áreas de Vendas e Marketing vêm trabalhando em conjunto para desenvolver as melhores ações com os revendedores. São realizadas constantemente campanhas nos pontos de venda, e a efetividade desse trabalho é conquistada com o apoio fundamental dos representantes da Krona, que fazem um excelente trabalho indicando a melhor forma para exposição, assim como a aplicação de nossos materiais de PDV", relata Kortmann. Ele explica que os materiais de merchandising estão alinhados à campanha "Quem Questiona Usa Krona" e têm o objetivo de ajudar o consumidor a localizar os produtos nas lojas. "As peças atraem e inspiram o cliente a comparar as marcas e perceber que oferecemos a melhor relação custo-benefício, sendo, dessa forma, a decisão mais inteligente para a construção ou reforma", reforça. Para o diretor, os fortes investimentos em comunicação têm por objetivo manter a lembrança da marca na mente do consumidor, o que contribui para um melhor desempenho em vendas. "Em 2015, expandimos a exposição para todo o Brasil com nova identidade, com peças na cor verme-



"A seriedade da Ourolux e o investimento em armazenamento, logística e distribuição fez com que a empresa crescesse ano após ano, mesmo em períodos de crise econômica"

RENATA PILÃO, gerente de marketing da Ourolux

lha, e investimos nas mídias televisiva, impressa e digital com uma campanha que destaca os diferenciais da Krona", conclui.

MECTRONIC

O carro-chefe da MecTronic são os disjuntores JW com disparo livre. "Tratam-se de disjuntores termomagnéticos que disparam mesmo com manipulador travado na posição ligado", explica Eduardo Migita, supervisor de vendas da empresa. São indicados para proteção dos condutores elétricos contra sobrecargas e curto-circuito, são fabricados nas correntes nominais de 6 a 70A, têm capacidade de interrupção de 3 kA e são de curva C.

MEGATRON

Referência nacional no mercado de fios e cabos especiais, a mineira Megatron tem em seu portfólio um amplo mix de cabos de energia, cabos de rede, cabos para instalação de CFTV, Materiais elétricos, Antenas, entre outros. A empresa destaca a venda dos filtros de linha com modelos de 5 e 6 tomadas, disponíveis em embalagens plásticas ou blister. Os produtos possuem chave reset/off e o fusível faz a proteção dos equipamentos eletroeletrônicos em caso de sobrecargas de energia. "Toda a linha de materiais elétricos gera excelente margem para os lojistas e alto giro no ponto de venda", comenta o gerente de novos negócios Miguel Barbosa. Ele indica exposição desta linha em gondolas com painéis de Slatwall, em displays com gancheiras ou em clip-strip próximos aos eletroeletrônicos em lojas de médio e grande porte.

"Mesmo diante às dificuldades do mercado, para a Megatron o ano tem sido bastante satisfatório. Felizmente estamos fora da curva. Nossa linha de material Elétrico segue nosso DNA, produtos de excelente qualidade, com preços competitivos" diz o gerente. Localizada em Cachoeira de Minas (MG), a empresa conta com representantes distribuídos estrategicamente em todo o território nacional e gerencia sua logística de entrega com frota própria e transportadoras parceiras, através do seu centro de distribuição localizado em São Paulo.

NAMBEI

Para a Nambei, que destaca o cabo Nambiflex 450/750V, o diferencial está na entrega rápida e otimizada. "Valorizamos o prazo e urgência de nossos clientes", declara Fernando dos Santos Saviolo, do marketing. O executivo, que indica a exposição do produto em ilhas e encartelados, afirma que a procura pelo item está aquecida, com aumento da demanda.

OUROLUX

A luminária tubular LED da Ourolux tem design moderno, ideal para substituir, com economia e sofisticação, as luminárias de lâmpadas tubulares de cozinhas. "Os consumidores estão buscando soluções como essa – completas, práticas e de fácil instalação", declara a gerente de marketing da empresa, Renata Pilão. Ela indica a exposição do produto aceso para o consumidor visualizar também a eficiência luminosa. A Ourolux é a empresa de iluminação que mais cresceu no Brasil e é a única do setor de iluminação a se destacar na 12ª Edição da Pesquisa Pequenas e Médias Empresas que Mais Crescem, realizada pela consultoria Deloitte em parceria com EXAME. O rigor no processo de fabricação conferiu à empresa o reconhecimento do mercado e certificações como a ISO9001. Além disso, todas as fábricas que produzem as lâmpadas e disjuntores Ourolux possuem certificações de qualidade reconhecidas internacionalmente. "A seriedade da Ourolux e o investimento em armazenamento, logística e distribuição fez com que a empresa crescesse ano após ano, mesmo em períodos de crise econômica", celebra Renata. "Já sabíamos que a Ourolux estaria entre as empresas que mais cresceram no segmento de iluminação. A pesquisa demonstrou que somos os fornecedores dos segmentos de material elétrico, construção, supermercados (bazar) com maior crescimento nos últimos três anos, colocando a empresa em posição de destaque no ranking", explica Antonio Carlos Pazetto, diretor geral

SIL

O FlexSil 750 V, produto largamente utilizado em instalações elétricas e produzido pela SIL, é um cabo flexível que utiliza cobre puro e seu material isolante é de PVC antichama, com excelente resistência de isolamento e longa durabilidade. Nas seções nominais até 10mm² a isolação é feita em dupla camada, sendo que a camada externa possui característica extra deslizante, facilitando a aplicação em eletrodutos. "Nossas embalagens são

PRATELEIRA





1. Produto Alubar
2. Produto Steck

executadas em máquinas automatizadas, que medem o diâmetro externo em todo seu comprimento e, se houver alguma divergência, o item é descartado automaticamente. Também é feito um teste contínuo de alta tensão em 100% do produto e, novamente, caso o equipamento detecte uma divergência, a máquina trata de separá-lo", detalha o gerente comercial e de marketing, Pedro Morelli. "Além de políticas comerciais adequadas, a SIL promove um trabalho específico para o desenvolvimento dos revendedores e oferece materiais de apoio para decorar, agregar a força da marca e aumentar ainda mais o giro", destaca Morelli. Entre os materiais para revendas estão móbiles, displays para tabelas do eletricista, expositores de carretéis com conta-metro e testeiras de gôndolas informativas, com orientações que ajudam o cliente a distinguir o produto e a sua aplicação, como informações básicas sobre a Norma 5410 referente à instalação elétrica de baixa tensão. Morelli considera que o segmento de materiais de construção é um dos mais sensíveis aos movimentos da economia. "Claro que a crise atrapalha bastante, mas temos feito todos os esforços possíveis para nos manter estáveis, e já registramos crescimento em peso no primeiro semestre, o que significa que o mercado está reagindo. Em um segmento concorrido como o nosso, ter uma marca de relevância é garantia de qualidade e confiança para o consumidor. Temos uma imagem conquistada com transparência comercial e responsabilidade e por isso estamos sempre bem colocados, com vendas equilibradas ao longo de todo o ano", orgulha-se.

"Estamos focados em produzir soluções para os nossos clientes e contamos com uma marca já consolidada. Tudo isso influencia para que o momento seja de confiança"

AFONSO SCHREIBER.
presidente da Taschibra



SOPRANO

Com mais de 60 anos no mercado, a Soprano possui uma ampla linha voltada para o segmento da construção civil, tais como disjuntores, interruptores diferenciais residuais (DR), dispositivos de proteção contra surtos (DPS), quadros de distribuição, sensores de presença, além de caixas multiuso, plugues e tomadas em crescente uso na construção civil. "Para aproveitar os canais convergentes, decidimos entrar no segmento de iluminação LED, aproveitando o momento em que o mercado está se transformando devido à certificação compulsória dos produtos", revela Letícia Rossi, analista de Marketing da Unidade Materiais Elétricos.

Lançadas em outubro, as lâmpadas LED Soprano são voltadas para a iluminação residencial e comercial e estão disponíveis nos modelos bulbo A55 e A60, de 4,7W, 6W e 9W e também no modelo tubular 600mm (10W) e 1200mm (20W), com tensão bivolt e temperatura de cor 3.000k e 6.500K. "Entre os grandes diferenciais estão a certificação do INMETRO, os três anos de garantia, a vida útil de 25 mil horas e o alto nível de economia de energia em relação às versões incandescentes, de até 83%", informa Letícia. Ela conta que as embalagens também são pensadas para facilitar a escolha do consumidor e auxiliar o lojista no controle do estoque, diferenciando a temperatura de cor da lâmpada, que possibilita a rápida diferenciação entre luz branca e luz amarela. "Esse é um mercado em constante crescimento, em função das novas tecnologias e da substituição de projetos menos eficientes por Led. Estamos ampliando nosso portfólio para atender esse segmento e temos boas expectativas quanto à retomada do da construção civil", avalia a analista.

Junto ao lançamento da Linha Led, a Soprano apresenta aos lojistas os novos expositores de produtos, painéis e displays que melhoram a exposição e a divulgação da marca. "Como forma de valorizar o relacionamento com distribuidores e revendedores, contamos com uma política comercial que preza por um atendimento diferenciado, treinamentos, campanhas de incentivo e ações de marketing", segue Letícia.

TASCHIBRA

Um dos principais destaques da Taschibra é a Lâmpada Prime LED Par 38. Com três anos de garantia, oferece até 85% de economia e segue as normas do Inmetro. "Oferecemos para lojas parceiras a criação de expositores diferenciados, o Store in Store. Nós conversamos com clientes que tem um trabalho já consolidado com a Taschibra e analisamos vários aspectos da loja. O espaço, a demanda, quais produtos despertam mais interesse do público, tudo isso é levado em consideração. Com essas

informações coletadas, inicia a fase de desenvolvimento do projeto. Quando temos a ideia pronta, apresentamos ao cliente. Tudo é feito pensando nas especificidades daquele local e público. Já desenvolvemos projetos para espaços de todos os portes e sempre com retorno muito positivo", revela o presidente da empresa, Afonso Schreiber.

Para ele, com a retomada da estabilidade a expectativa é de que o mercado volte a aquecer. "Estamos focados em produzir soluções para os nossos clientes e contamos com uma marca já consolidada. Tudo isso influencia para que o momento seja de confiança", diz Schreiber.

TRAMONTINA

Para atender às atuais necessidades da construção civil, que demanda produtos de qualidade e que permitam instalação simples e ágil, a Tramontina aposta no conceito de modularidade para suas placas e interruptores, e desenvolveu linhas para as mais diversas aplicações, sempre utilizando os mesmos módulos.

Ao todo são oito linhas diferentes que atendem aos segmentos residencial, comercial ou industrial. Com foco residencial, as linhas Giz, Liz e LizCor utilizam o prático sistema de suporte e placa com simples encaixe por pressão. Os modelos complementam as opções Tablet e Lux2 – cujo suporte é incorporado à placa em uma única peça –, Lizflex, tampas para caixas Plastibox e tampas para Conduletes – voltadas para ambientes comerciais e industriais. Associadas aos módulos nas cores branco brilho e grafite, as placas multiplicam as opções para harmonizar com todos os espaços e estéticas. Para o diretor-executivo Roberto Aimi, o mercado está sempre em busca novas soluções, sejam em matérias-primas ou tecnologias, e isso ocorre também no segmento de placas, interruptores e tomadas. "O fato de estampar uma marca de qualidade reconhecida como a Tramontina facilita a aceitação, mas o momento adverso da economia exige cautela nas negociações. A variedade de modelos no nosso catálogo, atendendo a diversos segmentos, é uma vantagem quando compensa a diminuição nas vendas de alguns itens", avalia. O diretor, que afirma que não existe sazonalidade para esse tipo de produto, conta que existe um trabalho para desenvolvimento das parcerias com lojistas. "Oferecemos materiais de apoio de acordo com a necessidade de cada revenda como expositores de parede, displays de balcão e de parede em diversos formatos, que variam de acordo com o produto, e expositores do tipo autosserviço", explica. Sempre atenta à evolução do mercado e ao desenvolvimento de novas tecnologias, a Tramontina, que em 2016 já havia



dado um grande passo com as linhas de disjuntores e quadros de distribuição, segue ampliando seu portfólio de materiais elétricos com a entrada no segmento de lâmpadas LED. "Em se tratando de Tramontina, empresa que possui uma história de mais de 100 anos de tradição e qualidade, nem é preciso dizer que o salto vem sendo muito bem calculado. Há pelo menos cinco anos a fábrica vem analisando o assunto, época em que o LED caiu no gosto do consumidor brasileiro e começou a ganhar o espaço até então ocupado pelas incandescentes", revela o diretor Roberto Aimi. Ele explica que o investimento responde à do segmento de LEDs, que cresce de forma significativa ano a ano, e vem aliado a dois fatores determinantes para a sua consolidação: a economia de energia proporcionada por essa tecnologia, da ordem de 85%, que impacta diretamente na conta de luz do consumidor; e a durabilidade do produto, em torno de 25 mil horas. "Por outro lado, o mercado vive um momento transitório e conturbado com a comercialização de produtos com e sem certificação do Inmetro, órgão responsável pela regulação da qualidade das lâmpadas", considera o executivo, que complementa desde o início do projeto a Tramontina teve a qualidade como premissa fundamental, com o objetivo de oferecer um amplo mix de soluções em iluminação com produtos que propiciem durabilidade, economia e bem-estar. "Além das lâmpadas em diversos modelos, constarão do catálogo da Tramontina plafons, refletores e luminárias, sempre de LED. Dessa forma, ofereceremos ao mercado as principais famílias, que serão comercializadas pela estrutura de vendas da empresa, que conta com cinco centros de distribuição e cinco escritórios regionais, além da ampla rede de representantes e promotores, garantindo que as lâmpadas cheguem a todos os principais pontos de vendas do país", conclui o diretor-executivo.

"Nossa perspectiva que até o final desse ano as vendas desses produtos ainda cresçam mais de 40%"

LUIZ CORDEIRO, comercial da Voltaggio



VONDER

A VONDER traz novidades em equipamentos e ferramentas voltadas para atividades elétricas e apresenta o Detector de Tensão DTV 1000 Vonder, que detecta a tensão sem a necessidade de encostar o equipamento no contato ou no fio, desde que a distância da ponta até o local de verificação seja menor que 30mm. É indicado para detectar a presença de tensão AC com ou sem contato no condutor, estando isolado ou não. Durante o uso, uma luz vermelha na ponta e um sinal sonoro indicarão a presença de tensão – para isso, deve ser utilizado somente com pilhas alcalinas. O modelo possui desligamento automático e emite sinal luminoso e sonoro sempre que detecta a presença de energia, conta com lanterna de LED para iluminação, que facilita a visualização do local e proporciona maior praticidade e segurança durante a verificação. Atende às exigências da Norma IEC 61010-1. Outro lançamento é o Multímetro Digital Multifunção MDV 5100 Vonder, que traz maior facilidade nos trabalhos de medição elétrica pois reúne, em um único aparelho, múltiplas funções, como: multímetro (voltímetro, amperímetro, ohmímetro, teste de continuidade e diodo), luxímetro, decibelímetro, medidor de temperatura e medidor de umidade relativa. É indicado para técnicos em eletrônica e eletrotécnica, para identificação de defeitos em aparelhos eletrônicos, sendo muito utilizado devido a sua simplicidade de uso e portabilidade. Realiza medidas de tensão DC e AC, corrente DC e AC (AC máx 10 A), resistência, capacitância, continuidade, teste de diodo, temperatura e Lux.

Uma das linhas mais tradicionais e premiadas da Vonder, as ferramentas elétricas, também possui uma segmentação específica para o setor elétrico: a Vonder VDE, com produtos que possuem isolação para uso em tensões até 1000 volts. São diversos itens fundamentais para a caixa de ferramentas de qualquer profissional do ramo elétrico, entre alicate universal, alicates corte diagonal, bico meia-cana reto e bico meia-cana curvo, alicate bico redondo, alicate desencapador de fios, bomba d'água e as tradicionais chaves de fenda, phillips, posidrive e canhão e faca de precisão. "Todos os produtos da linha passam por rigorosos ensaios e avaliações de desempenho e são testados individualmente", reforça a gerente de marketing Elisângela Durães, que complemente que os itens atendem os requisitos de segurança da norma EN/IEC 60900:2004. "Com isso, garantimos a tranquilidade necessária para profissionais que atuam em áreas energizadas como redes elétricas e instalações industriais, ambientes em que é vital a utilização de ferramentas e equipamentos de proteção apropriados com qualidade assegurada pela Vonder", conclui.

VOLTAGGIO

A Voltaggio diferencia-se pelos soquete e adaptadores compatíveis com a tecnologia das lâmpadas LED. "Percebemos que, com massificação das lâmpadas LED no mercado nacional, houve necessidade de tais itens, pois algumas lâmpadas foram introduzidos com o formato E14, G9, GU10 e GZD, por exemplo. Então desenvolvemos a família LED, em que além de soquetes específicos, trouxemos adaptadores, tais quais: E14 para E27, E 27 para GU10/GZ, E27 para G9, assim por diante", detalha Luiz Cordeiro, comercial da empresa. Ele comemora o sucesso da família de produtos e o impacto positivo no faturamento da empresa, e anuncia que estão em estudo novas soluções para serem lançadas. "Nossa perspectiva que até o final desse ano as vendas desses produtos ainda cresçam mais de 40%", antecipa. Com embalagens voltadas para autosserviço e comunicação visual moderna e clara, a Voltaggio garante que todas as informações necessárias estão ao alcance do consumidor final. "Dessa forma, nossos produtos cabem muito bem em qualquer tipo de gancheira, facilitando a exposição nas lojas de pequeno, médio e grande portes", encerra Cordeiro.

ELECTROLUX

A Electrolux se orgulha de fornecer seus produtos para mais de 40 milhões de brasileiros e quer mais. Em novembro lança a linha de lâmpadas, painéis, spots e refletores. Tendo como principais características produtos com eficiência, elegância e durabilidade, o desafio da empresa é oferecer produtos que superem as expectativas do consumidor. "Chegamos ao mercado brasileiro de iluminação no momento de maturidade deste segmento, com as certificações compulsórias e a permanência somente, dos verdadeiros players, com o fim da oportunidade do LED"', diz Roberto Gabrielli, diretor Comercial da Exicon Iluminação. Outro ponto destacado por Gabrielli é a relevância para os canais de distribuição com política comercial clara e justa, em sinergia com seus parceiros comerciais. Para o executivo, os obstinados pela inovação são responsáveis pelo aquecimento do mercado. "A economia brasileira começa a dar sinais de aquecimento, o que contagia este segmento. Precisamos entender que os volumes das tecnologias anteriores (incandescentes e fluorescentes econômicas) foram superados pela durabilidade que a tecnologia LED oferece." A empresa alerta que a exposição é essencial para os produtos de iluminação (varejo alimentar é exemplo disso). "A compra de lâmpadas, por exemplo, é uma compra por impulso (53% dos casos), já os produtos de iluminação têm que mostrar sua beleza e elegância para conquistar o consumidor. Afinal o celebre ditado: "quem não é visto não é lembrado", está mais evidente do que nunca", encerra.



AMANCO

Entre os seus 4 mil itens de venda rotineira, a Amanco tem em seu portfólio linhas de produtos voltados à rede elétrica. Destacam-se as seguintes: Eletroduto Rígido: usados para acomodação e condução de fios, cabos e outros dispositivos. São aplicados de maneira permanente ou temporária em instalações elétricas prediais de baixa tensão. Fabricados em PVC não propagante de chamas, a linha tem firmeza, resistência e encaixe simples às caixas de luz; Eletroduto Corrugado: os produtos dessa linha podem ser instalados embutidos (em paredes e lajes) ou aparentes (em locais protegidos). A grande flexibilidade deles permite ainda que sejam curvados com facilidade mantendo a qualidade e resistência. Como complemento da linha, temos o portfólio de caixas de luz com os modelos 4X2 e 4x4, além das caixas octogonais; EletroAmanco: aplicados de maneira temporária ou em instalações elétricas prediais de baixa tensão que precisem estar facilmente acessíveis para manutenções. Os eletrodutos Amanco são usados para condução e acomodação de fios, cabos e outros dispositivos elétricos. Estão disponíveis em quatro diâmetros diferentes; Quadros de Distribuição e Caixas de Passagem: disponíveis nas versões liso e mosaico, os quadros de distribuição são fáceis de instalar, com entradas nas bitolas de 25mm e 32mm para eletrodutos. Já as caixas de passagem organizam a fiação e cabeamento elétrico, com trilho de fácil ajuste de posição. Quanto ao mercado atual, Adriano Andrade, Gerente de Desenvolvimento de Mercado da Mexichem Brasil, informa que o mesmo está em processo de adaptação às atuais condições macroeconômicas. "Entretanto, como marca líder na América Latina no mercado de tubos e conexões, a Amanco está sempre buscando alternativas para ajudar a movimentar os segmentos em que atua." "A Mexichem Brasil, detentora da marca, tem sua estratégia de negócios fundamentada nos pilares de sustentabilidade, marca, inovação, pessoas, serviços e eficiência operacional. Ao investir no aumento da produtividade, a companhia é um exemplo de contraponto à crise que o Brasil atravessa, crescendo mais que o próprio setor: em 2016, o faturamento bruto foi de R$ 1,5 bilhão. Um dos diferenciais deste processo de crescimento é a gestão de triplo resultado, voltada para uma visão de longo prazo de desenvolvimento econômico, social e ambiental", esclarece.



"Como marca líder na América Latina no mercado de tubos e conexões, a Amanco está sempre buscando alternativas para ajudar a movimentar os segmentos em que atua."

ADRIANO ANDRADE, Gerente de Desenvolvimento de Mercado da Mexichem Brasil

GRUPO PERLEX

O Grupo Perlex possui grande variedade de soluções para: materiais elétricos de embutir, materiais elétricos de sobrepor e canaletas, plugues, prolongadores e extensões, caixas e centros de distribuição, soquetes, lustres e pendentes, campainhas e eletrônicos para comando de iluminação, fios sólidos, cabos flexiveis, cabos PP, cabos de alimentação "rabichos". "O destaque da empresa é a linha de interruptores e tomadas modular com design reconhecido pelos nossos clientes, pois suas formas denotam modernidade e elegância para a composição dos ambientes", destaca Antônio Ros, diretor Comercial. Sua placa é uma variação linha Pumalux utilizada em muitas obras instaladas, oferecendo uma solução de design, durabilidade e facilidade de limpeza. Antonio Ros identifica uma melhora no mercado, com sinais claros no aumento da demanda. " Porém, devemos considerar alguns sinais neste momento, que são o aumento da inadimplência e variações abruptas dos preços das matérias-primas, que impedem o crescimento do segmento", diz. O Grupo Perlex recomanda que a melhor ação de merchandigin no ponto de venda é expor os seus produtos nas embalagens, podendo ser nas prateleiras, mas com as caixas e rótulos que possuem a identificação e desenho do mecanismo.



"Chegamos ao mercado brasileiro de iluminação no momento de maturidade deste segmento, com as certificações compulsórias e a permanência somente, dos verdadeiros players, com o fim da oportunidade do LED"

ROBERTO GABRIELLI, diretor Comercial da Exicon Iluminação.

LEDVANCE

A Ledvance é líder mundial em produtos de iluminação inovadores, assim como soluções de iluminação interligadas (casa inteligente). A empresa é um dos sucessores da Osram, combinando a iluminação geral tradicional com tecnologias de iluminação modernas e revolucionárias. O produto de destaque é o Ledvance floodlight (Refletor de LED) com design moderno compacto e de alta eficiência. Segundo Jenys Silva, marketing de Produtos para Luminárias, o mercado está aquecido. " Com o acréscimo da tarifa sobre o consumo de energia temos uma procura muito alta em produto com LED e de fácil instalação." E recomenda a melhor maneira de apresentar os produtos nas revenda: "Ligados para mostrar a qualidade da luz que o LED oferece", diz.

DICOMPEL

O destaque da Dicompel é Linha Novara, totalmente inovadora, que possui um design atemporal, que combina com todos ambientes, com uma ampla gama de acabamentos e cores. Segundo Ana Carolina Gaspar, diretora Comercial de Vendas, "o mercado ainda não está aquecido para esse segmento. Por ser um produto novo, e diferenciado, a procura está grande, mas a comercialização não está a todo vapor por causa do mercado estar bem instável." A recomendação da empresa é para que os revendedores devem expor seus produtos em gôndulas, painéis e expositores.

ALUBAR

Com o objetivo de reforçar a qualidade e confiabilidade de seus produtos no mercado, a Alubar se tornou, neste segundo semestre, a nova parceira da Qualifio (Associação Brasileira pela Qualidade dos Fios e Cabos Elétricos). Líder na fabricação de cabos elétricos de alumínio e produtora de condutores elétricos de cobre para média e baixa tensão, a empresa agora terá o selo da entidade em todos os materiais institucionais, atestando a segurança da marca para o consumidor. A empresa também garantiu, no mês de setembro, a recertificação UL em todas as famílias de produtos de cobre para a manutenção do selo INMETRO. Anderson Pratta, Gerente de Engenharia de Processos da Alubar, explica que essa foi uma grande conquista que percorreu longo caminho, já que a fábrica enviou amostras dos seus cabos de cobre à Qualifio, que realizou análises dos produtos. Após testes laboratoriais, a instituição concluiu que a empresa imprime em seus cabos um alto padrão de qualidade. "Somos certificados pela ISO 9001, ISO 14001, TÜV e UL. E agora fazer parte da associação nos dá

Reconhecimento
se constrói
a cada dia.

conquistamos
O 12º PRÊMIO EXCELÊNCIA
ATACADISTA DISTRIBUIDOR
2017

São 97 anos de muito trabalho e dedicação. Queremos encantar o nosso cliente, superando as suas expectativas e entregando mais do que se espera. Ao longo desses anos inovar é o que tem feito a nossa empresa progredir e crescer.



O nosso muito obrigado aos nossos clientes, fornecedores, representantes e colaboradores!

CASA CARDÃO Desde 1921
ATACADISTA
casacardao.com.br

Garthen

NOVA LINHA

CORTADORES DE GRAMA ELÉTRICOS

Design, Segurança e Praticidade.



Trator para corte de gramado



Cortador elétrico GM-35E



Cortador elétrico Luxo



Cortador elétrico Robusta





Roçadeira a combustão



Cortadores a combustão

GMEG

www.gmeg.com.br

MOTOMIL

Eletroplas

Garthen

uma segurança ainda maior de transferir a confiança aos nossos clientes que a qualidade dos nossos produtos é também assegurada por órgãos oficiais, como o Inmetro e organizações independentes. Isso é de extrema importância para, cada vez mais, sermos competitivos no mercado", ressalta. O Gerente destaca que o reconhecimento da instituição é importante para garantir a transparência da qualidade em nossos produtos às empresas no mercado e eliminar a concorrência desleal. "Qualquer fabricante, cliente e/ou usuário de fios e cabos que identificarem que estes estão fora das especificações e/ou normas aplicáveis, podem enviar amostras destes à Qualifio. Eles avaliarão e darão um laudo de como está esse produto, e farão a notificação ao fabricante e ao Inmetro inclusive lacrando o estabelecimento se for o caso. A associação foi criada com o intuito de inibir fabricantes que não atendem às especificações normativas, que põe em risco a segurança e a vida das pessoas", explica.

STECK

A Steck destaca a Linha Sophie. Com acabamento fosco e módulos texturizados, o lançamento segue as tendências de decoração e design e, chega ao mercado em diferentes cores (Branco Orus, Cromado Aton, Grafite Fênix e Amêndoa Seth). Mais de 50 itens compõem a linha, entre eles, interruptores, tomadas e módulos para conectividade, como TV/Vídeo, RJ45, telefonia e a grande tendência de mercado: o carregador USB, que traz mais praticidade para o dia a dia. A linha é modular e permite que o cliente monte a combinação que mais lhe agradar. Um produto atualmente interessante e funcional para a linha é a tomada USB. Além de ser uma forte tendência de mercado, é de grande praticidade ao consumidor A Designer – Marketing de Produtos da Steck Camila Clauhs dá algumas dicas aos revendedores para a exposição dos produtos: "A linha residencial, por ser extremamente visual, já agrega em sua embalagem a exposição necessária ao cliente. Mas toda veiculação visual é de grande importância para apresentar o conceito e tendência adotada. O apelo comercial voltado à manipulação do produto no ponto de venda também agrega exposição positiva para a área comercial." Quanto ao mercado, Camila destaca que o segmento residencial de Interruptores e Tomadas, vem ganhando importância e destaque no mercado. "As tendências em arquitetura e design auxiliam esse crescimento na demanda e na diversidade de produtos", acrescentas.



Mais um ano se passou e os resultados continuam melhorando. Estamos mais uma vez entre os grandes atacadistas do nosso país e nos sentimos orgulhos por saber que todo nosso trabalho é notado e valorizado por nossos clientes. Uma diretoria jovem e capaz, com novos ideais e vontade de crescer.

A Sovil Distribuidora agradece a todos mais uma vez!

SOVIL DISTRIBUIDORA

É ISSO. É SOVIL!

(31) 3383 2041
vendas@sovil.com.br

www.sovil.com.br

na temperatura CERTA

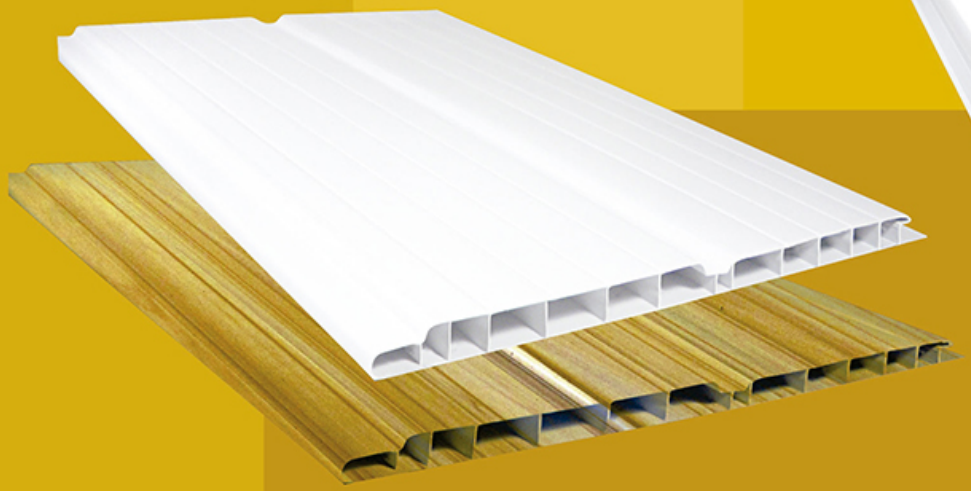
Os sistemas de aquecimento estão cada vez mais sofisticados. Produtos com energia solar, a gás ou elétrico ficam bastante acessíveis para os consumidores e a procura por esses produtos vai aquecer bastante as vendas

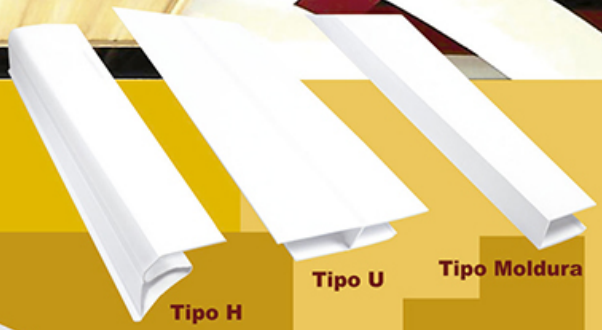


grupo perlex

FORROS DE PVC ANTICHAMA

Proteção & Funcionalidade





Os diferentes tipos de moldura proporcionam perfeito acabamento

Medidas: 3mm - 4mm - 5mm e 06mm
Cores: branco e mármore

- . Lâminas de PVC rígido de alta qualidade
- . Fácil instalação
- . Ideal para casas, apartamentos, escritórios e comércios.
- . Disponível nas cores branco e mármore
- . Facilidade na limpeza, basta passar um pano úmido
- . Resistente à umidade
- . Facilita acesso a rede elétrica, hidráulica e ar condicionado.
- . Propicia isolamento térmico e acústico
- . Não propaga fogo
- . Imune a cupins

Medidas disponíveis:
200mm x 8mm x 3mm
200mm x 8mm x 4mm
200mm x 8mm x 5mm
200mm x 8mm x 6mm

5 anos Garantia

vendas: (11) 4662-9000 www.grupoperlex.com.br

A linha mais completa de materiais elétricos do Brasil!

EMPRESAS DO GRUPO PERLEX









BOSCH

A Bosch, especialista mundial em aquecimento de água, tem no aquecimento solar seu maior destaque. Os produtos solares da marca se diferenciam por alta geração de energia para aquecimento da água e longa vida útil, de até 20 anos. Os coletores da linha MC atendem aos setores residencial e comercial; e os coletores FCC, considerados os mais eficientes do mercado, atendem às mais altas exigências do segmento industrial.

Para aquecimento de água de piscina, a novidade é a Compress 3000P – linha de bomba de calor produzida no Brasil, lançada em setembro e que, além de contar com o amplo know-how da empresa alemã, traz a tradição e qualidade da Heliotek, marca de aquecimento solar do Grupo Bosch. "Essa é uma solução criada para atender as especificidades e aos requisitos técnicos e climáticos do país para aquecimento de piscinas", diz Rafael Campos, vice-presidente de marketing e vendas da Bosch Termotecnologia. "O exclusivo ventilador polimérico multi wings e o compressor com isolamento acústico tornam o produto o mais silencioso do mercado, qualidade que faz toda a diferença para o conforto no dia a dia", continua.

Campos também destaca o design sofisticado e robusto da Compress 3000P, que é produzida com materiais de alta resistência, como o titânio, que minimiza o risco de corrosão e abrasão e confere maior durabilidade. Outros diferenciais são a facilidade de instalação e o painel eletrônico de controle, que apresenta interface mais amigável para o usuário. "Por meio do dispositivo é possível programar com antecedência quando desejar ter a piscina aquecida, a temperatura da água, além de identificar o status de funcionamento da bomba de calor e verificar, até mesmo, os códigos de erros, em caso de alguma anormalidade", explica. Segundo a empresa, o funcionamento mecânico para aquecimento de piscina faz com que a Compress 3000P proporcione uma economia de até 70% com os gastos de energia elétrica, número que pode ser ainda maior se o equipamento for utilizado juntamente com um aquecedor solar.

O vice-presidente de marketing conta que o mercado de aquecimento é predominantemente direcionado ao aquecimento de água para banho. "Hoje grande parte da população ainda usa o chuveiro elétrico, que é uma solução simples, porém de pouco conforto", comenta Rafael Campos. O executivo vê no aumento do preço da energia elétrica uma grande oportunidade, uma vez que leva esses usuários se interessarem por novas alternativas. "É crescente a procura por soluções que ofereçam economia na conta de energia com mais conforto, características que que são proporcionadas pelas tecnologias Bosch de aquecimento solar, aquecedores a gás e bombas de calor", avalia.

Para sensibilizar esses consumidores, Campos orienta que os produtos sejam posicionados de forma que possam ser facilmente visualizados na entrada na loja. Outra dica é proporcionar facilidade de acesso aos equipamentos, uma vez que o consumidor quer conhecer de perto, conferir detalhes e características físicas, como o acabamento. "As soluções de aquecimento solar, como coletor e reservatório, devem ser expostas juntas para que o cliente possa entender o que compõe o sistema. É importante também sempre ter material informativo próximo aos produtos, para que o cliente possa obter mais detalhes e levá-lo para analisar", afirma.

Ele revela que a sazonalidade do mercado de aquecimento varia conforme o tipo de aplicação: as vendas de aquecimento solar tendem a ter certa estabilidade enquanto o aquecimento a gás costuma ter alta entre os meses de maio e agosto. "Em termos de estoque, recomendo que



1. Produto Bosch
2. Produto Lorenzetti
3. Produto Rinnai
4. Produto Mondialle

as revendas mantenham sempre disponíveis os itens que são principais referências da categoria, porque são produtos de giro rápido e com clara concentração em nosso portfólio. Por outro lado, para as referências com menos saída as vendas podem ser sob encomenda, uma vez que temos prazos de entrega bastante convenientes para atender rapidamente às demandas", conclui Campos.

LORENZETTI

Com a proposta de oferecer soluções eficientes, que unam segurança e praticidade, a Lorenzetti, líder no segmento de aquecedores de água a gás, amplia a linha digital com os modelos LZ 2300DE, LZ 3700DE e LZ 4500DE. Os produtos têm sistema de exaustão inteligente, que confere maior eficiência na exaustão de gases, principalmente quando instalado em edifícios altos, onde há maior incidência de ventos.

"A Lorenzetti é líder no segmento de aquecedores de água a gás exatamente por pensar em modelos com o máximo de qualidade, eficiência e para diversas funcionalidades. Por isso, ampliamos a linha digital de média e alta litragem. O modelo LZ 4500DE, por exemplo, foi pensado para espaços que exigem um aquecedor potente, com capacidade para aquecer até sete pontos de uso e com a garantia de água na temperatura ideal e relaxante em todas as estações do ano", ressalta Alexandre Tambasco, gerente de marketing da Lorenzetti. Por ser ideal para pontos de grande demanda, como banheiras de hidromassagem, ofurô e jacuzzis, o LZ 4500DE é indicado, também, para instalação em hotéis, motéis, spas, dentre outros estabelecimentos.

O modelo LZ 2300DE possui capacidade para atender até três pontos simultaneamente, como duas duchas e um misturador, enquanto o aquecedor LZ 3700DE pode aquecer até cinco pontos ao mesmo tempo, como quatro duchas e um misturador. Desenvolvidos com alta tecnologia, exatamente para oferecer mais praticidade no uso, os três aquecedores possuem display touch, que permite controlar todas as funções com um simples toque. Há, ainda, com o controle eletrônico que, por meio de sensores de temperatura e fluxo de água, garante a temperatura selecionada.

A segurança, também, foi uma das premissas para o desenvolvimento dos aquecedores LZ 2300DE, LZ 3700DE e LZ 4500DE, que apresentam chama modulante, mantendo a temperatura da água estável mesmo se for aberto mais de um ponto de consumo durante o seu funcionamento, e acendimento automático,



LANÇAMENTO

Linha Gelo

RADIAL


1807.001 1 Tecla Simples


1807.004 3 Teclas Simples


1807.089 1 Tecla Minuteria


1807.121 1 Tecla Simples e 1 Tomada


1407.012 Tomada Telefone Padrão + Modular


1407.018 Tomada para Rede RJ 45


1807.117 2 Tomadas 2P+T Distanciadas


1807.113 Tomada 2 Polos + Terra


1807.003 2 Teclas Simples


1807.183 1 Tecla Bipolar Simples


1807.376 Tomada 2 Polos + Terra


1807.160 Campainha Cigarra Bivolt 110V / 240 V


1807.122 2 Teclas Simples e 1 Tomada


1407.022 Conector para Antena


1807.140 1 Tecla Simples e 1 Tomada


1807.103 1 Tomada


1707.109 2 Teclas e 1 Tomada


1707.027 3 Teclas + 1 Tomada

RADIAL 41 anos

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

forusi
metais sanitários

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

torneira ACQUA sensor

A natureza depende de pequenos gestos!



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



Botão que regula o fluxo de água

FORUSI 40 anos desde 1975

linha completa em: www.forusi.com.br

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

monocomando ACQUA

que aciona o produto somente quando é utilizado. Os aquecedores da Lorenzetti estão disponíveis para uso com Gás Natural (GN) e Gás Liquefeito de Petróleo (GLP) e possuem três anos de garantia. Possuem ainda desempenho reconhecido pelo Inmetro e classificação "A" no Programa Brasileiro de Etiquetagem, que assegura a alta performance dos produtos de baixo consumo de energia.

RINNAI

A Rinnai, especialista em aquecedores de água a gás e solares, destaca o lançamento da linha a gás Nova Geração, com dois modelos digitais: o E17 e o E21. "Os aquecedores a gás digitais são nosso maior sucesso em vendas, e a Nova Geração, totalmente produzida no Brasil, vem para atender às necessidades específicas do mercado nacional. São produtos que trazem uma faixa de ajuste de temperatura da água que começa em 32°C, o que é um grande diferencial na maior parte do ano", explica Leonardo Abreu, comercial na Rinnai. O executivo conta que a logística da empresa é bastante rápida, o que permite que os revendedores trabalhem com níveis de estoque reduzidos. "Existe uma pequena sazonalidade, que aumenta as vendas para reposição de aparelhos antigos que não têm mais conserto durante o inverno, mas, de maneira geral, trata-se de um tipo de produto com demanda distribuída durante o ano inteiro", comenta Abreu. Por isso, ele afirma que dificilmente os revendedores mantêm o estoque por muito tempo. Para impulsionar a comercialização nas lojas, o comercial sugere a utilização de mock-ups para que o consumidor possa ver o produto, as dimensões, e ter uma ideia de como o aparelho ficará instalado na residência. "Se o revendedor puder dispor de uma área onde possa montar um cenário, ou, se quiser investir no segmento de aquecimento, montar um showroom funcional para que o consumidor sinta a água quente, com certeza favorecerá a venda", conclui.

INTERSOLAR SOUTH AMERICA!

Com mais de 12 mil visitantes de 47 países, foi reealizada, em São Paulo, a feira e o congresso Intersolar South America, a principal plataforma de promoção das tecnologias solares na América do Sul. Durante três dias, 220 expositores internacionais apresentaram as últimas novidades do setor a especialistas, investidores e planejadores. Os preços da energia solar caíram drasticamente nos leilões sul-americanos, e a geração distribuída está começando a conquistar mais espaço nos mercados da América Latina – principalmente no Brasil, onde há sistemas de compensação de energia elétrica e outros incentivos. Mas o grande motor do mercado é a energia solar como serviço público, graças à tendência de queda rápida nos preços. Hoje, o continente é uma das regiões mais atraentes para projetos solares. Analistas de mercado prevêm crescimento significativo da energia solar em grandes mercados sul- americanos, tais como, Chile e Brasil, além do surgimento de novos mercados: Argentina e Colômbia. "Ficamos felizes em contribuir com essa história de sucesso e satisfeitos com esse retorno tão positivo de nossa feira e congresso", declararam em conjunto o dr. Florian Wessendorf, diretor geral da Solar Promotion International, e Daniel Strowitzki, diretor executivo da Freiburg Management and Marketing International, os organizadores internacionais da Intersolar South America. Mais de 1.500 especialistas participaram do congresso, no qual discutiram tecnologias solares sob todos os aspectos e analisaram oportunidades de mercado e modelos de negócios para o setor. Perspectivas em mercados centralizados e descentralizados, políticas públicas, inovações e financiamento foram temas de destaque no congresso. O mercado solar brasileiro continuará gerando entusiasmo. Em 2018, a Intersolar South America voltará ao Expo Center Norte, entre os dias 28 e 30 de agosto.

MONDIALLE

O produto de destaque da Mondialle é o Tubo a Vácuo Acoplado. Seus diferenciais são: a melhor eficiência energética do mercado, o mais econômico do segmento e a praticidade na sua instalação.

Moacir Marchi Filho, controller da Mondialle destaca as qualidades de ter um produto com aquecimento solar: "É o único produto em uma residência que traz economia ao consumidor, além do conforto proporcionado pelo Sistema S.A.S. (Sistema de Aquecimento Solar Térmico)", acrescentando que são produtos que dependem do andamento da obra e devem ser instalados por profissionais.

Segundo Moacir, que também é presidente da DASOL – Depto. Nacional de Energia Solar Térmica da ABRAVA, a maneira mais correta que encontramos para expor os seus produtos é através do Display Expositor, como um claro exemplo do produto em si. "Além disso, disponibilizamos materiais de apoio como: banners, catálogos, e treinamentos comerciais e técnicos aos colaboradores e vendedores dos pontos de venda."



café com muitas INFORMAÇÕES

Workshop de entrega da quarta onda do Painel De Consumo De Materiais De Construção

Em 26 de setembro, o DataMkt Construção, uma iniciativa do **Grupo Revenda**, cogerida por Leroy Merlin, Eucatex, Pincéis Atlas, Votorantim Cimentos e Deca, realizou em parceira com a Ferraz Pesquisa de Mercado, o segundo Café com Dados de 2017, onde foram apresentados os resultados do **"Painel comportamental do consumo de materiais de construção 2017"**, que, há quatro anos, acompanha consumidores que realizaram grandes obras residenciais, do momento da tomada de decisão para realização desta obra até sua conclusão.

Newton Guimarães, Head da unidade de negócios DataMkt Construção, iniciou os trabalhos com um comparativo entre os perfis dos respondentes e das obras realizadas nos últimos três anos, sendo possível notar que a média da metragem das residências reformadas nesses anos foi de 75,7 m2, sendo que o quarto foi o ambiente com maior incidência de realização de obras, reformado, na média, por 70,8% dos entrevistados, seguido pelo banheiro, reformado por 63,6%. Interessante frisar que, quem alega ter realizado obras no quarto, o fez, em média, em 1,8 quarto, e quem alega ter realizado obras no banheiro, o fez, em média, em 1,2 banheiro. No entanto, quando se trata da classe A, essa média sobe para 2,4 quartos e 1,9 banheiro.

A pesquisa realizada com 900 entrevistados em quatro regiões do Brasil, que haviam feito grandes obras residenciais no período de setembro de 2016 a agosto de 2017, reafirmou, nos resultados de 2017, que pintura é o tipo de obra mais realizada, por 85,4% do total; seguida por pisos e azulejos, por 68,9%; parte elétrica, por 63,3%; obras básico/estruturais, por 55%; parte hidráulica, por 42,9%; e troca de louças sanitárias, por 36,8%.

Ainda outros tipos de obras, ligadas, fundamentalmente, a acabamentos diversos, como acessórios e gabinetes para banheiro e cozinha, metais sanitários, fechaduras, acabamento em gesso etc., foram realizadas por 41,2% do total dos entrevistados, numa média de 3,9 tipos de intervenções por entrevistado.


Newton Guimarães, Head da Unidade de negócios DataMkt

85,4%

DOS ENTREVISTADOS REAFIRMOU QUE O TIPO DE OBRA MAIS REALIZADA É A PINTURA

84,3%

DO TOTAL DOS ENTREVISTADOS ALEGARAM TER DESEJO DE CONTINUAR FAZENDO REPAROS E MELHORIAS EM SEUS LARES

Esse foi um aumento significativo no porte das obras em relação aos anos anteriores, pois em 2015, essa média havia ficado em 3,3, e, em 2016, em três tipos de intervenções por entrevistado, indicando aí, um dos pontos onde, provavelmente, está apoiada a recuperação das vendas do comércio de material de construção neste ano.

Porém, talvez no campo das motivações para realização da obra tenha ocorrido uma das mudanças mais significativas detectadas pelo painel.

Nos anos de 2014, 2015 e 2016, deixar a casa mais bonita e mais nova sempre apareceu em primeiro lugar, no entanto, em 2017, essa motivação foi apontada por 51,4% dos entrevistados, sendo superada por oferecer maior conforto para a família, apontada como principal motivação por 57,8%.

Nesse ponto temos um importante insight do painel, uma mudança motivacional, passando de aspectos meramente estéticos para questões mais racionais, valorizando o lar como ambiente de convivência e estreitamento de laços afetivos.



Luciana Masagão, gerente da Ferraz Pesquisa de Mercado

Isso, de certa maneira, vai ao encontro da informação, também coletada nesse painel, de que 86,8% dos entrevistados que realizaram essas obras estão passando mais tempo dentro dos próprios lares convivendo com familiares e amigos, como conseqüência da situação econômica do país.

Esta foi a maior crise da história da economia brasileira, talvez um divisor de água entre uma sociedade mais voltada para o outro, para o olhar externo, que vigorou durante o boom do consumo até 2013, e uma sociedade mais voltada para seus próprios valores e pessoas próximas, como consequência do amadurecimento pessoal e social que procede toda grande crise.

É provável que essa seja uma das maiores janelas de oportunidade da história do segmento para criar hábitos contínuos de reforma, ampliações, consertos estruturais, pequenos reparos, manutenção e melhorias domésticas, tratando o consumo pontual de materiais de construção como compras recorrentes.

Esse, inclusive, foi outro insight bastante relevante do painel: 84,3% do total dos entrevistados alegaram ter desejo de continuar fazendo reparos e melhorias em seus lares.

Outro dado que chamou a atenção do grupo de participantes, foi sobre a importância dos sites dos fornecedores e mídias sociais durante a fase de pesquisa que antecede a realização da obra, sendo o segundo e terceiro meios mais consultados para buscas de informações, respectivamente, somente perdendo para as imbatíveis lojas físicas de materiais de construção, utilizadas por 78,2% dos entrevistados.

Não à toa, no workshop conduzido por Luciana Masagão, gerente da Ferraz Pesquisa de Mercado, os executivos e executivas das empresas cogestoras buscaram apresentar e desenvolver algumas alternativas para acolher essa demanda, como sistemas de geolocalização das lojas mais próximas nos sites, para revendedores participantes de programas de relacionamento com o fornecedor, e escolha das mídias sociais, linguagens e tipos de produtos e serviços demonstrados ou oferecidos, de acordo com os diversos perfis de públicos, como lojistas de bairro, tipos de executores, como pedreiros ou pintores, e consumidores finais, buscando envolvê-los de maneira próxima e sem ruídos, entre outros temas desenvolvidos.

Aliás, o impacto de mídias sociais e novas tecnologias foi um capítulo à parte nos trabalhos.

Apenas considerando o uso de smartphones ou tablets no ponto de venda, no momento da pesquisa ou compra dos materiais de construção, para obter e comparar informações de preços e características de produtos, houve um crescimento nesse uso: em 2015, 37,1% dos entrevistados alegaram não terem utilizado-os no momento da compra dos materiais na loja física; em 2016, este número caiu para 28,2%; e, em 2017, caiu um pouco mais, para 26,1% do total dos entrevistados.

Por outro lado, há indicativos de amadurecimento na maneira como os dispositivos móveis são usados no momento da compra: em 2015, a maior utilização foi para fotografar os produtos e enviar para outras pessoas darem opiniões; já, em 2016, foi para comparar preços de produtos, negociar e comprar no mesmo momento e na mesma loja física; e, por fim, em 2017, foi para comparar preços de produtos e comprar em outro momento, em outra loja física, sinalizando para um aumento da perda de clientes no ponto de venda aos concorrentes, talvez por falta de um atendimento bem preparado para lidar com este consumidor mais crítico e bem informado.

O **Workshop Painel Comportamental do Consumo de Materiais de Construção** tem como principal objetivo, a partir da leitura de dados comportamentais oriundos de quatro anos de pesquisas, identificar as mudanças comportamentais, aprofundando-as e estimulando os executivos e executivas participantes a gerar ideias, discutir as fases de implantações e a efetividade e o resultado nos diversos públicos impactados.



Discussão em grupo

NORTON
SAINT-GOBAIN



LINHA DE SELANTES

NÃO RACHE A CUCA!

Os Selantes **Norton** são a solução perfeita para vedação, preenchimento de trincas, juntas de dilatação e aplicações em geral, pois possuem uma excelente adesão, sem apresentar retração, encolhimento ou trincas após a secagem.

A qualidade **Norton** que você já conhece, agora também em selantes para a Construção.

PU40

PU CONSTRUÇÃO



SILICONE ACÉTICO



Para mais informações:

CENTRAL DE ATENDIMENTO
0800-7273322
www.nortonabrasives.com/pt-br

@NortonAbrasivos
www.facebook.com/NortonAbrasivosBr
www.youtube.com/NortonAbrasivos

soprano.com.br | sopranoBR | canalsoprano | 55 54 2109 6464

NOVOS FECHOS AUTOMÁTICOS SOPRANO

FECHO DE SOBREPOR



agora com porta cadeado!

Fabricados em inox com acabamento polido ou pintado branco.

- fecho fêmea
- fecho macho esquerdo
- fecho macho direito

Conchas e trincos em inox e botões em zamac com acabamento pintado branco.



- fecho fêmea
- fecho macho esquerdo
- fecho macho direito



FECHO DE EMBUTIR

lançamento!



TRAVA-PORTAS MAGNÉTICOS



FECHADURA ELÉTRICA COM BOTÃO



PUXADOR EM ALUMÍNIO

em breve!



MAÇANETAS PARAFUSADAS

Fixação das hastes com parafusos ao invés de pino. Novidade para Perfil Metálico. Veja os modelos no nosso site.

Fechaduras e Ferragens | Materiais Elétricos | Utilidades Térmicas

Soprano Fechaduras e Ferragens S.A.
Av. das Indústrias, 400 - Farroupilha, RS

SOPRANO
Segurança para fazer melhor.

CASCOLA PARA ÁREAS EXTERNAS

A marca Cascola, multissolução em adesivos e selantes pertencente à alemã Henkel, oferece o Cascola Monta & Fixa PL600 Exterior, indicado para a instalação de pisos nas áreas externas, além de ser ideal para adesão de alta resistência em materiais para construção, decoração, instalações em ambientes externos e pequenos reparos. Essa opção adere a vários tipos de materiais porosos e não porosos como gesso, porcelana, metal, plásticos, madeira, concreto e vidro. Cascola Monta & Fixa PL600 Exterior pode ser utilizado em arandelas, guarnições, pisos, azulejos, florões, ladrilhos, molduras, conduítes, canaletas, cantoneiras, maquetes, mosaicos e peças decorativas. Prático de usar, o produto garante maior rapidez na instalação, além de reduzir a sujeira e eliminar barulho e outros transtornos que podem ocorrer com o uso de furadeiras ou martelos. Esses benefícios também facilitam o trabalho do profissional ao manusear o produto.





*Bonasoldi, em mais um ano se destacando no **Troféu Excelência Atacadista.***

A família Bonasoldi dedica este prêmio a todos que há tantos anos formam essa aliança sólida de responsabilidade, respeito e confiança, com nossos clientes, fornecedores e colaboradores.

Obrigado!

21° lugar no Ranking Nacional
6° lugar na Região Sul

Bonasoldi
Distribuidora e Atacadista

bonasoldi.com.br - 0800 642 6416







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, 4385 - Salto Weissbach
CEP 89032-000 - Blumenau - SC
+55 47 3331-0500 - vendas@censi.com.br

CENSI
Sistemas hidrossanitários



O VAREJO BRASILEIRO ESTÁ PRONTO PARA O IOT?

Quais são as perspectivas quanto ao futuro do varejo no Brasil? Mesmo considerando os entraves financeiros e econômicos que têm dificultado seu desenvolvimento, acredito que esse é um setor em que há muito a ser explorado. Os varejistas têm observado, de uns três anos para cá, que é importante abandonar despesas extras, o que fez como que novos nichos se destacassem e muitas lojas - que já não traziam a mesma rentabilidade de antes - fossem fechadas. Imagino, portanto, que o cenário pode ser visto como instável por muitos, mas o encaro como promissor.

Porque é em momentos mais sensíveis que o mercado tende a se reinventar e aprimorar suas ofertas. O varejo tem investido cada vez mais em soluções tecnológicas para otimizar seus recursos e promover o aumento das vendas. A Internet das Coisas (IoT), por exemplo, tem se popularizado no segmento. Seja com o uso em devices ou nuvem, o conceito do IoT já representa um importante diferencial competitivo onde foi aplicado. No Brasil, enxergo a tecnologia no varejo como incipiente, mas acredito que seja questão de tempo para sua popularização.

Algumas empresas varejistas vêm apresentando resultados bem expressivos, com aplicações que vão desde a manutenção preditiva de equipamento ao transporte inteligente e mapeamento de interesse do consumidor dentro das lojas. Aqui ressalto a importância do varejista criar sua estratégia baseando-se em dados obtidos por meio de inteligência analítica, que permitirá a gestão das ações de acordo com a necessidade dos seus clientes.

Por isso acredito que sim, o nosso varejo está pronto para o uso do IoT. Cases de sucesso não faltam para quem ainda tem dúvidas. Mas atente-se a alguns pontos antes de adotar a solução: avalie se a estrutura do seu negócio comporta o IoT nesse momento. Há outras ferramentas que têm grande aplicabilidade no varejo, como o Big Data e o Analytics que, sem dúvidas, quando bem aplicadas, trazem melhorias comprovadas e significativas na performance da cadeia de suplementos.

Minha outra dica é investir em sistemas robustos e seguros. Recente pesquisa feita pela Irdeto, especialista em segurança para plataformas digitais, aponta que 90% dos consumidores de seis países diferentes temem ciberataques em dispositivos que são conectados à internet. Os brasileiros são os mais receosos quanto a esse tipo de invasão: 88% dos participantes têm essa preocupação. Portanto, a prevenção de intervenções nos dados dos clientes é fundamental para não perder a sua confiança.

Pelo que temos observado, podemos dizer que a tendência é que os próximos anos tragam a tão esperada recuperação do mercado. A menor pressão inflacionária tende a refletir no aumento do poder aquisitivo das famílias e, consequentemente, em crescimento das vendas.

Sua empresa estará preparada para esse momento? Quais diferenciais você terá a oferecer aos seus clientes quando o mercado reaquecer?

Pense sobre essas questões e avalie como investir assertivamente no seu negócio.

(*) Fabio Camara, é CBO da Engemon IT

Santa Clara
Louças Sanitárias



REYMASTER COMEMORA 30 ANOS



A Reymaster Materiais Elétricos, de Curitiba, PR, apresenta em seu aniversário de 30 anos seu novo mascote: o Capitão Rey. O personagem será o novo representante visual da Reymaster nas ações voltadas aos clientes. Segundo seus idealizadores, ele foi desenvolvido na intenção de transmitir os valores da empresa e ser o identificador de sua marca. "Com um sorriso no rosto, o Rey demonstra confiança, seriedade e alegria aos clientes, que são algumas de nossas principais políticas", conta Reynaldo Gabardo Jr, sócio fundador da Reymaster. O novo mascote da Reymaster surge como um super herói que possui o poder da eletricidade em seu anel. Através dele, faz surgir diversas soluções elétricas para quem precisar. Outra habilidade do Capitão Rey é levar conhecimento e informação sobre tudo que envolve materiais elétricos. "Estamos muito contentes com o nascimento do Capitão Rey. Já o sentimos parte da família Reymaster. Isso ainda porque ele foi desenhado seguindo os traços físicos do pai de Reynaldo, que fundou a empresa em 1987 junto do seu filho", conta Marco Stoppa, diretor da empresa.

LINHA DO TEMPO

E as novidades para os 30 anos não param por aí. A distribuidora lança uma linha do tempo que conta através de fotos e legendas a sua história. Para acessar basta entrar no link Linha do Tempo no site da Reymaster (www.reymaster.com.br/linha-do-tempo) e viajar até 1987, ano em que os paranaenses Reinaldo Gabardo e seu filho Reynaldo G. Junior iniciaram a empresa na cidade de Curitiba (PR). Na Linha do Tempo é possível ter acesso às imagens da primeira sede da Reymaster. "A Reymaster surgiu literalmente na nossa garagem e foi tomando conta dos fundos de nossa casa, localizada no bairro água verde. O espaço inicial limitava-se a 80 metros quadrados e dois funcionários que compravam cabos e revendiam. Já nos primeiros anos construímos um mezanino, e após um espaço maior, onde funcionava o primeiro departamento de vendas internas da empresa. Todo o restante era estoque", recorda Reynaldo G. Junior. A partir daí, a Reymaster não parou mais de crescer. "Fomos sentindo a necessidade dos profissionais em encontrar um número cada vez maior de materiais elétricos em um único lugar e fomos aumentando a linha de produtos comercializada", conta Stoppa. Assim a casa onde moravam tornou-se a sede administrativa da empresa, e os donos tiveram que se mudar. "Compramos a casa na esquina da rua onde ficava a Reymaster. Morávamos em cima e o restante se transformou em estoque", lembra. Em 2004 a Reymaster se mudou para a atual sede, localizada no bairro Lindóia: um empreendimento de 3.000 m2 de área construída. E como antes, foi incorporando terrenos vizinhos até chegar ao espaço que tem hoje: seis mil metros quadrados, e um estoque com mais de 40 mil produtos de 150 marcas nacionais e internacionais. A empresa conta hoje com 200 profissionais e é certificada com a ISO 9001:2015: sinônimo de qualidade em seus processos.

NOVA LOJA

A Reymaster Materiais Elétricos chega aos seus 30 anos de história, operando em uma nova loja que foi reformada e ficou ainda mais aconchegante, que recebe os clientes com os braços abertos e agora com o Capitão Rey a porta para recepcioná-los, com muita simpatia e prontidão para ajudar, assim como o fundador da empresa Sr. Reinaldo Gabardo.

LEROY MERLIN
INTERLAGOS ON TIME



A Leroy Merlin Interlagos traz uma nova proposta de acesso e apresenta a loja - via online -, para que os clientes possam conhecer todo o seu espaço antes de saírem de casa. A experiência acontece por meio do uso da tecnologia do Google Street View.

Com ele, os clientes poderão conhecer e ter noção de todo ambiente interno, setor por setor, visualizar todos os produtos, saber onde ficam e se inspirarem, com as soluções e projetos espalhados pela loja.

"Os clientes de Interlagos podem usar essas ferramentas para identificarem onde ficam os produtos e conhecer todos os setores. Nosso intuito é mostrar as novidades e facilitar o acesso para o nosso público", comenta Jean François Guy Jacques Hernu, diretor da Leroy Merlin Interlagos.

A líder no varejo de materiais para construção segue as novas tendências de inovação e tecnologia para proporcionar a melhor experiência de compra aos clientes, fora e dentro das lojas.

Faça parte dessa experiência, acesse: http://www.leroymerlin.com.br/institucional/tour-virtual-360-loja-interlagos-sp

12º PRÊMIO EXCELÊNCIA
ATACADISTA DISTRIBUIDOR

AM Comercial

Obrigado aos nossos clientes, fornecedores e colaboradores por esse **reconhecimento**!

Mais uma vez entre os **melhores** do Brasil!

www.amcomercial.com.br
(82) 2121 - 1550
Av. Menino Marcelo, 5367 - Serraria
CEP: 57046-000 - Maceió / AL
e-mail: amcom@amcomercial.com.br

TOP OF MIND
Revenda Construção

2º LUGAR EM
FERRAMENTAS MANUAIS

Estamos aqui novamente!
Mais uma vez, nós da PACETTA, deixamos nosso agradecimento pelo reconhecimento e confiança que o mercado e parceiros tem em nossa linha de produtos.
Estar posicionada entre as principais empresas do mercado brasileiro é um grande orgulho.
Nas próximas décadas não será diferente!
Obrigado!



PACETTA, QUALIDADE INDISCUTÍVEL.

DESDE 1947
PACETTA®
QUALIDADE EM FERRAMENTAS

Acesse o site e fique por dentro das novidades:
www.metalurgicapacetta.com.br

ARTIGO

POR MARCOS BISI

ATENÇÃO na contratação de profissionais



Para o mais simples ou para o mais complexo reparo em uma residência, existe uma lista sem fim de profissionais: eletricistas, encanadores, pintores, pedreiros, marceneiros, e por aí vai. Seja apenas para o conserto de uma torneira ou para a renovação de toda a instalação elétrica do imóvel, é possível encontrar gente disponível e interessada em auxiliar no socorro necessário. A questão é: quem contratar? Diante desse cenário, é importante certificar-se de que o profissional é realmente idôneo. Para tanto, converse com outros clientes, amigos e vizinhos sobre os serviços por ele prestados. Procure saber da qualidade, da pontualidade e do preço praticados e sempre consulte mais de um orçamento – três dará uma boa referência.

Feita a escolha, deixe registrado em contrato tudo aquilo que for combinado com o prestador do serviço, seja ele uma empresa ou profissional liberal (autônomo). Nesse "contrato", procure inserir todas as obrigações e os direitos de cada uma das partes, de forma bem detalhada. No caso de um pedreiro que precisa efetuar algum reparo, por exemplo, descreva o que deve ser reparado, de preferência com todo o material que deverá ser aplicado, a quantidade de profissionais envolvidos na equipe e, principalmente, o prazo de execução, a forma de pagamento e a garantia pelos serviços prestados. Lembre-se que tanto você quanto o profissional/empresa devem assinar o documento.

Evite fazer pagamentos antecipados e não quite todo o serviço adiantado. Desta maneira, o prestador de serviços perde o interesse, pois já estará com todo o dinheiro no bolso. Uma dica: pague a última parcela somente com a conclusão e teste do serviço prestado. Exija nota fiscal e guarde todo e qualquer documento e/ou recibo. Em caso de defeito ou dúvida, pague apenas quando o problema for resolvido. Se isso não acontecer, tente solucionar de forma amigável, caso contrário, procure o Procon de sua cidade ou um dos Juizados Especiais Cíveis (indicados para as causas com valor de até 40 vezes o salário mínimo vigente).

*Marcos Bisi é responsável pelos departamentos Jurídico e de Recursos Humanos da SIL



Abreu & Silva DISTRIBUIDOR
O PARCEIRO DA CONSTRUÇÃO

Crescendo mais e mais!

A Empresa Abreu & Silva Distribuidor, empresa de distribuição de materiais para construção; com sede na cidade de Olho d'Água das Flores, Alagoas, vem se destacando no mercado e vê no trabalho sério e com o compromisso de todos os colaboradores, o alicerce para o sucesso.

Nos últimos anos a empresa cresceu significativamente na região Nordeste do pais e, está no top 3 do estado de Alagoas.

A empresa trabalha com mais de 5 mil itens dos mais variados fornecedores, com um quadro de 25 representantes comerciais, atendendo a todo o Estado de Alagoas, a empresa é hoje referência no segmento de materiais para construção.

Abreu & Silva DISTRIBUIDOR
O PARCEIRO DA CONSTRUÇÃO

Solicite uma visita
(82) 3623-1822 | 99955-8339
www.abreuesilvadistribuidor.com.br
vendas@abreuesilvadistribuidor.com.br

CLIQUE AQUI

APLICATIVO DA **AMANCO** BOMBANDO

A Amanco usou a inovação para continuar facilitando a vida das pessoas. Lançado há pouco mais de dois anos, o aplicativo Meu Instalador chegou à marca de 61.656 downloads e vem ajudando um contingente de milhares de instaladores hidráulicos a conseguir trabalho em meio às incertezas do mercado.

Segundo dados levantados pela Amanco, os serviços mais demandados dos profissionais são os relacionados ao portfólio de soluções hidráulicas e elétricas voltadas ao segmento predial, que consiste em reparos, reformas e instalação de estruturas novas para residências.

Para a Amanco, o aplicativo cumpre uma função que vai além de apenas ajudar clientes a encontrar mão de obra qualificada para as suas necessidades: ele mantém profissionais fundamentais à atuação da marca em atividade, movimentando o próprio setor e atendendo a necessidade do mercado em encontrar profissionais no setor, além de promover a empregabilidade para sociedade.

"A funcionalidade principal do aplicativo oferece exatamente o que vem sendo demandado em todo o País. Ou seja, alternativas no mercado para manter as pessoas trabalhando", explica Fábia Guerra Marcolin, responsável pela área de Marketing e Comunicação da Mexichem Brasil.

ASTRA NO MUNDO DOS INFLUENCIADORES

Atenta ao mercado e ao consumidor, a Astra chegou aos 60 anos desenvolvendo ações que têm fortalecido sua marca e, entre elas, está a campanha de comunicação apoiada pela youtuber Paloma Cipriano, que ensina as pessoas a colocarem a mão na massa e praticarem o "faça você mesmo".

O primeiro produto da Astra que tem sua divulgação pautada por essa tendência é o Conversor para Caixa de Descarga. As ações têm por objetivo apresentar uma solução aos consumidores e aproximá-los da empresa. "Trabalhar o público segmentado tem dado retornos positivos à marca. Por isso, essa campanha tem uma influenciadora digital como parceira, pois sabemos como os consumidores estão em busca de soluções simples e de custo baixo", afirma Joaquim Coelho, diretor comercial da Astra.

A campanha teve início em agosto e seguirá até dezembro deste ano. Além da parceria com a youtuber, neste período, serão realizadas ações em redes sociais, anúncios em revistas e nos pontos de vendas. Os materiais de apoio podem ser encontrados no site www.astra- sa.com/maisqueumjeitinho, criado exclusivamente para esclarecer todas as dúvidas.

CONSTRUJÁ DISTRIBUIDORA INVESTE EM TECNOLOGIA

Com 27 anos de mercado, a Construjá, distribuidora de materiais de construção e representante do Grupo G8, em São Paulo, aposta na tecnologia especialista da TOTVS para aprimorar a sua gestão e assegurar a qualidade dos serviços de forma sustentável. Após analisar diferentes sistemas de mercado, a companhia adotará o WinThor da PC Sistemas, empresa do Grupo TOTVS, seus módulos especialistas, como Importação e WMS, para gestão de estoque e logística. Com 10 mil clientes ativos e uma frota de 70 caminhões, a movimentação no estoque da Construjá é intensa. São cerca de mil pedidos por dia que precisam ser gerenciados e entregues, além de todo o cuidado para evitar desvios e extravios.

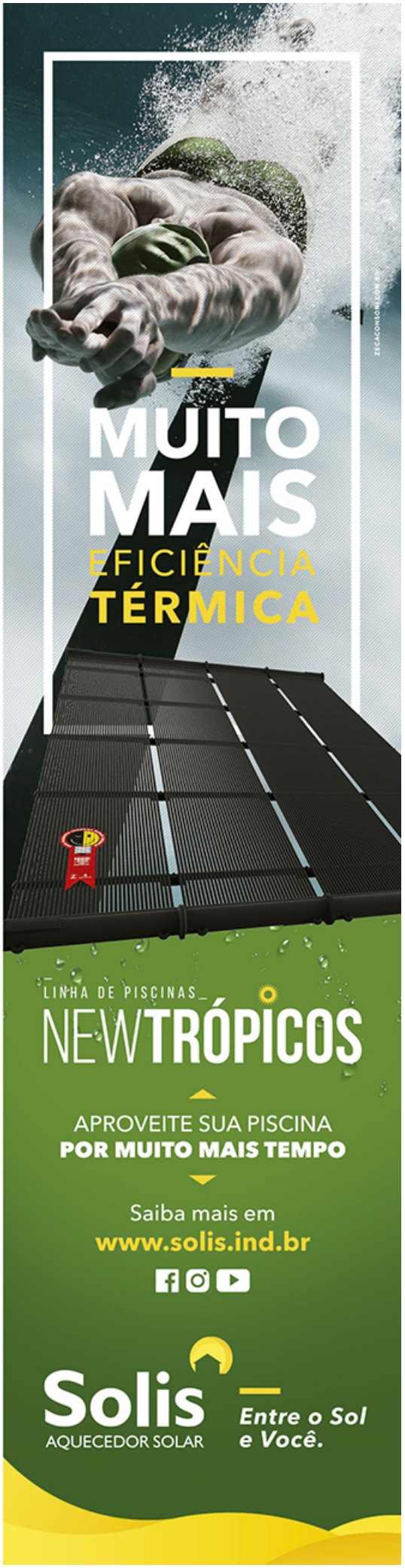
"Como a TOTVS já tem o know-how do atacado distribuidor e do software que implanta, isso facilita e nos dá segurança. Todos os canais estão sendo integrados e assim ganharemos eficiência operacional, além de maior controle. Teremos todos os processos bem definidos, desde a abertura do pedido até a entrega do produto. A mudança de sistema vai trazer segurança e acuracidade de informações. Precisávamos também estar em conformidade ao compliance, que no Brasil sofre modificações constantemente. Isso é difícil de acompanhar, gera trabalho e gasta tempo. Agora com um sistema maduro já conseguiremos suprimir essa preocupação", informa Alexandre Guimarães, gerente de TI da Construjá.

Além de consolidar e gerenciar dados de estoque e processos logísticos, outro objetivo do projeto é aliar uma tecnologia que apoie a expansão da empresa e acompanhe uma série de exigências legais e recomendações do Governo, para que a situação da empresa esteja sempre regularizada em todos os aspectos e possa atender todas as normas de compliance e saúde financeira. Diariamente, muitas atividades envolvendo impostos, cálculos, datas de vencimento e recolhimento, preenchimento de guias, constituem a operação contábil e fiscal da Construjá. "Com o sistema, vamos ter a integração necessária entre financeiro e contabilidade para garantir mais segurança no controle das informações. Com certeza, a tecnologia nos proporcionará mais agilidade e garantiremos melhores resultados", afirma Ailton Amaro, gerente financeiro da Construjá.

Anteriormente à adoção da tecnologia TOTVS, a Construjá utilizava um software desenvolvido internamente que, para atender às suas necessidades, foi bastante customizado, a fim de assegurar a conformidade com a regulamentação do setor, o que gerava custos e utilizava o tempo da equipe de TI.

O projeto com a desenvolvedora começou em maio deste ano e a primeira fase do Go Live está prevista para acontecer em novembro. Após tudo familiarizado e normalizado, a segunda fase implantará o WMS na unidade de São Paulo.

"O setor atacadista distribuidor vem passando por uma mudança de cenário nos últimos 10 anos. A TOTVS está comprometida em acompanhar cada fase e apoiar as empresas na transformação de seus negócios, permitindo que explorem de forma mais completa a sua área de atuação para que também reduzam custos e tenham estratégias mais eficazes", finaliza Ademar Alves, diretor executivo da PC Sistemas, empresa do Grupo TOTVS.





viajando pelo BRASIL

Confira as datas e os locais das principais feiras do segmento

2018

EXPOREVESTIR

A Fashion Week da Arquitetura e Construção
De 13 a 16 de março de 2018
Local: Transamérica Expo Center, São Paulo/SP
www.exporevestir.com.br

FEICON BATIMAT

25º Salão Internacional da Construção e Arquitetura
De 10 a 13 de abril de 2018
Local: São Paulo Expo - São Paulo/SP
www.feicon.com.br

FABRICON

Feira Brasileira de Fabricantes da Construção Civil
De 24 a 27 de maio de 2018
Local: Parque de Exposições Vila Germânica, Blumenau, SC
www.viaapiaeventos.com.br/feirafabricon

GLASS SOUTH AMERICA

Construção, Tecnologia, Acessórios e Decoração
De 09 a 12 de maio de 2018
Local: Transamérica Expo Center
www.glassexpo.com.br

M&T EXPO

Máquinas Industriais, Máquinas para a Construção
De 05 a 08 de junho de 2018
Local: São Paulo Expo Center
São Paulo/SP
www/mtexpo.com.br

CONSTRUSUL

Feira Internacional da Construção
De: 01 a 04 de agosto
Local: Fiergs, Porto Alegre/RS
www.feiraconstrusul.com.br

DE VOLTA AO ANTIGO LAR

Em 2018, a Construsul voltará ao seu antigo endereço: Fiergs, em Porto Alegre. A organização destacou o excelente acolhimento nas últimas edições que foram realizadas no Centro de Eventos da Fenac, em Novo Hamburgo, com grande sucesso.
"A Fenac é um espaço adequado para fazer feiras, mas por uma medida estratégica decidida juntamente com os expositores estamos anunciando essa novidade para o ano que vem", completou Paulo Richter.
O ano de 2017 foi desafiador, mas apesar disso o resultado da 20ª Construsul – Feira Internacional da Construção foi surpreendente. A estimativa feita pela organização do evento junto aos expositores é de que o volume de negócios ao longo do evento desse ano tenha ficado muito próximo dos patamares atingidos no ano passado que estiveram ao redor de R$ 400 milhões.

CONCRETE SHOW SÓ EM 2019

O próximo encontro do Concrete Show South America, único evento da América Latina a reunir toda a cadeia do concreto, irá acontecer de 13 a 15 de fevereiro de 2019, no São Paulo Expo, na capital paulista.
"A nova data é uma sugestão do próprio mercado de construção. Estamos programando novidades para 2019, como a ampliação do escopo de expositores, o que irá abranger um maior potencial de negócios", afirma o diretor do portfólio de infraestrutura da UBM Brazil, Renan Joel

GAMMA

FERRAMENTAS

A Gamma Ferramentas traz ao mercado brasileiro dinamismo, solidez e capacidade de gestão alinhados à tecnologia, inovação, confiabilidade e versatilidade de ferramentas elétricas e a combustão. **São mais de 300 produtos direcionados a profissionais e hobbystas.**



CONHEÇA NOSSA LINHA DE PRODUTOS:



Pistolas de Pintura Elétrica



Bombas de água



Lavadoras de Alta Pressão



Ferramentas de Bancada



Ferramentas Elétricas



Roçadeiras



Motosserras



Geradores



Máquinas de Solda



Compressores de Ar

É DA AMPLA

Realize o *sonho* dos seus clientes.

A Fortlev tem uma família de produtos com a tradição e a qualidade que todo mundo procura.

A Fortlev parabeniza os atacadistas e distribuidores de material de construção. Agradecemos por escolher os produtos da nossa família. Essa parceria faz toda a diferença. Confira todas as linhas e novidades.



ÁGUA É TUDO

Deus é Fiel

FORTLEV

É MUITO MAIS CAIXA D'ÁGUA

www.fortlev.com.br | fortlevbrasil