Revenda

A NÚMERO 1 DO SEGMENTO

Ed. 317 | Fevereiro 2017 | Ano XXIX
www.construcaototal.com

CAIXA D'ÁGUA EM ALTA



ENTREVISTA REVESTIR

ESPECIAL ABRASIVOS

Sejam muito bem-vindos à nossa nova casa.



No **novo site** da A.J. Rorato, você pode acompanhar todas as nossas novidades, conhecer as linhas de produtos e até mesmo **realizar orçamentos**. Navegue em todas as seções e encontre o que você precisa. Consumidores, clientes, parceiros e representantes, essa é a nossa nova casa.

Sejam muito bem-vindos.



Acesse:
WWW.AJRORATO.IND.BR

A. J. RORATO



depois da FOLIA

O Brasil começa funcionar depois do Carnaval, diz a lenda.
Então, o mês de março marca o início da recuperação econômica tão esperada pelos milhões de brasileiros, milhares de empresários e empreendedores.
O primeiro grande teste do ano vai acontecer no início de março, quando será realizada a Expo Revestir, em sua 15ª edição. Em entrevista exclusiva, que pode ser acompanhada a partir da página 10, o presidente e CEO da Anfacer, Antonio Carlos Kieling, afirma que a Feira é a arrancada do ano.
Otimismo exagerado?
Esperamos que não.
Pelo menos o pavilhão de exposição do Transamérica Expo Center, local da Feira, está com seus espaços totalmente comercializados.
Os primeiros meses do Governo Temer estão agradando boa parte do empresariado. A diminuição da taxa Selic e a queda dos juros animam o setor da construção civil, embora os números fechados de 2016, apresentados agora no início do ano pela Abramat, a Associação dos Fabricantes de Material de Construção, não sejam lá dos melhores. As indústrias de materiais de construção tiveram queda de 11,5% em seus faturamentos, no acumulado janeiro-dezembro de 2016, em comparação com o mesmo período de 2015.
Os números do desemprego também foram assustadores, com quase 12 milhões de desempregados.
É preciso reverter urgente este quadro. E, por incrível que possa parecer, poderemos ter um grande aliado neste desafio: os Estados Unidos.
Sim, com a eleição de Donald Trump, que parece estar querendo fechar as portas para os produtos importados (quer aumentar os impostos de importação), abre-se uma grande janela de oportunidades para a nossa competente indústria, especialmente a de material de construção, reconhecidamente uma das melhores do mundo.
E empresas, que antes investiam timidamente em nosso mercado, poderão voltar suas baterias para cá. Pacificamente, é claro!
Isso, evidentemente, se a quarta-feira de cinzas amanhecer um pouco mais colorida.

Boa leitura!
Roberto Ferreira

grupo Revenda

FEVEREIRO 2017 | Edição 317

DIRETORIA
Ivete Nunes (ivete.nunes@revenda.com.br)
José Marcello N. V. de Andrade (marcello@revenda.com.br)
José Wilson N. V. de Andrade (wilson@revenda.com.br)

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

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

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

EDITORA DE ARTE / PROJETO GRÁFICO
Tatiana Hemmel F. Carlini (tatiana@revenda.com.br)

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

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

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

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

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

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

DEPARTAMENTO JURÍDICO
Dr. José Geraldo Louzã Prado

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

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

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 IVC

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

PRODUTOS QUE VENDEM



SEGMENTO
CHUVEIRO E TORNEIRA ELÉTRICA



SEGMENTO
PURIFICADOR E FILTRO DE ÁGUA



SEGMENTO
SISTEMA DE AQUECIMENTO A GÁS



SEGMENTO
LOUÇAS SANITÁRIAS

SEGMENTO
ASSENTO SANITÁRIO

MAIS DO QUE VOCÊ IMAGINA



SEGMENTO
METAL SANITÁRIO



SEGMENTO
TORNEIRA PARA COZINHA



SEGMENTO
METAL SANITÁRIO ECONOMIZADOR DE ÁGUA

SEGMENTO
TORNEIRA DE PLÁSTICO E TORNEIRA EM ABS



SEGMENTO
ACESSÓRIOS PARA BANHEIRO



SEGMENTO
LÂMPADA FLUORESCENTE COMPACTA E TUBULAR

VENHA NOS VISITAR NA EXPO REVESTIR
A FASHION WEEK DA ARQUITETURA & CONSTRUÇÃO
TRANSAMÉRICA EXPO CENTER - 07 A 10 DE MARÇO
LOCALIZAÇÃO: PAVILHÃO D - RUA U/V - STAND 740

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

LORENZETTI
Mais do que você imagina



Capa:
Merchan Fortlev

Revenda

EDIÇÃO 317 | FEVEREIRO 2017 | ANO XXIX









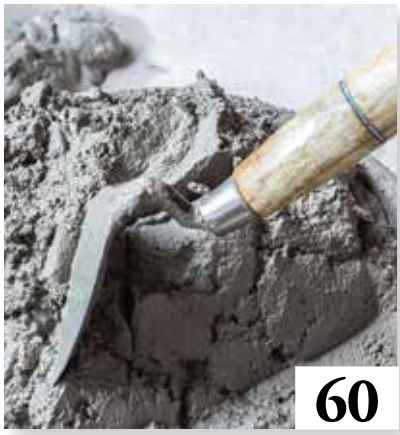
10 **Entrevista Revestir**
Antonio Carlos Kieling, presidente e CEO da Expo Revestir, comenta o crescimento da Feira.

14 **Painel**
Os produtos que estão chegando ao mercado e as boas ações dos fabricantes de material de construção.

26 **Caixa d'Água**
Imponentes e poderosas. As caixas d'água são aliadas importantes para o bem-estar da população.

38 **Produtos para Fixação**
Um mercado que está em constante evolução e que está superando o momento difícil da economia.





54 | **Porteiro Eletrônico**
Cada vez mais tecnológicos e acessíveis à grande maioria, estes produtos também são importantes aliados para a segurança das residências.

60 | **Especial Material Básico**
Três modelos de negócio, Home Center, loja média e pequena, mostram como trabalhar com os produtos mais importantes para construção e reforma.

70 | **Abrasivos**
Discos e lixas são produtos de alto giro nos pontos de venda. Escolher o modelo mais indicado para a sua função fica mais fácil com a boa arrumação nas gôndolas.



artigos e seções

08 | Top of Mind
84 | Artigo LED
86 | Artigo Amorim
90 | Indústria
92 | Leroy Merlin
94 | Clique Aqui
96 | Sua Loja
98 | Agenda





só as MELHORES

A votação para eleger as marcas Top Of Mind no segmento da construção civil vai até meados de abril. Iniciada em dezembro, são os revendedores de material de construção de todo o Brasil que elegem as marcas Top Of Mind Revenda Construção 2016, a maior premiação editorial do segmento da construção civil, realizada pela revista **Revenda Construção**.

A pesquisa é feita pelo departamento de pesquisa da Quinta Essência & Inteligência de Mercado, totalmente realizada no C.A.T.I. (Computer Assisted Telephone Interviewing) e serão conhecidas as marcas mais lembradas pelos lojistas de material de construção que vivem o dia a dia do comércio. O resultado é muito importante para as indústrias que, baseadas em nossa pesquisa, podem desenvolver trabalhos de comunicação com seus revendedores nas regiões ou estados onde não obtiveram bom desempenho.

Apenas uma pergunta é feita aos revendores contatados para a pesquisa: "Qual é a primeira marca que lhe vem à mente no segmento…?

Serão pesquisados 83 segmentos de fabricantes de produtos e 5 de serviços para a construção civil. A votação teve início no início de dezembro e vai até a metade de abril.

As empresas vencedoras em cada segmento receberão o troféu Ruy Ohtake, uma obra de arte projetada pelo renomado arquiteto especialmente para a revista Revenda Construção.

É bom trabalhar com

vonder®



Cortadores de Cerâmicas e Porcelanatos com Bancada

Facilidade, precisão e maior capacidade de corte na colocação de revestimentos!

Sempre utilize equipamentos de proteção individual VONDER

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

Confira:
- Ideal para cortar cerâmicas, azulejos e porcelanatos
- Base emborrachada
- Acompanha disco de corte diamantado e 2 chaves fixas

Características Técnicas:

CCV 1500
- Tensão: 220V~ monofásico
- Potência: 1.500 W • Rotação: 3.500 rpm
- Capacidade de corte: 1.250 mm
- Pernas dobráveis com rodízios em uma das pernas
- Alças para transporte
- Diâmetro do disco: 250 mm

CCV 800
- Tensão: 220V~ monofásico
- Potência: 800 W • Rotação: 3.500 rpm
- Capacidade de corte: 650 mm
- Pernas desmontáveis

Trabalhe também com os **Cortadores Manuais de Cerâmicas e Azulejos VONDER!**



www.vonder.com.br

Conheça alguns diferenciais:


Escala graduada e esquadro



Sistema de refrigeração


Motor blindado (IP54)



Conheça nossos videos e acesse nossas redes sociais!

facebook.com/vonderferramentas
youtube.com/vonderferramentas



Uma obra bem feita começa com as ferramentas certas!
A escolha é sua e a qualidade é VONDER!



"FEIRA REVESTIR é a arrancada do ano"

Antonio Carlos Kieling, 68 anos, é formado em Economia pela Universiade Federal do Rio Grande do Sul. Sua experiência acumula passagens pelo SEBRAE/SC, OAS – Organização dos Estados Americanos – e Perdigão, além da atuação na ACK Consultoria e Gestão Empresarial, onde é sócio-diretor há 23 anos. Superintendente Executivo da ANFACER – Associação Nacional dos Fabricantes de Cerâmica para Revestimentos e Louças Sanitárias, Kieling também é o Presidente CEO da Expo Revestir, uma das maiores feiras de acabamentos e revestimentos para construção civil, com grande destaque internacional, que acumula crescimento ano a ano, com aumento do público de profissionais qualificados, foco e organização para começar os negócios anuais no segmento, como explica nesta entrevista exclusiva.

Por Clayton Gallo | Fotos divulgação

Revenda – A Expo Revestir está chegando em sua 15ª edição. É um número marcante e comemorativo. Nesse sentido, o que o público pode esperar da edição 2017?
Antonio Carlos Kieling – Sem dúvida, a 15ª Edição da Expo Revestir é um marco e, pela bem sucedida jornada, ao longo desses 15 anos, reflete a correção e a qualidade das estratégias adotadas pela equipe da ANFACER na construção do evento que hoje atingiu dimensões mundiais. A Revestir tem uma linha de ação consolidada que percebe seu maior atributo em seu público visitante. A Feira é direcionada para profissionais do setor (arquitetos, designers de interiores, engenheiros, construtoras, revendedores, estudantes do segmento), que nos prestigiam com sua presença. Não é aberta ao público em geral. Nesse sentido, estamos permanentemente atentos às demandas e expectativas desse público e, a cada nova edição, lhes é oferecido um conjunto de lançamentos de linhas de produtos, conteúdos inéditos e qualificados, inovações em produtos e tecnologias, rede de relacionamento, entre outros.

Quais as principais transformações desde o início da Revestir que o sr. gostaria de comentar? O que mudou da primeira edição para a 15ª?
A Revestir, ao longo de sua existência, teve sempre uma leitura muito atenta do mercado e das tendências. Isso lhe fez evoluir de uma exposição de produtos cerâmicos para uma complexa Feira de acabamentos para a indústria da construção civil. Igualmente, de um evento regional ao seu início, transformou-se em um acontecimento internacional, com presença de representantes de mais de 40 países participantes e compradores internacionais de todas as regiões do mundo. E, talvez o mais importante, criou um vinculo virtuoso de fidelidade com seu público-alvo, fazendo com que a Revestir faça parte da agenda anual de compromissos desses profissionais.

Ser a Fashion Week da Arquitetura e Construção atrai diversos tipos de fabricantes. Quais os principais produtos em destaque? O que costuma chamar mais atenção do público visitante?
Não há como destacar alguns produtos específicos como atrativos da Feira. São muitos os aspectos que levam os profissionais ligados à cadeia da construção civil comparecerem à Revestir. A cada nova edição, os visitantes podem conhecer os principais lançamentos de produtos de acabamento; ter contato com as novas tecnologias associadas a esses produtos e sistemas construtivos; manter-se atualizado quanto às tendências em design e arquitetura; absorver conteúdos inéditos e exclusivos; ampliar sua rede de relacionamento; e o mais importante: fazer negócios.

Muitas empresas não fabricantes de revestimentos cerâmicos também estão na Revestir. A que o sr. atribui este interesse?
Efetivamente, temos uma grande demanda de empresas de outros setores que não o segmento cerâmico que querem participar da Revestir. Julgamos importante essa demanda e respeitamos todos aqueles fabricantes que nos procuram. Porém, a composição da gama de expositores na Feira obedece a uma lógica que visa atender ao interesse das categorias profissionais que compõem o publico-alvo, de complementariedade entre segmentos produtivos participantes e coerência de canais de distribuição para os produtos desses fabricantes/expositores. Entendemos ainda que o grande interesse que a Revestir desperta está diretamente relacionado à forma em que a Feira é desenvolvida em termos de organização, qualidade dos conteúdos oferecidos e, fundamentalmente, segmentação do publico-alvo formado por arquitetos, designers de interiores, revendedores/distribuidores, especificadores de produtos, construtores e importadores.

A Expo Revestir é um grande momento para a indústria de acabamentos. Em meio à crise dos últimos anos, fortemente sentida em 2016, como foi neste segmento, de revestimentos e acabamentos? Como está sentindo o mercado de revestimentos para 2017?
A crise que se abateu sobre o país nos últimos dois anos não deixou impune nenhum segmento produtivo. Especificamente no cerâmico, tivemos uma queda das vendas no mercado interno da ordem de 15%. Porém, há que se destacar que, em relação às exportações, o setor cresceu 22%, em 2016, comparativa-

Temos uma grande demanda de empresas de outros setores. Porém, a composição da gama de expositores obedece a uma lógica que visa atender ao interesse das categorias que compõem o público-alvo.



mente a 2015. A Revestir é realizada sempre no mês de março por uma razão muito objetiva. Ela sinaliza a arrancada do ano. É o primeiro grande evento do setor da construção a cada ano. Temos a expectativa concreta que, mais uma vez, a Revestir, em 2017, irá impulsionar as vendas para o segmento, acreditando que esse ano será o da retomada do processo de crescimento da economia brasileira.

Sabemos da grande concorrência que a indústria de revestimentos nacional enfrenta com a China. É possível traçar um parâmetro comparando a concorrência dos produtos chineses com os nacionais?
O Brasil é o 2º maior produtor mundial de revestimentos e, igualmente, detém o 2º maior mercado consumidor desses produtos. Portanto, somos um dos grandes players mundiais. Igualmente, a indústria nacional está no estado da arte em termos tecnológicos, com design atualizado e alta produtividade, provavelmente, a mais elevada do mundo. Quanto aos outros importantes países produtores, há que se destacar Itália, Espanha, Índia, Turquia e China. Quanto a esse último país, é um forte concorrente no mercado mundial, competindo com todos os demais no mercado exportador. No mercado doméstico, hoje, a importações chinesas são pouco significativas.

A qualidade da cerâmica brasileira é reconhecida em outros países? Quais?
O Brasil é hoje o 7º exportador mundial. Exportamos, em 2016, para 103 países, com ampla liderança na América Latina. Igualmente, o Brasil tem ampla e ativa participação em todos os fóruns mundiais do setor, com reconhecimento de sua capacidade produtiva e qualidade de produtos.

A Revestir também é palco do Fórum Internacional de Arquitetura e Construção. Qual a importância de ter um fórum de tamanha relevância dentro da Expo Revestir?
O Fórum é uma atração à parte. É o braço de conteúdo da Feira. Tem por objetivo exatamente agregar valor de conteúdo ao evento, trazendo, a cada edição, experiências novas, inéditas e exclusivas aos seus participantes. Tem como foco seu público-alvo e dedica um dia de ações a cada um desses profissionais: arquitetos, designers de interiores, revendedores de materiais e construtores. Em seu palco, já foram palestrantes renomados arquitetos e designers mundiais e brasileiros (como Stephen Barret, Ron Arad, Peter Marigold e Ora Ito, referências nas áreas onde atuam). Igualmente, é o espaço para se discutir tendências e análises conjunturais e de mercado.

Haverá outros eventos dentro da Expo Revestir 2017?
O grande diferencial da Revestir é que, além da exposição qualificada de produtos, o visitante poderá experimentar uma gama enorme de conteúdos que são importantes para suas atividades profissionais. Além do Fórum, acontecem outras ações, como palestras direcionadas, encontros de categorias profissionais, rodadas de negócios, lançamentos, exposições, vivências únicas.

Quais os principais desafios para manter o tamanho e até mesmo crescer de um ano para o outro, principalmente em um momento desfavorável para a economia do país?
O primeiro desafio é manter a coerência de gestão e estratégias. Estar permanentemente atento às tendências mundiais e de mercado, visão de longo prazo e ter foco em seu publico-alvo.

A Feira Revestir cresceu em importância e o pavilhão de exposições ficou pequeno. Existe a possibilidade de mudança de endereço em 2018?
Primeiro de tudo, a Feira atingiu um tamanho que entendemos adequado para as estratégias que estão desenhadas. Igualmente, uma Feira como a Revestir nunca é planejada de um ano para outro. Seu ciclo é mais longo. Tem-se sempre que estar olhado de dois a três anos para frente. Em 2018, não existe perspectivas de mudanças.

CAIXA D'ÁGUA AGORA É AMANCO. CHEIA DE INOVAÇÃO.



Imagens meramente ilustrativas.
Disponível inicialmente no Estado de São Paulo

TRIPLA CAMADA

- Resistência aos raios UV e agentes antioxidantes.
- Evita a passagem de luz, minimizando formação de micro-organismos.
- Melhor visibilidade para limpeza e conservação da água.

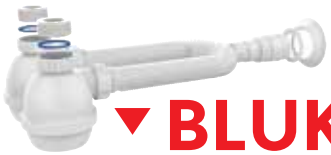
LINHA COMPLETA: BOCA ABERTA E BOCA FECHADA DE 310 L, 500 L E 1.000 L.



A MARCA DA INOVAÇÃO

AMANCO

www amanco.com.br /AmancoBR /amancobrasil /amancobr



BLUKIT E O SIFÃO UNIVERSAL

A Blukit está lançando o Sifão Universal com Copo Duplo. A grande vantagem do sifão universal com copo duplo, que é muito versátil, é que o copo pode ser facilmente removido, permitindo a rápida retirada dos detritos em caso de entupimento, ajudando na limpeza. Dessa forma, não é preciso desinstalar todo o sifão cada vez que a limpeza e a manutenção do sistema forem necessárias.

GERDAU SUSTENTÁVEL

A usina da Gerdau em Maracanaú, região metropolitana de Fortaleza, CE, passou a apostar, recentemente, em um novo processo industrial, mais econômico, com menor consumo de gás natural, além de gerar menos resíduos industriais. O processo adotado, chamado de laminação direta, é caracterizado pela passagem da matéria-prima, ainda em alta temperatura, da etapa de solidificação do metal fundido para o acabamento final, sem uso de forno de reaquecimento. Isso gera maior rendimento produtivo e menos impactos ambientais. Dessa forma, a empresa se torna pioneira na América Latina a utilizar esse modelo, que passará a ser replicado em suas demais unidades. Na usina de Maracanaú, os ganhos econômicos chegaram a mais de R$ 1,5 milhão por ano. Com capacidade instalada de 200 mil toneladas de aço bruto e 160 mil toneladas de laminado por ano, a unidade da Gerdau no Ceará foi a primeira produtora de aço inaugurada no estado. Sua produção é destinada à construção civil e à indústria.



COLEÇÃO STONES

As ricas texturas das pedras naturais foram reproduzidas nos porcelanatos Minerale e Pietra Nicolau dessa coleção da Biancogres. Essa família de produtos apresenta uma variedade de revestimentos com acabamentos diferenciados que unem a beleza, durabilidade e segurança. As peças da coleção são mais resistentes e com alto coeficiente de atrito. Dessa forma, são indicadas para espaços ao ar livre, com grande tráfego de pessoas e áreas molháveis, até mesmo na borda de piscinas.



ACQUA BELLA BLACK

A Lorenzetti apresenta o purificador Acqua Bella com Torneira de Parede na versão Black, que pode compor diferentes projetos de decoração de cozinhas, desde os mais contemporâneos, que empregam o aço inox, aos tradicionais, com pedras de granito ou mármore. De fácil instalação e manutenção, o refil do purificador pode ser substituído de maneira simples, dispensando a necessidade da presença de um técnico.



CELITE LANÇA KIT LIKE

A Celite lançou o Kit Like, uma linha de produtos voltada para espaços compactos. No Kit, são eliminadas quatro etapas da obra em um único produto: o conjunto vem com gabinete, bancada, lavatório e espelho com prateleira. Os gabinetes suspensos, prontos para instalar, chegam na medida 41x34cm, em versões com uma porta ou uma porta com gaveta. Outro diferencial é a opção bicolor, com a mistura dos acabamentos wengue e branco na peça. Para quem prefere a versão tradicional, a Celite traz as cores wengue e branco separadas. Os espelhos que integram o kit contam com o mesmo acabamento lateral do móvel.

FOCO EM PROJETOS SOCIAIS

Com um modelo de gestão apoiado nas práticas sustentáveis como um de seus pilares estratégicos, a Votorantim Cimentos destinou aproximadamente R$ 1,5 milhão a projetos sociais na Região Sudeste, em 2016. Em sua trajetória de 83 anos, a empresa sempre atuou para contribuir com o desenvolvimento das comunidades em suas áreas de influência. No total, a Votorantim Cimentos apoiou dez projetos de responsabilidade social no Estado de São Paulo em 2016. No Brasil, os investimentos em programas e ações sociais somaram R$ 11,6 milhões no ano. “O apoio a projetos de engajamento comunitário tem um papel fundamental na construção de relações duradouras com nossos públicos e do legado que queremos deixar”, afirma Marcelo Monteiro Silva, Gerente Geral do complexo Salto de Pirapora/Santa Helena da Votorantim Cimentos.

É bom trabalhar com

vonder®

Discos de Corte Diamantados

Sempre utilize equipamentos de proteção individual VONDER

Alta performance em cortes e acabamentos!

www.vonder.com.br

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



Trabalhe também com os **Cortadores de Cerâmicas e Porcelanatos com Bancada VONDER!**



Conheça nossos vídeos e acesse nossas redes sociais!

facebook.com/vonderferramentas

youtube.com/vonderferramentas

Visite-nos!

FEICON BATIMAT 04 a 08 ABRIL 2017

Novo Local - São Paulo Expo

Maior desempenho, precisão e durabilidade no trabalho profissional!

A escolha é sua e a qualidade é VONDER!



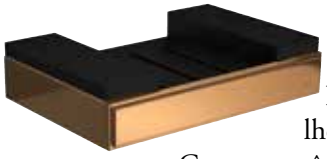
OS INÉDITOS DA **CENSI**

A Censi lançou dois produtos inéditos no Brasil. Um deles é o Master Flux Pro Censi, mecanismo de entrada para caixas acopladas. "Esse produto é inovador e foi desenvolvido com os mais altos padrões de tecnologia e qualidade. Com design compacto e alto desempenho, é ultra silencioso e dispensa o uso de ferramentas para a instalação. Além disso, o produto possui algumas peças de fácil remoção, o que facilita muito a manutenção, já que não é necessário desmontar a caixa acoplada", revela o diretor geral da empresa, Leandro Censi. Outra novidade, também exclusividade da marca, é o Antivazamento Censi. Com esse mecanismo é possível dar um fim no desperdício de água no banheiro.



BOSCH E AS QUATRO FUNÇÕES

A Bosch apresenta ao mercado a nova furadeira/parafusadeira a bateria GSR 18 V-EC FC2 Flexiclick, que permite quatro aplicações diferentes com uma única ferramenta: furadeira, parafusadeira, parafusadeira angular e martelo, por conta dos mandris SDS-Plus, mandril angular 13 mm, mandril ½" e bit ¼". O diferencial do produto é o sistema Flexiclick, uma tecnologia pioneira e exclusiva da Bosch, para uma rápida e segura troca de mandris. Outra vantagem é a agilidade para perfurações em concreto com brocas de 10mm, sendo 4,3 vezes mais produtiva que as furadeiras de impacto a bateria convencionais. Esta nova ferramenta da Bosch também conta com luz de LED acoplada em sua base, o que facilita tarefas em ambiente com baixa luminosidade.



DECA APOSTA NA MISTURA

Para dar ainda mais atenção aos detalhes, a Deca lança a linha de Acessórios Contemporânea, que ressalta design e versatilidade, com suas formas retas e modernas, que trazem harmonia quando utilizadas com diversos metais Deca. Os Acessórios Contemporânea possuem uma linha completa, com saboneteira, papeleira, papeleira dupla, porta-toalha, cabide e saboneteira resina, que permitem diversas opções de combinação de cores em metais e resina.

OS NÍVEIS DA **FLUKE**

Os níveis a laser estão ganhando cada vez mais espaço por serem mais precisos, úteis e dinâmicos. E alinhada às tendências de mercado e ao objetivo de aumentar a produtividade e a precisão das equipes em campo, a Fluke Corporation apresenta a nova linha profissional de ferramentas de precisão Fluke® Níveis a Laser, projetada com especial robustez para resistir a quedas de até um metro sem deixar de funcionar. Os oito novos níveis a laser contam com suspensão autoniveladora e de assentamento rápido, que fornece pontos de referência precisos, agilizando os layouts elétricos e HVAC. A família de níveis a laser da Fluke inclui: Fluke-3PR (laser vermelho) e Fluke-3PG (laser verde), Fluke-180LR e Fluke-180LG, Fluke-LDR e Fluke-LDG, Fluke--180LR e Fluke-180LG. Todos os modelos de nível a laser incluem suportes de parede magnéticos para uma montagem fácil e estável.

CORALIT COMPLETA 60 ANOS

Para marcar o aniversário de 60 anos da Coralit, a Coral criou um selo especial: a idade de respeito fica dentro de um brasão que faz alusão ao metal, uma das principais superfícies para aplicação do esmalte. Já o vermelho e o amarelo remetem às cores de Coralit Tradicional e Coralit Zero, que são os destaques da linha. "A ideia é refletir a tradição e a confiança que construímos com pintores, balconistas, consumidores e clientes nesses 60 anos de história", diz Marcelo Abreu, gerente de produto da AkzoNobel Tintas Decorativas, divisão que detém a Coral. O selo comemorativo pode ser visto na tampa colorida da embalagem de Coralit Tradicional; nas peças de PDV de Coralit Zero; na campanha digital de Coralit Zero; em anúncios para mídia impressa; em materiais de divulgação de treinamentos e roadshows direcionados a pintores; e ainda no site Clube da Cor.





OLÉ

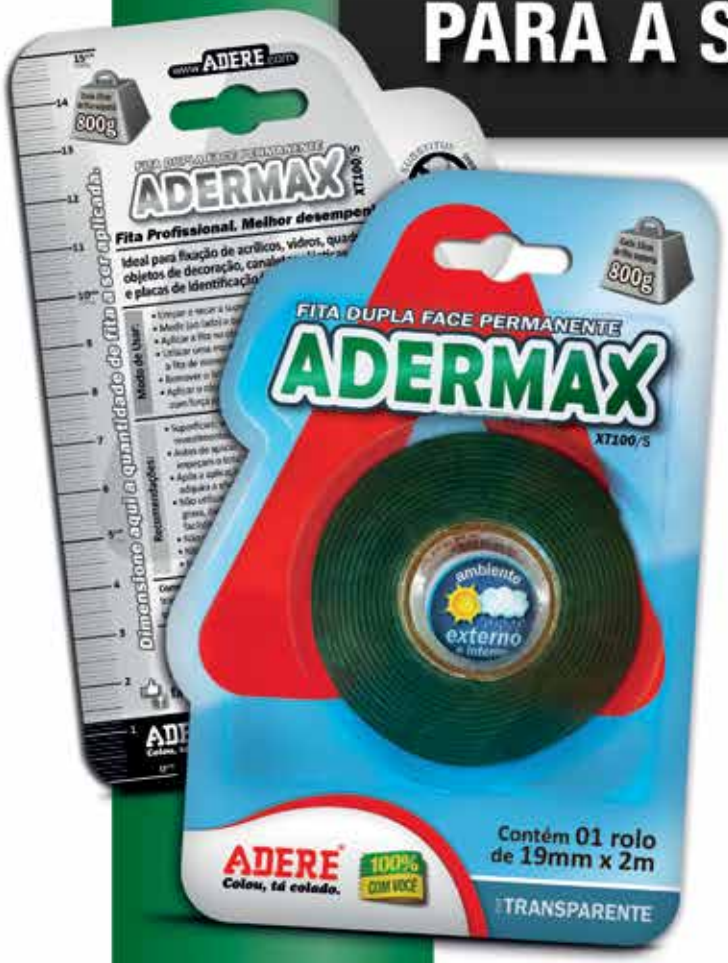
A Roca Cerâmica lança a Série Madri, revestimento que recria a elegância das nuances do mármore Carrara, com relevo bisotê. As referências clássicas podem compor decorações inspiradas no Art Decó ou detalhes que misturam o retrô e o moderno. O Marble Madri Mate, na medida 30x120cm, atende o segmento luxo de revestimentos, que traz como tendência peças com grandes dimensões.

SUBSTITUI:
• PREGOS • PARAFUSOS • REBITES • ABRAÇADEIRAS

A MAIS FORTE DO MERCADO TRAZ MAIS GIRO PARA A SUA LOJA.







FIXAÇÃO DE VERDADE COMEÇA COM

ADERMAX

XT-100/S

FITA DUPLA FACE PERMANENTE ·

MELHOR DESEMPENHO DO MERCADO ·

MELHOR CUSTO X BENEFÍCIO ·

MELHOR RENTABILIDADE ·

4 OPÇÕES DE MEDIDAS ·

MATERIAL DE PDV EXCLUSIVO ·

Consulte condições especiais

ADERE®
Colou, tá colado.
100% COM VOCÊ



NOVA LINHA DE NÍVEIS A LASER DA BOSCH

A linha de medição da Bosch está ainda mais completa com a nova linha de níveis a laser que chega ao mercado em três versões, GLL 2-10, GCL 2-15 e GCL 2-15 G, com muito mais vantagens para os usuários e diferenciais exclusivos, como trava de pêndulo e pontos de prumo. O portfólio também ganhou reforço com o lançamento da câmera térmica com conexão via Bluetooth que facilita a leitura e o compartilhamento de temperatura e umidade. Todas as versões são autonivelantes, possuem trava de pêndulo, para garantir longa vida útil do produto, além de ampla linha vertical, para instalações no teto, entrada para tripé e proteção contra pó e respingo de água.





A EVOLUÇÃO DA HAGA

A nova linha ÔNIX, da Haga, propõe um novo comportamento ao uso de fechaduras. O diferencial está na leveza ao acionar a lingueta e na resistência à corrosão, com a mesma segurança, durabilidade e qualidade. As fechaduras Ônix são fabricadas em alumínio, aço bicromatizado e polímero e serão disponibilizadas nas versões externa, interna e banheiro, nos acabamentos resinado preto e prata. Em sintonia com esta tecnologia, a empresa complementa a linha Perfil (1000 e 1501), com os produtos Berlin 21mm e Turin 27mm, nos acabamentos resinado prata, preto e branco.



GEOMÉTRICO SUAVE

Na Série Tessile, da Incepa, o padrão geométrico ganha suavidade com a textura tênue do tecido. A composição de cores e tramas têxteis, em tons naturais, confere aos espaços uma atmosfera intimista e delicada. O revestimento multicor, na medida 30x90,2cm, é indicado para aplicação em paredes, painéis ou para composição de charmosos detalhes decorativos. A junta retificada mínima de 1mm confere a estética de continuidade nos painéis.



FORTLEV NA COMUNIDA DE REGÊNCIA

A comunidade de Regência, em Linhares, ES, recebeu 55 caixas d'água da Fortlev. Os reservatórios foram doados pela empresa capixaba para atender a população local que ainda sofre com as consequências do desabastecimento em função do derramamento de lama da barragem de Mariana, situação que se intensificou com a crise hídrica que afeta o Estado. A entrega foi acompanhada por profissionais da empresa e aconteceu na sede da Associação de Moradores de Regência, que, com os produtos, pretende solucionar parte do problema, uma vez que a grande maioria dos moradores não conta com reservatórios adequados para armazenar a água distribuída pelos caminhões-pipa. "Fizemos esse apelo recentemente, mas até então, nada havia sido feito. A doação da Fortlev foi oportuna e, até agora, a única ajuda efetiva", ressaltou o vice-presidente, Fábio Gama.

ANTIBACTERIANA DA LUZTOL



A Luztol, fabricante brasileira de tintas imobiliárias, industriais e para madeira, sediada em Goiânia, apresenta nova linha de tintas arquitetônicas que protegem as superfícies contra o aparecimento de bactérias e fungos em ambientes internos, e também de algas, em áreas externas, por até dois anos. Esse é um diferencial da Tinta Acrílica Premium Sofistique gerado pela tecnologia Bio-Pruf, da empresa química norte-americana Dow, que, além de estender a durabilidade e a aparência das paredes onde é aplicada, ainda reduz a possibilidade de infecções, alergias e outras doenças que podem ser ocasionadas por esses microrganismos nos consumidores finais.

Scotch
FIXA
FORTE

Nosso maior prêmio é poder aprimorar o seu dia a dia.





SCOTCH® Fixa Forte

Eleita o Melhor Produto do Ano na categoria fitas adesivas.

Fale com a 3M

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

3M

hydra | corona

DUCHAS DIGITAIS

SISTEMA DIGITAL

100 % de domínio do aquecimento deixando o seu banho na temperatura ideal.

VISOR DIGITAL

Mostra a temperatura exata do seu banho ou a quantidade de água utilizada.







VISOR DIGITAL DE TEMPERATURA









www.hydra-corona.com.br facebook.com/HydraCorona



OSMOCOLOR BLACK, MADEIRA BEM DEFINIDA

O novo Osmocolor Black chega para criar ambientes e contrastes aparentemente inconciliáveis, como profundidade, leveza e realce que esquenta as cores. "O produto foi desenvolvido para atender projetos que preveem o predomínio da cor preta, mas com uma sinergia com outras tonalidades do Osmocolor Semitransparente (ST), permitindo variações e diversas combinações de cores em um mesmo projeto", explica Vilnei Schreiber, químico e gerente de P&D da Montana Química. Segundo Vilnei, Osmocolor Black é um produto versátil, do ponto de vista estético. "É um stain preservativo com alta resistência ao intemperismo. Apresenta aspecto semitransparente, quando aplicado em duas demãos, e cobertura total após aplicação da terceira demão. Originalmente, o produto é semitransparente, mas, em três demãos, migra para outra versão, a Cores Sólidas". O resultado final dependerá da opção do projeto arquitetônico.



MEBER APOSTA NO NORDESTE

A Meber vem trabalhando para expandir a abrangência de sua atuação no Nordeste – hoje, já são mais de quatro mil pontos de venda, em todas as regiões do país. A mais recente conquista veio com a apresentação de um espaço diferenciado na boutique Villa Pietra, especializada em pisos e revestimentos. localizada no Recife, PE, e pertencente ao Grupo Total. Na loja, especificadores e consumidores poderão encontrar as coleções da marca para banheiro, cozinha, área de serviço e jardim – produtos com dez anos de garantia, diferenciados pelo padrão de qualidade.

TRAMONTINA ELETRIK LANÇA QUADROS DE ENERGIA



Em complemento à sua linha de equipamentos para proteção de circuitos elétricos, a Tramontina Eletrik lança uma linha de quadros de distribuição de energia. Fabricado em termoplástico, o quadro de distribuição com a marca Tramontina Eletrik tem design elegante e oferece espaço interno e segurança às instalações elétricas residenciais e comerciais – o Índice de Proteção 40 garante proteção contra objetos sólidos com diâmetro superior a 1mm. Os quadros de distribuição Tramontina Eletrik estão disponíveis em dois modelos, de embutir e sobrepor.

2017 COLORIDO

Como as tendências da moda, do mobiliário e do design de interiores estão sempre em sinergia, a Sayerlack já incluiu em seu sistema tintométrico Sayersystem as dez novas cores selecionadas pelo Pantone Color Institute como as tonalidades da Primavera-Verão 2017. Com tons fortes e claros, as novas cores foram selecionadas durante a Semana de Moda de Nova York e divulgadas através do relatório anual Fashion Color Report Spring 2017.





IMPRESSIONANDO

A Prat-K Utilidades traz ao mercado duas opções de prateleiras que vão impressionar pela versatilidade. Opção para quem adora paredes decoradas com uma variedade de quadros, por exemplo, a Prateleira Decorare Colonial está presente em projetos arrojados de decoração. A novidade também pode ser utilizada para exibir gravuras, porta-retratos e outros objetos decorativos, permitindo ainda trocar os quadros com a frequência desejada. Outro lançamento da empresa é a Nova Tendenza Collection, uma prateleira com espessura de quatro centímetros.



NOVAS DA LA FONTE



A La Fonte, marca da ASSA ABLOY Brasil, investe no desenvolvimento de novas tecnologias ao mesmo tempo em que aposta na criação de novos designs. É o caso dos lançamentos La Fonte, que estão chegando ao mercado: os conjuntos 245 e 246 da linha Résidence. O Conjunto 245 surpreende pelo seu design de linhas levemente arredondadas enquanto que o exclusivo design do Conjunto 246 se destaca pelo encaixe perfeito que oferece às mãos.



METRÔ INSPIRADOR

Para trazer um toque atemporal na decoração, na Série Brick Londrino, a Roca usou como inspiração os "subway tiles", azulejos das estações do Metrô de Londres. Destaque em decorações que valorizam tendências cosmopolitas ou com toque vintage, os bricks são opções que se adequam a diferentes perfis de ambientes. Os revestimentos apresentados nas cores branco e terracota têm acabamento acetinado e chegam na medida 11x25cm.



AS LOUÇAS LORENWAY

A Lorenzetti complementa seu portfólio de Louças Sanitárias e lança a linha LorenWay. As peças se destacam pelo conforto no uso, uma vez que a bacia possui altura maior que a média do mercado para o seu segmento, além de design harmônico. A linha LorenWay é composta por bacia com caixa acoplada, nas opções Duo Flow, que é de duplo acionamento, e acionamento simples, além de bacia convencional, lavatório para coluna, coluna e lavatório suspenso. "Desenvolvemos a LorenWay para comprovar que é possível unir economia, design exclusivo, conforto e segurança no uso em uma linha completa de louças sanitárias", diz Alexandre Tambasco, gerente de Marketing da Lorenzetti.



INCEPA NO ART DECÓ

Os revestimentos da Série Criative, da Incepa, relembram o geometrismo art decó. As cores sóbrias, em tons azuis e terrosos, combinadas com o movimento do relevo, trazem um toque de exclusividade e personalizam os projetos. Nas versões acetinadas blue e brown, chegam na medida 30x90,2cm, com junta retificada de 1mm para composições em detalhes ou grandes painéis.



PLANO ESTRATÉGICO

A Golden, empresa que atua na distribuição de produtos de iluminação LED no país, vem conduzindo um amplo programa de fortalecimento de suas operações e de sua base financeira que suporta a estratégia de expansão no mercado brasileiro. "Para uma expansão mais saudável, a empresa identificou a necessidade de aporte de capital", explica seu presidente, Alvaro Diniz. Para isso, definiu uma estratégia de capitalização centrada em operações com estrutura de Equity, capaz de dar maior segurança aos seus stakeholders e de assegurar custos de capital competitivos para o cenário econômico brasileiro. O processo de finalização das formalidades está previsto para ser concluído até março.

É bom trabalhar com

vonder®

Fixadores

Sempre utilize equipamentos de proteção individual VONDER

Mais agilidade, resistência e segurança nos processos de fixação profissional!

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

www.vonder.com.br

Trabalhe com a linha completa de **Fixadores VONDER!**

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

Visite-nos!
FEICON BATIMAT
04 a 08 ABRIL 2017
Novo Local - São Paulo Expo

Um bom trabalho de fixação começa com as ferramentas e acessórios certos!
A escolha é sua e a qualidade é VONDER!



NOVAS MÁSCARAS PARA SOLDA **VONDER**

A Vonder amplia sua linha de EPIs para Solda, com o lançamento da nova Máscara de Escurecimento Automático MSV 012. O novo modelo oferece mais tecnologia, praticidade e segurança ao operador, sendo ideal para a proteção facial e dos olhos do operador contra raios ultravioleta (UV) e infravermelhos (DIN12), impactos de partículas volantes e respingos de solda. Alimentado por bateria de lítio/células solares, este lançamento tem tonalidade 3 no estado claro, com ajuste fixo para tonalidade 12 quando está em operação. Produzida em polipropileno, a máscara possui visor automático de cristal líquido e certificado de aprovação – CA: 38.332. Outro lançamento é a Máscara de Escurecimento Automático MSV 913 Vonder, também referência em inovação e que pode ser chamada de "máscara inteligente", ajustando-se automaticamente à capacidade visual do operador, através do botão de ajuste de tonalidade, que varia de 9 a 13. Produzida em polipropileno com visor automático de cristal líquido, a máscara também possibilita o ajuste de sensibilidade, responsável pela velocidade que o sensor leva para ativar a proteção da máscara, o que acontece instantaneamente, cerca de 1/25.000 segundos assim que o raio da solda chega ao sensor, protegendo por completo a visão do operador.



NOVIDADES NA PALLACE

A linha de fechaduras Pallace, da Soprano, ganhou novas configurações. As novas maçanetas são produzidas em alumínio, que as tornam mais resistentes a intempéries. Cada configuração tetra de sobrepor acompanha três chaves de segredos iguais; já a configuração perfil yale acompanha duas chaves de segredo iguais. Todos os modelos estão disponíveis em acabamento cromado, para portas de 25mm a 35mm de espessura.

VEDACIT INOVA NA EMBALAGEM

O Vedalit, aditivo concentrado para argamassas e reboco da Vedacit, está com uma embalagem nova, a Stand up Pouch. Em um formato moderno, ela é mais fácil de manusear e vem com bico com tampa. O consumidor pode guardar o restante do produto após o uso sem precisar providenciar outro recipiente. Dessa forma, o Vedalit ganhou maior rentabilidade, contando com melhor aproveitamento e conservação. O bocal tem agora um lacre para evitar vazamentos e violações. Além da embalagem Stand up Pouch com 1 litro, o Vedalit também está disponível em sachê (100ml), galão (3,6l), balde (18l) e tambor (200l).



GRUPO TASCHIBRA COMPRA

O Grupo Taschibra anuncia a compra da Glax Vetreria. A empresa, com sede em Pomerode, SC, é especializada em peças de vidro artesanais de fino acabamento. Atuando há cerca de dois anos, a Glax Vetreria fabrica vidros com base na técnica artesanal italiana de sopro, moldando peças belíssimas e com qualidade superior aos demais produtos disponíveis no mercado, tanto nacionais quanto importados. Com isso, a empresa será responsável por produzir o vidro utilizado em luminárias e pendentes da Taschibra e da Blumenox Iluminação, agregando ainda mais superioridade aos produtos. Esta é a segunda aquisição anunciada pelo Grupo Taschibra. No primeiro semestre de 2016 foi consolidada a compra da Blumenox Iluminação.





CORAL RENOVA OBRA DE TOMIE OHTAKE

O monumento em comemoração aos 80 anos da imigração japonesa no Brasil voltou a exibir cores vivas, modificando a paisagem urbana da Av. 23 de Maio, na cidade de São Paulo. A renovação de uma das mais célebres obras da artista plástica Tomie Ohtake foi promovida pela Coral, marca de tintas decorativas da AkzoNobel, em parceria com o Instituto Tomie Ohtake. A entrega ocorreu na quinta, 26 de janeiro, durante cerimônia que contou com a presença de Ricardo Ohtake, Diretor do Instituto Tomie Ohtake, do prefeito João Doria e do vice Bruno Covas, além de outras autoridades.

COOKTOPS COM MAIOR POTÊNCIA

A nova linha de cooktops da Franke foca na potência e no estilo para conquistar o mercado nacional. Com grades individuais, o produto alia design exclusivo e oferece ainda mais segurança ao acomodar as panelas com precisão. A mesa de vidro temperado proporciona modernidade e beleza à cozinha, além de praticidade. Com base esmaltada e botões removíveis, são produtos muito fáceis de limpar. Por fim, os queimadores selados evitam a sujeira no interior dos cooktops. O destaque entre os lançamentos deste ano é o Cooktop Glass 75 GTC. Com cinco queimadores de tamanhos diferentes, ele é ideal para quem pretende cozinhar com mais rapidez e com panelas maiores, sem abrir mão do design na cozinha.

LASER AUTONIVELADOR **DEWALT**



A Dewalt apresenta ao mercado o laser autonivelador de linha de 12m cubix DW08801, ideal para instaladores em geral, azulejistas, remodeladores e carpinteiros. A novidade conta com uma trava pendular para operações especiais, proteção emborrachada, câmeras digitais, acuracidade de mais ou menos 0,79cm a cada 9 metros e rosca de ¼". Com o alcance de até 12 metros, projeta linhas verticais e horizontais e tem bateria com durabilidade de até 20 horas.



TOME ASSENTO

A Lorenzetti amplia seu portfólio de Assentos, produzidos em polipropileno e termofixo, com modelos que atendem as principais bacias sanitárias do mercado. São 37 modelos, entre eles, universais, como Duratti, Formatta e Elegantti. Como o assento LorenLuna, que, além de ser utilizado em três modelos de louças Lorenzetti, é compatível com outros três modelos do mercado. Todos os assentos Lorenzetti são classificados como higiênicos, pois a matéria-prima e o processo de fabricação utilizado proporcionam ao produto uma configuração robusta e clean, características que permitem 100% da higienização.

GABINETES BICOLORES



A Roca apresenta sua linha de gabinetes para banheiro Debba Bicolores, coleção que atende a tendência de mistura de cores na decoração. Os móveis Debba integram gabinete e cuba em louça sanitária. São ideais para quem busca uma solução prática e rápida, com design contemporâneo e clean, além de excepcional qualidade. Voltada ao segmento luxo, Debba segue o padrão premium da marca para acabamento de móveis.

PONTE ECOLÓGICA

O escopo do projeto sede do IMA está localizada no bairro do Mutange, próximo ao centro da capital alagoana, Maceió, e foi apresentado pela própria equipe do IMA, que necessitava de uma ponte para cruzar com segurança um lago artificial existente no jardim. Membros da equipe do Instituto solicitaram o projeto e a execução de uma passagem, construída com a madeira tratada Amaru, produto exclusivo do grupo Plantar. Essa ponte permite que as pessoas transitem de um lado ao outro do lago, para terem acesso a uma sala apropriada para receber pessoas em treinamento, e a Montana é fornecedora exclusiva de todo o produto utilizado no tratamento e no acabamento dos nossos projetos.



Em tempos de crise hídrica na maior parte do país, ter uma caixa d'água em casa, não importa o tipo ou a capacidade, deixou de ser um equipamento de luxo. É obrigatório. E a indústria nacional não tem poupado esforços para levar ao consumidor os mais diferentes tipos e tamanhos do produto. Bom para o cliente. Melhor ainda para os revendedores, principalmente aqueles que têm bom espaço para a estocagem. Mas, mesmo os pequenos, podem fazer bons negócios com os produtos.





equipamento
OBRIGATÓRIO

ACQUALIMP

"Nosso produto premium que se destaca no segmento é a caixa d'água Água Limpa. É a primeira caixa d'água do mercado que realmente se preocupa com a qualidade da água armazenada. Além de possuir tampa click com vedação total, que não deixa o mosquito da dengue entrar para se proliferar, a caixa possui três camadas de polietileno (uma delas, uma camada anti-UV, que impede a entrada de luz solar, evitando o surgimento de lodo dentro da caixa, além de um revestimento antibacteriano que não deixa bactérias criarem colônias no reservatório; e uma camada branca que facilita a limpeza e a manutenção. É a única do mercado que oferece a solução completa, pois ela acompanha filtro (que deixa a água ainda mais limpa antes de entrar na caixa d'água e válvula boia de alta vazão. E o melhor, esse sistema completo com um preço que cabe no bolso e garantia de 10 anos", diz Carlos Maciel, gerente de Vendas, Marketing e Relacionamento ao Cliente.

Vendas: "Além de todos os diferenciais dessa caixa, se somar a compra de uma válvula boia e um filtro no ato da compra de uma caixa d'água, a Água Limpa sai mais em conta. Basta ajudar o consumidor a fazer as contas e comprovar que ela é o melhor custo/benefício. Sem falar que o lojista passa a oferecer um produto que agrega valor, um produto premium, uma solução para o consumidor que não quer mais 'apenas juntar água', mas se preocupa com a água armazenada que sua família vai consumir. É mais saúde e economia para a dona de casa e rentabilidade para o lojista."

Exposição: "Nossos produtos devem estar acessíveis ao cliente. Ele precisa sentir, ver de perto, tocar para entender os reais diferenciais do nosso produto. Não produzimos apenas reservatórios de água, produzimos soluções para que as pessoas tenham mais e melhor água. E, por isso, os produtos Acqualimp ganham um destaque nos PDVs. Em home center, por exemplo, a Acqualimp criou uma categoria de água dentro das lojas, otimizando assim as exposições e oferecendo um autosserviço com painéis e materiais explicativos para o consumidor, que está cada vez mais exigente em busca não só de economia, mas de qualidade."

Crise hídrica: "Toda e qualquer mudança climática impacta no segmento de reservatório de água. No entanto, nosso portfólio, seja para o Nordeste ou todas as regiões brasileiras, está preparado para esses eventos naturais. Por exemplo, na seca, temos uma grande demanda por tanques ou cisternas para reservar água; e, nos períodos chuvosos, aumenta a demanda por cisternas e sistemas de captação de água de chuva. De toda forma, estamos


Carlos Maciel, Acqualimp

preparados para atender o mercado. Outro ponto de destaque é que tem aumentado o número de cidades preocupadas em resolver o tema do saneamento básico e nós temos uma solução sustentável, econômica e que preserva o meio ambiente: o biodigestor, uma miniestação de tratamento de esgoto residencial que vem mudando a realidade de muitas regiões do Brasil."

Mercado: "As expectativas são as melhores. No entanto, o grupo não abre os números. Sabemos que o mercado brasileiro, de forma geral, espera um ano de colocar 'a casa em ordem', sem grandes saltos, mas atento às oportunidades, sempre."

FORTLEV

"A Fortlev, líder nacional na fabricação e venda de reservatórios de água e com grande participação no mercado de tubos e conexões em PVC, continua inovando com a maior variedade de modelos de reservatórios e capacidades de armazenamento do mercado. Somente na linha de polietileno são 22 opções, variando de 100 litros a 20 mil litros, além daqueles voltados para o consumo sustentável, como as Cisternas Vertical e Horizontal e o Tanque Slim. Entre os diferenciais da Fortlev está o uso do polímero mais popular no mundo, o polietileno, uma matéria-prima de alta durabilidade, performance e resistência. A fabricação dos produtos é feita através do processo de Rotomoldagem, com polietileno virgem e de alta qualidade. A indústria utiliza nesse processo uma tecnologia monocamada com emprego de matéria-prima virgem, o que garante um produto sem emendas e mais resistente.



www.aliancametalurgica.com.br
/alianca1927

ALIANÇA
Desde1927

90 anos
fazendo história

Os produtos possuem proteção ultravioleta e são fabricados de acordo com as normas NBR 14.799, 15.682 e 14.800 da ABNT, passando por rigorosos testes de qualidade baseados e alinhados com as maiores tecnologias de Rotomoldagem no mundo", explica Wenzel Rego, diretor Comercial e de Marketing.

Linha de reservatórios da Fortlev:

Caixas d'Água de polietileno

Com modelos que armazenam de 100 litros a 10 mil litros, os produtos possuem sistema de encaixe e travamento das tampas, que dispensa parafusos e amarras na instalação.

Novo Tanque Fortplus

Atenta às demandas do consumidor, a Fortlev lançou, em dezembro de 2016, o caçula da família de reservatórios: o novo Tanque Fortplus, reservatório em polietileno que foi totalmente customizado, ganhando diferenciais, como superfície interna branca antibacteriana, garantia de 10 anos e design exclusivo.

Tanque Slim com Separador de Folhas

O reservatório sustentável ideal para quem deseja armazenar água de chuva em espaços reduzidos ganhou um adicional: o exclusivo Separador de Folhas. Com capacidade de 600 litros, permite instalação em qualquer tipo de edificação. A água armazenada pode ser utilizada na rega de jardins, limpeza de calçadas ou para outros fins não potáveis.

Cisternas

A Fortlev oferece ainda opções de Cisternas para o armazenamento de água de chuva ou água potável. Dentre os modelos oferecidos estão a Cisterna Horizontal, disponível no volume de 5.000 litros, que foi desenvolvida para permitir a instalação na presença de lençol freático e em locais com tráfego de carga; e a Cisterna Vertical, econômica e de fácil instalação, pode ser enterrada com contenção.



Wenzel Rego, Fortlev

Vendas: "Como é preciso chamar a atenção do cliente para aquilo que realmente interessa, criatividade e objetividade são fundamentais para a apresentação dos produtos nos pontos de venda. Por isso, investimos na boa apresentação, mas também no conteúdo das mensagens, com soluções para as reais necessidades dos consumidores. Mantemos ainda nos Pontos de Vendas (PDVs) mostruários e displays feitos especialmente para o lojista utilizar no interior ou exterior dos seus estabelecimentos, bem como uma equipe de supervisores e promotores que disponibilizam materiais de apoio, como móbiles, adesivos e outros itens promocionais.

Além de uma comunicação eficaz, conhecer as soluções ideais para cada necessidade do consumidor abre um universo de oportunidades de venda. Geralmente, o consumidor procura uma caixa d'água sem ter feito um cálculo da necessidade de quantidade reservada, em função da quantidade de moradores, média diária de consumo de água e quantidade de dias de reserva para o abastecimento da família em uma eventual falta de água. Sabendo orientar corretamente o consumidor quanto ao dimensionamento do reservatório, é possível vender soluções que atenderão melhor cada necessidade. A Fortlev possui em seu site, www.fortlev.com.br, um simulador on-line que facilita esse dimensionamento.

Outra importante oportunidade de negócios é a indicação dos produtos que complementam o reservatório. São exemplos: Adaptadores Flanges, Registros de Esfera, Filtro de Entrada da Caixa d'Água e Torneira de Boia. Uma instalação ideal possui: tubulação de entrada (1) com Filtro, Registro, Flange e Torneira de Boia; tubulação de extravasor/ladrão (3) com Flange de diâmetro maior que o Flange de entrada; tubulação exclusiva para limpeza (4) com Flange e Registro; e tubulação de saída (2). Os vendedores balconistas possuem o importante papel de prestarem essa consultoria no momento da venda desses produtos, que, muitas vezes, são adquiridos uma única vez na vida do consumidor. E, para isso, a Fortlev se preocupa em fornecer constantes treinamentos e atualização aos seus parceiros balconistas.

A empresa preocupa-se ainda em incentivar as boas práticas, sempre relacionadas aos produtos e à marca. São campanhas orientando sobre a importância do consumo da água sem desperdício, instalação correta dos reservatórios, escolha correta dos eletrodutos, entre outras. Esses são apenas alguns dos diferenciais que ajudam a alavancar as vendas, além da confiabilidade na marca."

Exposição: "Para este ano, a Fortlev atuará com foco ainda maior nos PDVs. Com a implantação da área de Trade

EXPO REVESTIR

VISITE NOSSO **ESTANDE** | **Nº 1010** - PAVILHÃO E - RUA Z1

BARRAS DE APOIO
EM PVC COLORIDO

- ☑ Design moderno
- ☑ Sensação térmica confortável
- ☑ Ambientes acessíveis e com cor



ASTRA,
HÁ **60 ANOS**
EVOLUINDO
JUNTO COM
SEUS **PROJETOS**.

/grupoastra
@grupoastra
/grupoastra

www.astra-sa.com

ASTRA 60 ANOS

Marketing, a empresa desenvolverá ações que ajudem o lojista a fidelizar os clientes e vender os produtos, oferecendo ações e capacitações voltadas para profissionais do ramo, programas de incentivo e materiais para melhorar a experiência de compra do consumidor final. E sabemos que a exposição correta contribui nessa decisão. No caso da linha de reservatórios, as opções mais utilizadas são expositores, onde os produtos ficam empilhados em gôndolas dentro da loja ou também em área externa. Já na linha de conexões, a exposição é feita em cestos aramados nas gôndolas do setor de hidráulica."

Crise hídrica: "Existe um certo impacto, sim, com uma maior demanda por reservatórios. Porém, em função da frequência com que a crise hídrica vem se repetindo nos últimos anos no Nordeste, o efeito crescente das vendas vem se atenuando. Apesar disso, reconhecemos a importância desse mercado, tanto que inauguramos, em 2016, a unidade de Pernambuco, localizada em Cabo de Santo Agostinho, que conta uma produção para atender a região com maior agilidade."

Mercado: "Apesar do cenário político-econômico que o país atravessa, estamos nos preparando para melhorar os resultados. Aproveitamos para fazer o 'dever de casa' de rever a nossa estrutura e os nossos processos, buscando a redução de gastos, o estudo de novas oportunidades de mercado, o planejamento da inauguração de novas unidades, a ampliação do portfólio de produtos, o desenvolvimento de novos parceiros comerciais, a renegociação de contratos de serviços e compras de insumos, além de manter o investimento no desenvolvimento das pessoas. A Fortlev acredita que esse movimento permitirá ampliar sua vantagem competitiva no mercado de reservatórios."

TIGRE

"A Tigre lançou no ano passado a caixa d'água com capacidade de 5 mil litros, produzida com polietileno e aditivo anti-UV, que garante elevada durabilidade. Além disso, conta com sistema diferenciado de encaixe da tampa ao corpo, que protege contra os raios de sol, evitando o desenvolvimento de algas e bactérias e também impede a proliferação do mosquito da dengue.

O novo produto completou o portfólio de caixas d'água, que já contava com as capacidades de 310 litros, 500 litros, 750 litros, 1000 litros, 1500 litros, 2000 litros e 3000 litros. As caixas d'água Tigre podem ser aplicadas em obras residenciais, comerciais, na agricultura, piscicultura e qualquer outra atividade que precise de reserva de água na temperatura ambiente. Elas também oferecem


Rene Kuhnen, Tigre

mais proteção para sua água, deixando-a sempre limpa, garantindo, dessa forma, mais qualidade de vida e saúde ao consumidor. Importante reforçar que a Tigre está sempre investindo no desenvolvimento de soluções inovadoras em diversas frentes, reforçando a atuação em setores nos quais já faz parte e explorando o universo de produtos e serviços que pode oferecer", diz Rene Kuhnen, gerente de marketing de produtos.

Vendas: "A força da marca Tigre no mercado e o fato dos nossos produtos remeterem à qualidade, à confiabilidade e à segurança na instalação são um forte diferencial para a venda nas lojas. Além disso, investimos em ações de parceria com as revendas, focando em treinamento, ações de marketing e comunicação no PDV, de forma a contribuir com seus negócios."

Exposição: "A Tigre investe continuamente no ponto de venda, já que é importante que os revendedores tenham informações suficientes sobre todos os produtos do nosso portfólio. Além disso, no caso das caixas d'água, há um esforço concentrado em expositores com amostras físicas do produto em revendas de autosserviço, além de folhetos e materiais complementares. O foco é orientar o consumidor a respeito dos diferenciais do produto, tais como a altura, facilidade de limpeza e de instalação."

Crise hídrica: "A crise hídrica faz com que as pessoas busquem fazer reservas de água cada vez maiores. Por esse motivo, percebemos, nos últimos anos, uma migração para caixas d'água de capacidades maiores (acima de 1000 litros)."

Vendas: "Acreditamos que 2017 será um ano melhor para a economia brasileira e, consequentemente, para os negó-

COM A *Walsywa*, VOCÊ SE FIXA NO TOPO

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

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



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



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

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

Membro

Walsywa®
Fixação para Construção Civil

50 ANOS+

Produtos Acqualimp





Produtos Amanco

cios da Tigre no país. Estimamos um crescimento de um dígito, ligeiramente acima do registrado em 2016."

BAKOF

"Quando se fala em caixa d'água, existem dois grandes mundos que nós temos que distinguir. O primeiro é de matéria-prima. De que matéria-prima estamos falando: fibra de vidro ou polietileno. O segundo mundo que nós temos que falar é que tipo de produto: se é com tampa aberta ou com tampa fechada, tampa rosca, ou tanque, como a gente fala. São pequenas nomenclaturas que nos ajudam a diferenciar um pouco.
O produto destaque da nossa linha é que a empresa continua e continuará trabalhando tanto na linha de fibra de vidro como de polietileno. A linha de fibra de vidro, a Bakof é a única certificada no Brasil, hoje, pela ABNT, na fabricação de caixas d'água em fibra de vidro e polietileno. Isso nos dá uma grande segurança do produto que nós fabricamos hoje. Muitas pessoas já ouviram falar ou tentam pregar essa questão no mercado, que a fibra de vidro é cancerígena e vai acabar. É mentira. Isso continua acontecendo firmemente na fabricação de fibra de vidro. As asas de avião são de fibra de vidro, os veleiros são feitos de fibra de vidro, as pás eólicas, as piscinas. É um grande diferencial que a Bakof continua mantendo essa linha de produtos em fibra de vidro. Claro que a Bakof continua tendo da menor à maior caixa de fibra de vidro" , diz Allyson Bakof, diretor da empresa.
Diferenciais: "O diferencial em fibra de vidro é a assertividade na fabricação e, principalmente, a qualidade entregue em nossos produtos. As fábricas que nós temos hoje, em Joinville, SC, Mato Grosso do Sul - em Campo Grande, as duas fábricas que nós temos hoje, em Tauá, no Ceará, e uma em Marco, também no Ceará, todas elas produzem o polietileno, que é o segundo de produto que vamos falar agora. O polietileno nosso tem um diferencial, primeiro porque tem um tratamento ultravioleta. O que é isso? Significa que o polietileno incorporado na caixa d'água tem uma resistência maior à propriedade do sol, fazendo com que o sol não castigue a caixa d'água e não perca a cor dela e faça criar algas dentro. Segundo ponto: trabalhamos somente com matéria-prima virgem, ou seja, se nós fabricarmos uma caixa d'água e perdermos essa caixa na transformação dela, a gente não vai pegar e refazer uma caixa d'água. A gente mói, tritura e usa em um subproduto. Podemos fazer uma fossa, que é para tratar esgoto, duto de entulho, pode fazer qualquer outra coisa, mas, para caixa d'água, ela não volta. Segundo ponto positivo da caixa d'água de polietileno tampa aberta: a tampa de encaixe nossa é 100% fechada. E a caixa d'água de polietileno, quando ela enche um pouco de água, ela faz com que a nossa borda não deixe que entre bichos. Outro ponto bacana é que produzimos, hoje, até 10 mil litros tampa aberta em polietileno. Isso é um diferencial nosso. Todas as unidades produzem este produto. É um grande diferencial para o cliente quando vai adquirir nossos produtos via representantes. Outro ponto legal do polietileno é a flexibilidade e amabilidade dele. Ele consegue passar em locais com difícil acesso, pois ele entra. Em compensação, se tiver algum tipo de problema, não é tão fácil de consertar. Tem conserto, mas não é tão fácil de consertar como a fibra de vidro, que tem conserto. Então, a gente mantém essas duas linhas. O segundo produto de polietileno é o Tanque de tampa rosca. O bacana é que a Bakof tem uma linha completa de até 20 mil litros tampa rosca. Nossos tanques têm local para içamento. Então, se você quiser fazer uma obra de 25 andares, ao invés de você usar a caixa de fibra de vidro, o pessoal precisa subir com tudo, pega um guindaste, coloca do lado de fora, amarra nesses locais de içamento e levanta. A fibra de vidro também pode ser içada, mas você tem que levantar a caixa e depois a tampa. A tampa rosca, não. Você vai içar por completo. Além disso, é um produto que tem uma higiene tão boa quanto a tampa aberta, mas com uma segurança até de percepção de visual, que a pessoa percebe que é tão vetada como um cofre, porque a tampa dela é fechada. Em compensação, a tampa aberta, é somente uma tampa de clique. São as grandes diferenças."

Vendas: "O produto que tem alavancado as vendas, hoje, vamos falar bem a prática comum. O cliente tem que ter a pronta entrega em estoque. O bom é que a Bakof tem uma grande variedade de produto que o revendedor pode ter esse estoque, como ele tem na loja dele, no nosso mercado, na nossa loja, na nossa fábrica. Isso dá uma agilidade a ele.

Diferencial, hoje, em caixa d'água, você vai me dizer que é a tripla camada. Não é. O que acontece? A Bakof já fez caixa d'água com tripla camada e não disponibiliza mais no mercado. O que é? Você coloca uma camada externa, com tratamento ultravioleta, no meio, é qualquer coisa para fazer uma camada, e o que está em contato com a água é o mesmo material que está em contato com o sol. Então, não tem grande diferencial da tripla camada ou dupla camada. Mas é um diferencial por questão marketing.

E o que vai alavancar as vendas do meu cliente? É o tratamento no ponto de venda. É de explicar. Porque vender caixa d'água, você tem que vender a história da empresa que está por trás. Eu coloquei muito seriamente, para toda a equipe da Bakof, aqui no Rio Grande do Sul, quando a boite Kiss, que perdeu cerca de 250 pessoas, paramos a fábrica no dia seguinte a este acidente perguntamos 'quem de vocês teve alguma pessoa envolvida na questão da boite Kiss?'. A metade do pessoal levantou a mão. E eu perguntei: 'vocês imaginem se o problema não fosse que não tinha a questão da falta de saída e a prevenção de incêndio. Vocês imaginem se esse problema fosse na caixa d'água e a caixa d'água que vocês fabricaram tivesse um problema?' Isso é o que mais sustenta a segurança do lojista em comprar, porque ele não pode comprar um produto para se incomodar e sim um produto para ter garantias. E nisso, a Bakof, neste ano, que completa 30 anos, tem muito a dar ao cliente. Porque, dentro dos nossos valores, está o foco no cliente. Este é o nosso trabalho.

Exposição: " Temos dois lojistas que vou fazer um parêntese. Um quer vender a caixa d'água por osmose. Ele acha que o cliente vai entrar na loja e pedir uma caixa d'água. O outro lojista expõe o nosso produto. Não é a forma de como expor o produto. O primeiro ponto é ter o produto de caixa d'água, expondo o produto, com o lojista dizendo que vende caixa d'água. Esse é o principal ponto: você saber que na sua loja tem caixa d'água para seu cliente comprar. Aquela velha história de marketing: quem não é visto, não é lembrado. Caixa d'água é o último item de compra da loja, da pessoa que está reformando ou construindo. Ele deixa por último. Passa na loja e compra argamassa, cimento, piso, uma série de produtos. Onde ele vai lembrar que tem caixa d'água? Onde ele sabe que tem porque ele já viu o produto. É aí que o lojista ganha o negócio. Produtos de grande volume, de 20, 25, 10 mil litros, as pessoas querem ter muito em cima da hora. As caixas de 500 e mil litros, que têm muito mais abundância no mercado, de concorrentes lojistas que têm esses produtos, ele compra em um lojista ou outro. Mas o cliente que não tem o produto de grande volume à pronta entrega perde venda por isso."

Crise hídrica: A crise hídrica no Nordeste impacta? "Impacta, sim, mas não tem uma relevância tão forte. A gente acha que o Nordeste é outro mundo. É um outro mundo. Mas não é outro mundo que não está desbravado. Está desbravado pelos lojistas e clientes. O que acontece no Nordeste é uma mudança cultural de fibra de vidro para o polietileno, que o pessoal está conhecendo um pouco mais dos dois produtos. E isso impacta no sentido de o lojista estocar mais para ter mais rapidamente o retorno sobre essa venda, que é de necessidade."

Expectativa para 2017: "Estamos em um ano praticamente de crescimento. A Bakof completa 30 anos de empresa. E, nesses 30 anos, o que a gente mais espera é crescimento. Em cima de quê? Déficit habitacional, uma falta de moradias. Com isso, a gente espera um pouco mais que o governo libere mais crédito para financiar essa população, porque a troca de caixa d'água acontece, mas ela é muito pequena e acontece muito



Produtos Bakof



Produtos Brasilit



Produtos Fortlev

Produto Tigre

lentamente. Obviamente, as cidades novas e as novas habitações criadas pelo governo e pelas pessoas próprias, aí, sim, você tem um aumento de venda. O mercado se solidificou na questão das construtoras. Houve uma peneiração de mercado. A gente conseguiu ter construtoras e até lojistas mesmo, que passaram por recuperação judicial, com estabilidade, que a gente consegue contar com aquela pessoa, que tem maior capacidade de investimento e de colocar isso como uma meta para 2017. Trabalhar com essas pessoas que têm bom conhecimento do mercado e boa solidez financeira, isso é o melhor que podemos esperar para 2017. O governo federal tem feito sua parte. Ainda faltam mais liberações de verbas para construção de habitação, que é uma expectativa nossa como empreendedores. Atualmente, com a oficialização da compra da GS motomoldagem, de Joinville, a Bakof pretende atuar mais próxima de clientes da região, atendendo até São Paulo; com a abertura da fábrica de Marco, no Ceará, atendendo o programa federal Água para Todos, é uma questão de transição paulatina da fábrica do projeto para uma fábrica que atenda o varejo. Quem está atendendo o varejo no Nordeste, hoje, é a fábrica do Ceará. A fábrica do Mato Grosso do Sul está em franco crescimento, atendendo o Mato Grosso do Sul e, principalmente, um mercado que vem crescendo muito, que é pequeno, mas pode crescer em percentuais, mas é um mercado pequeno consumidor, que é o Mato Grosso. O Mato Grosso do Sul tem entre 4 e 6 milhões de habitantes. É um estado pequeno em número de pessoas, embora seja um estado. Então, qualquer coisa que crescer em cima disso, percentualmente, significa muito.

Reforçando, produtos em destaque é o mix completo de produtos em fibra de vidro e polietileno, temos agregado cada vez mais produtos complementares à venda, um deles é, sem dúvida, o filtro de 25 micras, que é instalado antes da entrada de água da caixa d'água. É uma necessidade urgente de todo mundo, infelizmente, colocar um filtro para não entupir o sistema hidráulico, os chuveiros e quem sabe a água tratada pelo saneamento, que pode gerar problemas nos rins, que é um problema sério."

AMANCO

"A Amanco trouxe recentemente ao mercado nacional algumas inovações com o lançamento das caixas d´água de boca aberta e fechada fabricadas por sopro, tecnologia inédita na América Latina, que garante maior qualidade ao produto, tornando-o mais seguro. A companhia investiu cerca de R$ 20 milhões para concluir todo o projeto. Apesar de já atuarmos com reservatórios, o processo fabril antigo era similar ao usado pelos nossos concorrentes. Assim sendo, o investimento foi feito na busca de um projeto inovador de fabricação, que oferecesse mais qualidade ao produto e que contasse com um processo sustentável.

A nova linha de caixas d'água, que compõe o portfólio da linha Amanco Reservatórios, atende todo o mercado predial, incluindo residências e estabelecimentos comerciais. Entre os diferenciais, destaque para a tripla camada, que ajuda a impedir a entrada de raios solares, minimizando o risco de proliferação de bactérias, e para a camada interna branca, que facilita a visibilidade na limpeza e conservação da água armazenada. Os produtos estão disponíveis nas versões de 310, 500 e 1.000 litros. Além disso, devido ao processo produtivo, as caixas possuem as camadas distribuídas uniformemente e maior controle na fabricação, o que traz mais resistência. O fechamento exclusivo por trava proporciona segurança e qualidade no armazenamento de água pelo consumidor", informa Adriano Martins, gerente Nacional de Vendas da Mexichem Brasil.

Vendas: "Por meio da sua tecnologia inédita no Brasil, pois oferece características únicas nas quais a concorrência não dispõe, podemos alavancar as vendas no Brasil. Ao colocar na ponta do lápis os benefícios da nova linha de caixas d'água Amanco, o cliente tem a certeza que está fazendo a melhor opção de compra."

Exposição: "Para garantir a qualidade já reconhecida de nossos produtos, orientamos as revendas sobre a forma correta de armazenagem e exposição de acordo com as características individuais de cada produto, garantindo ao nosso consumidor um material que tem os mesmos padrões de qualidade de quando saiu da fábrica.

Em paralelo, para apoiar o balconista, oferecemos treinamentos "in loco" dentro das nossas revendas parceiras e

desenvolvemos materiais de merchandising com informações técnicas de fácil compreensão, além de disponibilizar materiais que auxiliam na exposição dos nossos produtos, aumentando o seu destaque dentro da loja, para que o consumidor final possa ser estimulado a tomar a decisão de compra correta."

Crise hídrica: A crise hídrica na região Nordeste impacta na venda? "Trata-se de uma situação delicada na qual é necessário haver uma conscientização conjunta entre poder público, a iniciativa privada e a população em geral, voltada ao uso racional da água. Nossos produtos possuem tecnologias inovadoras que visam o combate no desperdício de água. Portanto, independente do volume de vendas a ser registrado, são importantes alternativas nesse sentido."

Vendas: "Esperamos que ocorra a retomada efetiva do crescimento nacional. Somente por meio do reaquecimento da economia será possível fomentar a geração de emprego e renda em nosso país. Assim, as famílias terão condições de voltar a investir em construção nas suas residências e, consequentemente, alavancar as vendas da empresa. Já as construtoras terão mais segurança em planejar e investir em novos lançamentos porque haverá demanda para isso. As recentes quedas expressivas na taxa de juros já são um fator favorável nesse sentido. Entretanto, como as crises são cíclicas, já estamos trabalhando de forma orgânica no desenvolvimento e lançamento de novos produtos."

BRASILIT

"Na linha de soluções para o armazenamento de água, destacam-se as caixas d'água Brasilit, que estão disponíveis em três capacidades: 310, 500 e 1000 litros. Seus principais diferenciais são o sistema click de fechamento da tampa que dispensa qualquer acessório de fixação, o que evita a proliferação de insetos, entre eles o Aedes aegypti. Esse fechamento também bloqueia a entrada de luz, que evita a proliferação de algas e fungos. São peças extremamente leves e resistentes, facilitando, assim, instalação", diz Carlos Henrique Mattar, diretor Comercial e Marketing.

Vendas: "Ter um produto de qualidade e com uma marca forte ajuda a trazer mais possíveis clientes às lojas, em conjunto com as caixas e de forma a oferecer uma solução completa em relação a solução de armazenamento de água. Também oferecemos uma linha de acessórios, como: torneira de boia, filtro de água e o Kit Fácil, que é composto pelas conexões necessárias para instalação do produto. Oferecendo, assim, uma a solução completa, facilitando e fidelizando o consumidor final.

Exposição: "Além da exposição do próprio produto, a Brasilit também oferece aos clientes um painel de comunicação que apresenta a solução completa, com imagens dos produtos e especificações técnicas, tais como medidas e capacidades."

Crise hídrica: "A crise hídrica, em períodos mais agravantes, impacta consideravelmente as vendas. Não só no Nordeste, mas em todo território. Um grande exemplo foi o período de seca na região sudeste no início de 2015. É muito importante que estejamos sempre atentos ao mercado, precavidos para essas situações, com objetivo de sempre atender nossos clientes da melhor maneira possível."

Vendas: "Após a retração do mercado em 2016, a expectativa é pela retomada do crescimento."





Os produtos para fixação são os chamados “pau pra toda obra” por causa da versatilidade e giro no ponto de venda. As empresas têm investido em produtos específicos para cada segmento e utilidade. E cabe ao revendedor explorar todas as vantagens comerciais que eles oferecem.
O mercado de produtos para fixação é muito amplo e conta com produtos para as mais diversas necessidades de uso, profissional ou não. Outra característica é o grande giro, pois são fundamentais em qualquer obra da construção civil, reparos domésticos e até mesmo em grandes construções ou manutenções industriais. Diante disso, é fundamental entender a necessidade de aplicação, para não errar na hora de escolher o parafuso ideal para cada situação.

VERSÁTEIS E INDISPENSÁVEIS



ADELBRAS

O destaque na linha da Adelbras é a fita Crepe 722 Imobiliária azul. Trata-se de uma fita crepe especialmente desenvolvida para proteção e mascaramento de pintura, tanto em ambientes internos quanto externos. O produto conta com tecnologia Anti-UV, o que lhe confere alta adesão e resistência por maior tempo aos raios UV, além de proporcionar uma remoção fácil e limpa.

"A Adelbras recentemente desenvolveu uma exclusiva tecnologia de barreira à umidade, que foi agregada a este produto e melhorou ainda mais suas características de resistência à umidade. Dentro desse segmento, destacamos também a alta procura pela Fita Mask Crepe 710, disponível em diversas medidas. É uma fita crepe especialmente desenvolvida para mascaramentos na pintura imobiliária e também uso geral na construção. Além disso, a Adelbras oferece linhas diferenciadas com produtos específicos ao nicho "faça você mesmo", a linha Fixa Pro. São produtos adesivos de alta qualidade e criados para substituir pregos e parafusos. Fazem parte deste mix as fitas Dupla Face Espuma e Dupla Face Massa Acrílica, para fixação de quadros, espelhos, placas e decoração em geral. A linha Fixa Pro será ampliada com um grande lançamento que está sendo preparado para a Feicon 2017", explica Marcos Chohfi, gerente de Marketing.

Lojistas: "Os produtos Adelbras são de grande procura pelo cliente das lojas de materiais de construção e profissionais de pintura, o que atrai público para dentro da loja e, consequentemente, alavanca as vendas. Com este foco, a Adelbras desenvolve o melhor mix de produtos, sempre com novidades e adaptado às necessidades dos consumidores e lojistas, além de oferecer a melhor relação custo/benefício do mercado", explica Marcos.

Vendas: "A Adelbras dispensa uma atenção especial à exposição dos produtos no ponto de venda através do uso de dispositivos promocionais, como displays, faixas de gôndola, Clip Strips, entre outros. A empresa reforça a importância da exposição através de treinamentos e workshops aos clientes, promotores e representantes de venda. Uma prática que sempre sugerimos, por exemplo, é a exposição da fita crepe próxima das tintas e demais acessórios para pintura (Cross Merchandising)", diz.

Expectativa: "Adelbras é a marca de fitas adesivas que mais cresce na construção e continuará crescendo em 2017. Acreditamos em um ano de retomada de crescimento do país, pois acreditamos que todas as condições para isso estarão presentes. A Adelbras sempre teve e mantém uma postura de investimentos e otimismo."

VONDER

Como característica básica dos parafusos em geral, destaca-se a fixação apertada e segura, bem como um acabamento mais limpo. Também são simples de remover e ajustar, o que faz desse tipo de produto a escolha preferida para muitas aplicações. Para não errar na escolha, a Vonder sempre recomenda que, primeiramente, se considere o local onde será fixado. Na construção civil, por exemplo, há superfícies de madeira, alvenaria, gesso, drywall, metais, telhas, entre muitas outras, cada uma com um modelo de parafuso específico para uso. Também é importante considerar questões como comprimento, bitola e os requisitos de fixação para encontrar o parafuso de tamanho correto para cada necessidade.

"Para auxiliar o revendedor no momento da venda, a Vonder disponibiliza uma equipe de consultores de vendas que trabalham diretamente no PDV, com instruções para o uso adequado e melhor aproveitamento de cada produto de acordo com as expectativas do consumidor para que, de fato, o item seja percebido como um benefício para a sua real necessidade", informa Elisângela Durães, gerente de Marketing do Grupo OVD.

A linha de Fixadores Vonder é composta por itens, como rebites, rebitadores, grampos, grampeadores, chumbadores, pregos, parafusos, buchas, porcas, barras roscadas e abraçadeiras. "Muitos desses são best sellers da marca, sendo premiados em diversas categorias



CASCOLA

QUALIDADE PARA PROFISSIONAIS

A CERTEZA DE UMA OBRA SEM FURO.



Cascola Monta & Fixa

Substitui pregos e parafusos

- Extra Forte
- Agarre Imediato
- Multi Materiais
- Acabamento Perfeito

cascola.com.br

Henkel

e reconhecidos pelo mercado como fiéis representantes da empresa e que fazem jus ao crescimento expressivo tanto nos canais revendedores quanto nas mãos e preferência de milhares de profissionais em todo Brasil. Um exemplo disso são os Parafusos Autobrocantes Cabeça Sextavada Vonder, bastante usados na construção civil, na fixação de coberturas e telhados metálicos, além da fixação de chapas finas e união dos encontros das telhas em coberturas metálicas. Possuem acabamento zincado, proporcionando maior resistência contra oxidação/corrosão e contam com arruela de aço incorporada, além da arruela de neoprene. Já os Parafusos Autobrocantes Cabeça Chata Vonder são bastante usados em trabalhos de acabamento, na fixação de fechaduras e dobradiças em esquadrias, com acabamento zincado, proporcionando maior resistência contra oxidação/corrosão. E os Parafusos Autobrocantes Cabeça Flangeada Vonder são indicados para fixação em superfícies metálicas, drywall e forros de PVC, acompanhando uma tendência de uso desse tipo de produto na construção civil. Para fixação de parafusos em paredes de alvenaria e concreto, itens indispensáveis são as Buchas de Nylon para Fixação Vonder, reconhecidas e premiadas pelo segmento. E um exemplo de versatilidade e adaptação às mais diferentes necessidades de uso são as Barras Roscadas Vonder, também conhecidas como vergalhões roscados, que possuem a mesma finalidade do parafuso, sendo utilizadas em locais que exigem maior alcance, pois possuem comprimento de até 1 metro. Outra prática comum é o corte da barra para a confecção de parafusos com comprimento fora do padrão. São ideais para uso mecânico e montagem de estruturas para instalações elétricas industriais, instalações de dutos de refrigeração, sistemas de fixação e ancoragem, entre outros. Estão disponíveis em polegada, com rosca grossa (UNC) em ferro polido ou zincado, e em milímetro, com rosca grossa (MA), com acabamento polido ou zincado. Outra característica do mix Vonder é oferecer ferramentas e equipamentos que complementam o uso com fixadores, facilitando o trabalho na hora de realizar uma atividade desse tipo. Um dos lançamentos recentes é a Parafusadeira a Bateria PBV 036 Vonder, que permite realizar furos de até 3mm em madeira e metal com a broca apropriada (acompanha). Ergonômica e fácil de usar, possui cabo com revestimento emborrachado e LED para melhor visibilidade do local de trabalho, sendo ideal para fixar e soltar parafusos em geral, com uso hobby/doméstico", finaliza Durães.



Produtos Adelbras



Produtos Adere


Produtos Âncora

BEMFIXA

"A Bemfixa trouxe ao mercado mais uma novidade na linha de fixação: a Bucha Shark. Trata-se de uma solução para fixar cargas em diversas superfícies: concreto sólido, bloco de concreto, tijolo oco, tijolo maciço e bloco celular. Desenvolvida em nylon, oferece maior resistência e suas 4 zonas de expansão garantem uma fixação mais segura. A Bucha Shark está disponível nos tamanhos 5mm, 6mm, 8mm, 10mm e 12mm e já são vendidas com os parafusos", diz Sandra Regina Shimabukuro, coordenadora de Marketing.

Relacionamento: "A Bucha Shark é mais uma opção para os lojistas que desejam uma linha completa de fixação. Produto de excelente qualidade e que pode ser usado em diversos tipos de superfícies, o que facilita a compra."

Vendas "A Bemfixa possui um manual de vendas casadas, no qual existem sugestões de produtos com os quais podem ser expostos os produtos Bemfixa. Além dos representantes e lojistas, também treinamos os promotores para que eles realizem este tipo de exposição utilizando os clip strips ou as fitas cross."

Expectativa: "A expectativa, embora conservadora, se mantém mais otimista que no início de 2016."

Embalagens: A Bemfixa reformulou o design de suas embalagens. A cor branca, antes predominante, deu lugar ao azul-escuro e o logo Bemfixa ganhou lugar de destaque no alto das cartelas. As cores das famílias de produtos (verde para Buchas de Nylon, cinza para Buchas Especiais, azul para Parafusos, amarelo para Pregos, lilás para Elétrica, laranja para Acessórios) foram

GAMMA
FERRAMENTAS

Com uma área construída de 12.000 m² em um terreno de 22.000m², o Centro de Distribuição faz parte da estratégia de ampliação da Gamma Ferramentas no mercado nacional.

MIX DE PRODUTOS


Pistolas de Pintura Elétrica


Bombas de água


Lavadoras de Alta Pressão


Ferramentas de Bancada


Ferramentas Elétricas


Ferramentas a Bateria de Lítio


Roçadeiras


Motosserras


Geradores


Máquinas de Solda


Compressores de Ar

FEICON BATIMAT 4-8 ABRIL STAND C180

VISITE NOSSO STAND

GammaFerramentas

www.gammaferramentas.com.br | 0800 979 0199

mantidas e ficaram ainda mais evidentes ao contrastar com o azul. Além de deixar o PDV mais bonito, elas auxiliam o consumidor a encontrar o produto com mais rapidez.
O formato das embalagens, exclusividade Bemfixa, otimiza o espaço na gôndola, pois permite que as cartelas sejam expostas mais próximas umas das outras. Além disso, a embalagem traz informações destacadas do produto, o que auxilia a compra pelo consumidor final.

FIXTIL

"A Bucha de Fixação é o produto considerado carro-chefe da Fixtil. Fabricada com matérias-primas de alta qualidade, apresentam algumas características que se diferenciam do mercado: 4 pontos de ancoragem, proporcionando super travamento e fixação; Apresenta raio circular, aumentando a resistência da bucha; Possui super aletas, proporcionando maior aderência; Produzida com material de alta resistência em equipamentos de última geração. Também destacamos as buchas especiais e acessórios para drywall e gesso, considerados acessórios essenciais para acabamento interno, ou seja, auxilia indiretamente na decoração dos ambientes, viabilizando as fixações de prateleiras de cozinhas, armários, suporte para micro-ondas, tornando os ambientes internos de uma casa ou escritório mais organizados", diz Adriana Lopez, gerente de Marketing. A linha de acessórios para drywall também inclui outros itens: bucha autoatarraxante de nylon com parafuso para aglomerado cabeça chata Phillips; parafuso com bucha para oco e drywall, parafusos, modelos cabeça flangeada ponta agulha; cabeça trombeta ponta agulha; cabeça flangeada brocante e cabeça panela brocante.
Relacionamento: "A Fixtil sempre primou pela organização dos PDVs dos seus clientes lojistas, porque sabe que as gôndolas organizadas permitem que o cliente encontre facilmente os produtos no PDV, gerando mais vendas. O lojista também deve manter os PDVs bem iluminados para atrair a atenção dos clientes. Deverá existir parceria entre fornecedor e lojista, realizando ações que despertem o interesse do consumidor, fazendo exposição diferenciada, aproveitando lançamentos, promoções e campanhas compartilhadas, visando sempre atender às necessidades dos clientes e melhorando resultado de vendas nas lojas."
Vendas: "Todo produto requer tratamento adequado, devendo existir sinergia entre lojista e consumidor. O consumidor adquire produto básico, mas necessita de acessórios correlatos e estes devem estar disponíveis à mão para que sejam lembrados, como, por exemplo, chave de fenda/parafusos etc. Estrategicamente, a Fixtil sempre incorporou esta conduta eficaz de exposição dos seus produtos nos PDVs que, comprovadamente, contribuem para aumentar as vendas dos lojistas, principalmente os setores de ferramentas manuais e elétricas (brocas, discos e serras, parafusos, pregos, etc), elétrica (fitas isolantes, fixadores de fios; ferragens (tranquetas e ferrolhos), armários e móveis (puxadores para móveis), telhas (acessórios para telhas) etc.."
Expectativa: "As palavras de ordem para 2017 são trabalho, criatividade e cautela. Criatividade para lançar produtos diferenciados, conforme as necessidades e prioridades dos clientes; abrir novos nichos de mercado, com foco em resultados positivos de vendas; trabalhar com empenho e determinação, mas sempre pesquisando e agindo com segurança para não ter surpresas desagradáveis, nem despesas inesperadas. A gestão da empresa é o grande segredo."

JOMARCA

"A Jomarca disponibiliza para o mercado um amplo mix de fixadores para os mais diversos segmentos. Os destaques especiais nesta linha são os parafusos com rosca autobrocante, que dispensam o pré furo na sua aplicação, aumentando a agilidade e precisão nos trabalhos", informa Fabíola Camelo, supervisora de Marketing.
Lojistas: "Por se tratar de um produto que está relacionado à praticidade na aplicação, é ideal para ser utilizado de forma rápida. A ponta autoperfurante faz economizar boa parte do tempo de quem aplica o


Fabíola Camelo, Jomarca

A HAGA tem Opções!!

do essencial ao sofisticado

Ônix





durável

resistente

segura



Sobrepor
Asa de Avião
Para porta de correr

Pat.Reg. nº BR 20 2016 018939 5

haga 80 anos

www.haga.com.br

cuidado aprimoramento confiança

BY MKT INF Studio Haga - 01/2017

produto, além da qualidade na fixação. Oferecer mais soluções faz com que seu produto alcance novos patamares de visualização, ampliando a possibilidade de fechar bons negócios."

Vendas: "Na hora da venda é importante que se ofereça ferramentas que complementem a utilização dos produtos para fixação, não necessariamente tornando isso uma venda casada."

Expectativa: "Em 2016, crescemos na ordem de 11%, esperamos, em 2017, algo em torno de 15%, número bastante satisfastório na atual economia."



Produtos Bemfixa



Produtos Cascola

GERDAU

"A Gerdau oferece pregos para diferentes tipos de aplicação. Todos prontos para uso, embalagem resistente, maior rendimento por quilo e excelente fixação. Entre os principais, estão: Prego com cabeça, utilizado na construção civil, marcenaria, indústria moveleira e embalagens; Prego Cabeça dupla, usado em estruturas temporárias, como fôrmas para concreto, escoramentos de lajes e fixação de aprumadores (o produto oferece facilidade no arranque e não danifica a superfície onde foi aplicado); Prego Telheiro, utilizado em telhados e coberturas. Possui cabeça soldada, borracha flexível e camada de galvanização, evitando vazamentos e corrosão, bem como tem corpo espiralado, que segura a telha como nenhum outro", explica Cleber José Pereira Junior, Gerente de Marketing de Produtos Trefilados da Gerdau.

Lojistas: "Os Pregos são extremamente importantes para compor o mix de produtos das lojas de material de construção. A Gerdau, com mais de 115 anos de experiência e tradição, é referência no assunto e oferece o produto em mais de 100 mil pontos de venda em todo o país. Diante disso, as vendas dos lojistas podem ser alavancadas pela presença de uma marca que é sinônimo de confiabilidade, líder de mercado, possui linha de pregos completa e que se preocupa com o meio ambiente, uma vez que todos os Pregos Gerdau são certificados pelo Selo Ecológico ABNT."


Cleber José Pereira Junior, Gerdau

Expectativa: "Vários fatores apontam para melhora no cenário econômico e, consequentemente, nas vendas. As projeções mostram um ano com melhora no mercado de construção civil e no índice de confiança na economia. A inflação tende a ficar dentro da meta estabelecida e a taxa básica de juros tende ficar abaixo em relação ao ano passado. Além disso, o governo sinaliza a possibilidade de investimento em obras de infraestrutura."

CISER

"A Ciser não destaca um produto em especial de sua diversificada linha de produtos para a construção, mas enfatiza que a sua orientação para atender clientes e o mercado é o seu diferencial. Trabalhamos orientados por valores disseminados em toda a companhia, acreditando que a busca pela excelência no atendimento se fortalece pelo respeito aos clientes e fornecedores. Buscamos ser eficientes, confiáveis, ágeis e inovadores, assim, teremos a certeza de que entregaremos muito mais que produtos. Possuímos um excelente parque fabril e competências técnicas para atender as diversas demandas de mercado. Lançamos recentemente duas novas linhas de produtos: Parafuso Cimentícia com características próprias para a montagem de placas de Cimentícia em placas de OSB, garantindo uma fixação segura e sem afrouxamentos; também vale salientar a linha de parafusos para madeiras de média e alta densidades, denominada Superfixer. Estes produtos estão em curva de crescimento acentuada, com procuras nos pontos de vendas em todo o Brasil", explica Vanessa Boing, Marketing.

grupo perlex

MELHOR PRODUTO DO ANO 20º

Mais uma conquista que vem demonstrar que esta parceria só pode dar certo.
capacitação, experiência, dedicação, honestidade, versatilidade.

Nós do Grupo Perlex agradecemos e garantimos ...
Nossa meta é a melhoria contínua.

1º LUGAR **TOMADA, PLUG E INTERRUPTOR**
Perlex - Linha Pumalux





2º LUGAR **EXTENSÃO ELÉTRICA E FILTRO DE LINHA**
Perplug - Extensão Eros



4º LUGAR **PINO ADAPTADOR DE TOMADA**
Perlex - Pino adaptador 3 saídas



A linha mais completa de materiais elétricos do Brasil!

www.grupoperlex.com.br

vendas (11) 4662-9000

NÃO POLUENTE · PRODUTO NACIONAL · BNDES SOCIAL · TÜV

EMPRESAS DO GRUPO PERLEX









Lojistas: "Produtos Ciser podem alavancar as vendas de nossos clientes lojistas porque construímos uma marca de tradição, atendendo as mais diversas necessidades de clientes e do mercado da construção. Como clientes, nós orientamos pela oferta de valor oferecidas por marcas tradicionais, assim, revendas de sucesso buscam se relacionar com marcas de sucesso. Receita para a satisfação de clientes."
Vendas: "Vendas de produtos relacionados, melhora faturamentos e rentabilidades, além de entregar aos clientes a solução completa para as suas necessidades. Quem compra um parafuso, precisará de uma ferramenta manual, ou de uma ferramenta elétrica para a aplicação (ou uma porca e uma arruela). Mesmo que o cliente já possua uma ferramenta, será atraído por uma nova marca ou uma boa promoção. Vale a pena sempre investir no PDV, momento em que o cliente está suscetível e será atraído por novidades."
Expectativa: "Somos uma empresa otimista, motivo pelo qual estamos com boas expectativas para o ano que inicia. Pretendemos muito rapidamente superar a inércia provocada pelo último ano e iniciar um período virtuoso de crescimento e investimentos."

VELCRO

Inventora do original sistema de fixação por gancho e argola, a marca Velcro anuncia a vasta gama de soluções inovadoras para as necessidades dos consumidores e de negócios e abriu seu escritório de São Paulo. A empresa desenvolve produtos que criam conexões elegantes, simples e resolvem para uma série de desafios organizacionais e aderentes. Na Feicon Batimat, as Empresas Velcro estarão apresentando vários produtos de consumo, incluindo ferramentas para projetos de DIY (faça você mesmo), a organização dia a dia e jardinagem, bem como soluções para os fabricantes de outros setores, como industrial e construção.
Uso geral: Os Fixadores com adesivo no verso são a





base da linha de produtos da marca Velcro. Eles podem ser integrados em uma extensa gama de produtos para o usuário final ou mesmo integrado na personalização de uma variedade de superfícies para projetos de artesanato, decoração e organização. As sacolas Press-Lok da marca Velcro são a mais recente inovação da empresa. Novidade no line-up da linha de produtos em 2016, as sacolas são uma alternativa ideal para opções de usos frequentes, que pode ser reutilizada novamente. As fitas e abraçadeiras da marca Velcro são reutilizáveis e oferecem uma maneira simples, elegante e organizada para agrupar, assegurar, transportar e gerenciar os fios e cabos, entre outros itens.
As soluções Extra Forte da marca Velcro são ideais para a casa, escritório ou sala de aula. Eles são uma maneira confiável para manter os itens pesados organizados ou que precisam aderir a superfícies ásperas, como paredes ou ambientes de piscina.
A linha HANGables de fixadores removíveis para paredes marca Velcro é perfeita para decorar sua casa sem danificar as paredes. Pendure quadros e crie colagens nas paredes utilizando os fixadores com facilidade.

CASCOLA

Pertencente à multinacional Henkel, a marca Cascola possui soluções em diversas categorias de colas e selantes, desde as tradicionais colas de contato e cola branca a base de PVA até os adesivos de montagem, que possuem alta tecnologia, com agarre imediato e alta força de colagem, que são ideais para substituir a utilização de pregos e parafusos; além de uma linha completa de selantes e espumas de poliuretano.
"Para destacar exclusivamente uma linha de produtos,

PRODUTOS PARA FIXAÇÃO



FIXA PRO

Faça você mesmo!

LINHA DUPLA FACE



DUPLA FACE ESPUMA BANANA | **DUPLA FACE MASSA ACRÍLICA** | **DUPLA FACE CARPET TAPE** | **DUPLA FACE AUTOMOTIVA**

- FITAS CREPE IMOBILIÁRIAS
- FITAS CREPE AUTOMOTIVAS
- FITAS PARA EMBALAGEM
- FITA ISOLANTE ANTICHAMAS

E TEM MAIS!
Adelbras tem o mais completo MIX de FITAS ADESIVAS para a construção

- ANTIDERRAPANTE
- SILVER TAPE DIVERSAS CORES
- DEMARCAÇÃO DE SOLO E DE ÁREA
- FITA DE ALUMÍNIO

adelbras®

facebook.com/adelbras

ULTRA FORTE

O CLIENTE PROCURA, SUA LOJA TEM QUE TER!



podemos mencionar a linha de adesivos de montagem Cascola Monta & Fixa, uma vez que suas soluções garantem a eficácia na fixação de rodapés, guarnições, florões, sancas, cerâmica, azulejo e objetos em paredes e até mesmo no teto, sem a necessidade de furar, parafusar ou pregar, oferecendo praticidade e rapidez à aplicação", diz Claudio Amadio, gerente da marca Cascola.
O Cascola Monta & Fixa PL 500 Interior é um adesivo de montagem de alta resistência e força de colagem e agarre imediato. O produto é indicado para instalações, decorações e reparos internos, sendo uma solução ideal para colagem de madeira, MDF, compensando, drywall, poliestireno expandido, cerâmica, concreto, metal, pedra e cortiça, sendo especialmente indicado para fixação de rodapés, guarnições, gesso e objetos decorativos. Prático de usar, este produto garante a eficiência na aplicação, uma vez que proporciona uma excelente colagem e força final, eliminando a necessidade de furar, parafusar ou pregar.
Cascola Monta & Fixa PL 600 Exterior é um adesivo de montagem extra forte resistente à água e aos agentes climáticos. Indicado para adesão de alta resistência em substratos na construção, decoração, instalações em ambientes externos e pequenos reparos. Esta opção adere a uma grande variedade de materiais porosos e não porosos e é indicado para colagem de azulejos, arandelas, pisos, peças decorativas, entre outros.
Cascola Monta & Fixa PL 700 Transparente é um adesivo de montagem transparente com agarre imediato e alta força de colagem, especialmente desenvolvido para aplicações com acabamento transparente. Com exclusiva tecnologia Flextec, o produto é resistente a intempéries, sendo aplicável em superfícies molhadas e utilizado em ambientes internos e externos. Livre de solventes e resistente aos raios UV (não amarela), adere a uma grande variedade de materiais, sendo especialmente indicado para fixação de painéis de vidro, tampos de mesa, elementos decorativos, peças em acrílico, revestimentos em vidro, entre outros.
O Cascola Monta & Fixa Cuba & Espelho - adesivo multifuncional extraforte de alto desempenho e com agarre imediato - foi desenvolvido especialmente para fixação de cubas e espelhos. Prático, impermeável, com alta resistência e poder de aderência em diversas superfícies, o produto fixa e sela de uma só vez sem agredir materiais sensíveis, como espelho.
"Além de produtos de excelência, que garantem trabalho satisfatório, nos preocupamos também com a inovação. Diante disso, desenvolvemos os produtos Cascola com a mais alta tecnologia, performance e segurança. Além disso, estamos sempre atentos às necessidades do mercado e também procuramos nos antecipar em oferecer soluções mais eficazes e modernas. Exemplo disso foi o pioneirismo da Henkel na retirada do solvente Toluol das colas de contato. Esta atitude contribui para preservar a saúde do profissional e torna a marca Cascola reconhecida e aprovada em todo o país", complementa.
Lojistas: "A Cascola visa sempre oferecer produtos inovadores com qualidade diferenciada. Acreditamos que essas referências fidelizam o consumidor que busca alternativas de alto desempenho e estão preocupados com o acabamento e durabilidade de seu serviço. A variedade de produtos Cascola também auxilia os lojistas a sempre terem produtos de ótima qualidade para as diferentes necessidades de seus clientes."
Vendas: "Todos os produtos da linha Monta & Fixa são oferecidos em cartuchos, tornando necessário o uso de pistola aplicadora. Além disso, para a correta aplicação, são necessários o uso de ferramentas e equipamentos, como estilete, luvas, fita crepe e óculos de proteção. O entendimento dos produtos e formas de aplicação permitem ao lojista prestar um serviço aos seus clientes, ao mesmo tempo em que alavanca suas vendas oferecendo o conjunto de ferramentas e materiais para um trabalho perfeito, rápido e em segurança."
Expectativa: "Para 2017, planejamos o lançamento de três produtos com o objetivo de oferecer novas opções e também preencher lacunas que identificamos no mercado. Os produtos Cascola serão desenvolvidos com a mais alta tecnologia, performance e segurança."

ÂNCORA

"Um grande destaque em nossa linha de produtos é o CBN. Exclusivo e patenteado pela Âncora, o CBN é um chumbador de acomodação composto por para-




Rafael Bernardi, Âncora

fuso ou prisioneiro, arruela, jaqueta de poliamida e cone. Quando o instalador não sabe qual é a base a ser efetuada na aplicação, o CBN é a solução. Seu principal diferencial é que pode ser aplicado tanto em bases ocas, quanto em bases maciças, possibilitando um maior conforto, confiança e segurança na sua fixação", informa Rafael Bernardi, coordenador de Marketing.

Lojistas: "Por se tratar de uma solução exclusiva, os lojistas conseguem mais argumentos com seus clientes, pois a aplicação do CBNl, além de ser muito prática e de fácil instalação, permite uma maior flexibilidade quanto a base a ser instalada (oca ou maciça). Suas principais aplicações são: equipamentos (ar condicionado, antenas, suportes...), peças metálicas (corrimão, apoios...) e móveis (estantes, prateleiras, gabinetes...)."

Vendas: "A Âncora apenas orienta e transmite instruções técnicas para que o nosso produto seja aplicado corretamente, sem ligar a compra de um, a obrigatoriedade da compra de outro. Não praticar este ato já é um alerta."

Expectativa: "Janeiro já iniciou com a efetivação de grandes negócios. Temos muita expectativa, pois grandes projetos estarão sendo colocados em prática neste primeiro semestre. Devido à comemoração dos nossos 25 anos, muitas surpresas estão a caminho e, mais uma vez, vamos revolucionar o mercado da fixação no Brasil. Aguardem..."

NEWFIX

"Somos o maior fabricante de rebites de repuxo em aluminio no Brasil e produzimos também toda linha de parafusos fendados, sextavados, franceses e rosca máquina. Nosso diferencial é a parceria quase que exclusiva com o revendedor, além da vantagem de produzirmos 95% de nosso portfólio, garantindo ao revendedor a manutenção constante do fornecimento de nossos produtos. Asseguramos 100% a qualidade dos fixadores New-Fix", diz Enéas Henrique de Oliveira, diretor Comercial.

Lojistas: "É comprovado, através de pesquisa interna de mercado, que fixadores atraem e fidelizam clientes. Hoje, pela grande quantidade de revendedores, o prestador de serviço, o cliente consumidor final e mesmo a indústria optam por comprar sempre da loja que lhe oferece o maior mix de produtos. Ainda mais fixadores que mesmo sendo aparentemente um produto que não agrega valor, sem ele não se fixa, por exemplo, uma tampa de vaso sanitário, então, podemos considerar o rebite ou parafuso um elemento primordial para fixação de diversos e variados produtos."

Expectativa: "Se formos analisar por critérios técnicos a atual economia, hoje seríamos pessimistas em relação a números, mas a realidade atual é que as vendas no segmento de fixação voltaram a surpreender e percebemos nitidamente a recuperação do mercado no último trimestre de 2016, o que nos motivou a voltar a investir na produção e iniciamos 2017 com ótimas perspectivas de vendas."

PULVITEC

"Temos duas linhas de produtos de fixação, também chamados de adesivos de montagem. Esta categoria de produto destaca-se pelo agarre imediato e pela elevada resistência de colagem depois de seco, podendo suportar peças pesadas, como azulejos, pastilhas, espelhos, sancas etc. A linha pioneira de adesivos de montagem no Brasil foi a Poly Massaplic Cola Azulejo, que, já na década de 70, efetuava colagem de azulejos em paredes na horizontal. Com a tendência recente de colagem de pastilhas em banheiros e pelo fato de ser a única cola que não oxida nenhum tipo de pastilha existente no mercado, sua denominação mudou, desde 2013, para Poly Massaplic Cola para Azulejo e Pastilhas. Além de ser base de água (não agressivo ao aplicador) e não oxidar as pastilhas, Poly Massaplic possui elevada resistência à umidade e permite a instalação de azulejos


Arley Ribeiro, Pulvitec

e pastilhas em paredes horizontais. A Pulvitec também tem a linha Multifix, esta com aplicações mais gerais dentro do ambiente construtivo. O produto pioneiro da linha foi o Multifix Fixa Cuba, lançado em 2012, e, devido ao sucess,o principalmente nos Home Centers, desenvolvemos os demais produtos. Hoje, a linha possui, além do Multifix Fixa Cuba, o Multifix Fixa Espelho, o Fixa Semprego e o Fixa Rodapé e Sanca", informa Arley Ribeiro, gerente Comercial.

Lojistas: "Com o início da crise no segmento de construção, em meados de 2014, surgiu a renovação, que é uma reforma simples, que deixa o lar das pessoas mais bonito e/ou confortável, ou apenas mudado esteticamente. A renovação, muitas vezes, é efetuada pelo consumidor, ao contrário da reforma, que é uma mudança mais radical e necessita de um profissional contratado. Não sendo produtos que necessitam de uma consultoria profissional para aplicação, os lojistas podem vender toda a linha Multifix e Massaplic com segurança, garantindo o resultado da aplicação. Por isso, estes produtos têm um sucesso muito grande nos Home Centers e grande varejos."

Expectativa: "É bastante positiva. Devido a participarmos ativamente no movimento de renovação, distribuindo nossa linha de produtos nos Home Centers e grandes varejos, tivemos crescimento no biênio 2015-2016, anos em que o setor de material de construção sofreu bastante. Uma vez que todos os indicadores econômicos apontam uma melhora, e o segmento da construção é um dos primeiros que reagem, estamos muito otimistas."

ADERE

"O foco da Adere está na ADERMAX, uma linha de fitas Dupla Face Permanente, que tem como o principal produto as Fitas código XT100. Altamente resistente, assume a liderança como as mais fortes do mercado.

Benefícios: fácil aplicação e alta performance na adesão. Entre os seus diferenciais, estão: embalagem individual em blister; 4 tamanhos diferentes; Certificação ISO e garantia permanente", informa Rossana Brocchi, do Marketing.

Lojistas: "É um produto de alto giro e com apelo para diversas aplicações. Item lucrativo, que permite trabalhar com margens atraentes e retorno rápido. Apoio ao PDV no que se refere ao material de ponto de venda, displays e equipe de trade marketing direcionada. Campanhas de venda casada direto da fábrica, o que possibilita condições especiais e pontuais."

Mercado: "Estamos com expectativa alta, buscando resultados expressivos no faturamento e na conquista do mercado, isso considerando as condições comerciais favoráveis que temos e que nos permitirá direcionar nosso trabalho para o aumento de mix de produtos, aproveitando toda a pulverização já conquistada pela Adere nesses 50 anos".

WALSYWA

"Nosso destaque é o CB Pitão. Este produto utiliza todo o know-how da Walsywa na linha de Fixação Mecânica, sendo a evolução do tradicional Chumbador CB, criado pela empresa há mais de 40 anos. O CB Pitão atende a múltiplas aplicações, sendo mais utilizado em: Suspensão de componentes com uso de cabos; Telas de Proteção de Fachadas; Linhas de Vida e Fixações aéreas em geral. Além dos atributos de um Chumbador CB padrão, o CB Pitão facilita fixações por intermédio do olhal, já embutido ao corpo do Chumbador", informa Eric Ferraro, gerente de Vendas.

Lojistas: "Além de complementar o mix do lojista, o CB Pitão é solução técnica a aplicações de grande demanda, ampliando as opções do lojista em fixação."

Vendas: "A Walsywa tem o compromisso de oferecer soluções completas aos seus clientes e usuários. Isso se reflete na própria linha de fixação Mecânica, que engloba o CB Pitão. Nesta família de produtos, disponibilizamos a maior variedade de Chumbadores Mecânicos, o que garante soluções técnicas a qualquer tipo de aplicação voltada à fixação. De forma com-

plementar, disponibilizamos as Brocas SDS-Plus para perfuração de Concreto e acessórios diversos que facilitam o uso e otimizam a aplicação dos produtos."

Mercado: "No ano de 2017, a Walsywa pretende se consolidar na liderança absoluta no segmento de fixação para Construção Civil brasileiro. Para tanto a empresa tem feito grandes investimentos em infraestrutura e, principalmente, na ampliação de sua linha de produtos. Apenas agora, em janeiro, lançamos cerca de 200 itens novos na Linha de Fixação Inox e Fixação a Gás, segmentos onde nossa participação tem crescido de forma significativa nos últimos meses. Acreditamos na retomada econômica e estamos preparados para este momento, na expectativa de que 2017 seja mais produtivo que o ano anterior."

ARTECOLA

Em atividade desde maio de 1948, a Artecola Química produz adesivos e laminados, a mais antiga operação da Artecola. Está presente com plantas produtivas no Brasil, Chile, Argentina, Peru, Colômbia, México e operação piloto na China, atuando em diferentes setores, como calçadista, moveleiro, automotivo, de construção civil e consumo, entre outros.

A Artecola Química segue em linha de ascensão no Ranking FDC das Multinacionais Brasileiras e, neste ano, subiu mais uma posição na pesquisa elaborada anualmente pela Fundação Dom Cabral (FDC). O estudo recém-divulgado mostra a empresa na sexta posição, uma acima da conquistada em 2015. A companhia sediada em Campo Bom, RS, também é a segunda no ranking entre as empresas com receita de até R$ 1 bilhão ao ano.

"A internacionalização é uma estratégia de nossa empresa, cuidadosamente planejada ainda nos anos 90 e executada dentro de um plano de ação que resultou no equilíbrio sustentável de nossas operações. O caminho para o crescimento foi a diversificação de mercados, tecnologias e geografias, o que nos fortalece diante de eventuais turbulências econômicas", destaca Lisiane Kunst, diretora Executiva.







OLHOU, CONFERIU, ABRIU!

Mais do que ser um objetivo que facilita a vida dos usuários, os porteiros eletrônicos também proporcionam maior segurança nas residências. São muitos os modelos disponíveis pelos fabricantes, simples ou sofisticados, mas que cumprem muito bem a proposta exigida pelos compradores. É bom aproveitar o aquecimento do mercado e investir nestes produtos em seu PDV.



Produtos Iriel





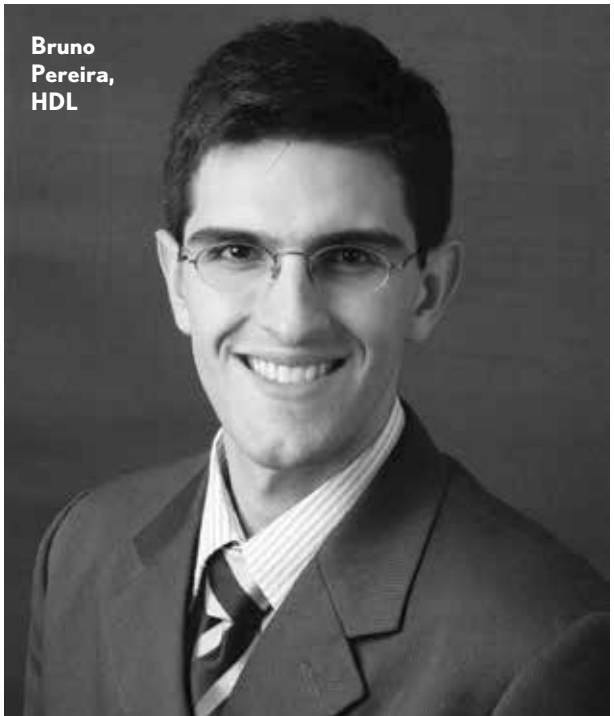
Produto Intelbras



Produtos HDL

HDL

"Quando se fala em Porteiros Eletrônicos Áudio no mercado brasileiro, o F8-S, da HDL, uma marca do Grupo Legrand, é Top of Mind. A tradição dos mais de 40 anos da marca no mercado criou a maior base instalada do Brasil, sobretudo porque os Porteiros F8-S possuem diferenciais marcantes: até 3 interfones adicionais ao principal; pode ser instalado até 500m, maior distância de instalação no mercado; alarme antiviolação na unidade externa; sinergia com vários produtos da HDL; e a exclusiva Caixa de Proteção HBox F8-S, fabricada em alumínio altamente resistente a choques e intempéries, única desenhada para seguir o design moderno e slim do painel externo. Outros diferenciais: identificação por áudio e vídeo, conjugando imagens de até 3 câmeras auxiliares, além da câmera de alta resolução do Painel Externo, possibilitando visão em torno do visitante; função "Siga-me", que simula a presença do morador em casa ao direcionar a chamada sem a necessidade de um PABX adicional para um telefone de preferência do morador, em qualquer lugar que ele esteja; função Alarme Residencial em caso de situações de pânico, permite realizar uma ligação de alerta a um número de telefone pré-configurado e acionar o alarme do próprio vídeo porteiro; função memória, que grava as mensagens e registra imagens e vídeos quando você não está em casa; além do design moderno, disponível nas cores preta ou branca, e da total sinergia com vários produtos da HDL. E são produtos também pensados para o ponto de venda, pois as embalagens de ambos são autoexplicativas, com visual diferenciado que evidencia as informações técnicas, instalação e suas funções, facilitando assim a comunicação direto na embalagem", diz Bruno Pereira, gerente de Produto.



Bruno Pereira, HDL

Segurança aumenta as vendas? "Sim, sobretudo em momentos de crise econômica como esta que o Brasil atravessa. Crises direta ou indiretamente provocam um aumento nas taxas de criminalidade e, em momentos como este, a sensação de insegurança em geral acaba aumentando. Essa sensação amplifica a necessidade das pessoas de garantir sua segurança e a de seu patrimônio. Os Porteiros Eletrônicos agregam valor por aumentar a sensação de segurança das pessoas, porque, através do interfone ou do vídeo porteiro, é possível saber quem está à porta, evitando o contato direto e, dessa forma, protegendo-as de eventuais criminosos ou visitas indesejadas."

Exposição "Por ser um produto tecnológico, é essencial que os produtos estejam funcionando e acessíveis para testes, possibilitando um contato direto do cliente com o produto. Nossos produtos são expostos com um visual merchandising agradável, explicativo e de fácil entendimento, ajudando se expostos em áreas positivas na altura dos olhos. Tudo para facilitar a decisão de compra dos clientes, gerando, assim, mais comodidade e agilidade na hora da compra."

Mercado "O Brasil ainda atravessa uma crise econômica, ocasionando o aumento nas taxas de criminalidade e, em momentos como este, a sensação de insegurança acaba aumentando. O mercado considera que nossos equipamentos, além de proteger, representam um investimento de longo prazo e vantajoso financeiramente pela sua funcionalidade. Essa tendência se converteu em um aumento da sua procura nos últimos anos, e acreditamos que este ano não será diferente, estamos com pensamentos positivos".

IRIEL

"A Iriel, empresa do Grupo Siemens, é referência de qualidade no mercado. Com um portfólio bastante amplo, contamos com soluções desde o mercado econômico até o alto luxo. Produzimos linhas de interruptores e tomadas com soluções inovadoras e tecnológicas, como carregadores USB, dimmers touch e campainhas eletrônicas com 5 diferentes melodias. Como destaque, temos também o Porteiro Eletrônico, uma solução que permite mais conforto e proteção às residências, comércios e empresas. O equipamento possui um sistema inviolável quando instalado a 4 fios, onde o cabo de alimentação da fechadura não passa pela placa externa, evitando que o portão seja aberto pelo lado de fora. O kit é composto por duas peças: o monofone na cor branca facilita a harmonização nas paredes internas dos ambientes; já o painel externo, feito em ABS, tem LED indicativo de funcionamento e capa protetora contra chuva, que aumenta a sua durabilidade. As peças seguem as diretivas ROHS, que prezam por materiais mais sustentáveis e são livres de metais pesados nocivos à saúde. Além de possuir regulagem na placa de som, que ajuda a adaptar o volume conforme o ambiente, o equipamento é de fácil instalação", informa Michele Antunes, Marketing.

Segurança aumenta as vendas? "Os altos índices de criminalidade e a insegurança que cada vez mais fazem parte do nosso dia a dia fazem com que as pessoas invistam nesse tipo de equipamento como forma de minimizar os riscos."



Michele Antunes, Iriel

Exposição "Existem diversos fatores que influenciam no sucesso da exposição de produtos no PDV, como local adequado de circulação, otimização do espaço e qualidade do material de apoio para que seja sempre atraente. Mostruários com produtos funcionais também proporcionam ao cliente a experiência de uso e pode ser fator decisivo em uma compra".

Vendas "Nossa perspectiva de mercado para o ano de 2017 é de um crescimento significativo, principalmente a partir do segundo semestre, chegando a 15% de aumento."

INTELBRAS

"O Segmento de Controle de Acesso Home & Office da busca inovar em todas as categorias de atuação, tra-




Luciano Madalosso Lopes, Intelbras

zendo novas experiências tanto para os consumidores finais, como para os profissionais que trabalham com a instalação dos nossos produtos. Fato que ilustra este movimento é o lançamentos na categoria de Porteiro Eletrônico Residencial SEM FIO – TIS5010, com produção inédita no Brasil, atendendo as demandas de mercado sem a necessidade de passar fios entre o módulo externo e interno, facilitando a vida dos usuários e às diversas aplicações, seja em ambientes residenciais ou mesmo comerciais. Outro destaque da categoria é a melhoria no modelo IPR 8000, seguindo as tendências do portfólio, como a robustez do produto e reforço contra descargas atmosféricas", explica Luciano Madalosso Lopes, Gerente de Segmento Controle de Acesso - H&O.

Segurança aumenta as vendas? "Este segmento de mercado, juntamente com toda a linha de Segurança Eletrônica, vive um momento ímpar de crescimento de dois dígitos ao ano, tornando este mercado cada vez mais concorrido e dinâmico. A população tem cada vez mais buscado soluções de segurança das mais simples até as mais complexas, onde a Intelbras tem desenvolvido e inovado no segmento de maneira global, acompanhando as tendências mundiais"

Exposição: "Tão importante quanto ter um produto de excelência em qualidade e tecnologia é a forma como apresentamos estes produtos ao mercado. Nossa equipe de Trade Marketing tem se reinventado cada vez mais para tornar o produto mais atrativo no ponto de venda, desde o posicionamento do produto em loja, expositores funcionais, campanhas de incentivo às vendas, experimentação de produtos e suas funcionalidades no PDV com equipe própria de trade, em resumo, todo o conceito de marketing aplicado à prática para uma melhor experiência na decisão de compra."

Mercado: "Aproveitando as oportunidades dos lançamentos dos novos produtos, esperamos crescer em 2017 acima do que realizamos em 2016, mantendo a ordem de 2 dígitos percentuais de crescimento."



PRODUTO EXCLUSIVO.
LANÇAMENTO!

ACQUABIOS®

filtros e purificadores

Acqua Premium



DESIGN E INOVAÇÃO

Lançamos um produto como você nunca viu!

O **Acqua Premium** da Acquabios possui características inéditas no mercado, design moderno e qualidade sem igual. Fabricação 100% nacional.

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

PALAVRA DO LOJISTA



aqui é O COMEÇO



Uma obra, não importa o tamanho, começa pelo material básico. É por isso que as lojas de material de construção trabalham com estes produtos, com maior ou menor estoque, além de maior ou menor diversificação de itens. Selecionamos três modelos de negócio que trabalham com material básico. A Center Tudo, pequena loja de bairro, encravada no coração da cidade de São Paulo, a poucos metros da famosa avenida Paulista; a rede Conibase (Conibase significa Comércio Nipo-brasileiro de Material Básico), que tem lojas na Zona Oeste e na Granja Viana; e Telhanorte, rede de home centers, que aposta nas exposição externa, interna e no e-commerce dos produtos para alavancar ainda mais as suas vendas.



TELHANORTE

organização e apresentação

A Telhanorte tem forte presença no mercado quando o assunto é material de construção. Sua maior loja fica na Marginal Tietê, em São Paulo, com cerca de 9 mil m² de área de venda, funcionando 24 horas por dia para atender um diversificado público, não apenas por sua localização, mas também pelo mix de produtos oferecido no local.

"Essa loja é a maior, um pouco fora dos padrões da Telhanorte, que conta com lojas médias. Mas esta é a loja com o mix mais completo da bandeira Telhanorte", afirma Alexandre Arruk, gerente de Mercado da Telhanorte. "Nossas últimas lojas abertas foram a loja do Roda Viva, em Guarulhos, que inaugurou um conceito novo de layout, inclusive em material básico, com o circuito de compra fazendo parte da jornada do cliente. Já temos uma segunda loja nesse novo padrão, em São Carlos, interior de São Paulo, que é um pouco menor, mas já nasceu como nova geração. Outras lojas serão inauguradas em breve com o padrão da Roda Viva. E algumas unidades serão reformadas para seguir este conceito, inclusive esta loja 24 horas, na Marginal Tietê, que é nossa principal loja", adianta Alexandre Arruk, que também fala sobre o público da loja no horário da madrugada. "O fato da loja ser 24 horas traz ainda mais benefícios para o consumidor final e também leva para a Telhanorte Marginal um público que pode surpreender. Essa loja tem clientes que vêm de madrugada, quando estão fazendo obras em alguma loja de shopping, por exemplo, e só podem trabalhar à noite. E esses profissionais vêm procurar desde saco de cimento até alguma ferramenta que quebrou durante a madrugada e eles precisam entregar o trabalho, também buscam uma tinta que acabou... Além dos profissionais, evidentemente, temos também os clientes finais, mas em um fluxo menor de pessoas. Mas temos uma venda significativa. É a única home center 24 horas", destaca Arruk.

A Telhanorte Marginal deixa claro que vende material básico quando o cliente entra no estacionamento, onde um grande expositor foi montado com produtos, como tijolos e caixas d'água. E, ao entrar na loja, a organização é feita em uma sequência de acordo com os produtos que seguem uma ordem de utilização durante a obra, a começar, justamente, com material básico. "O que nós chamamos de material básico está dividido em algumas famílias de produtos: material hidráulico, tudo para distribuição de água e esgoto, caixa d'água; material de alvenaria, tudo o que é usado para levantar uma estrutura, como areia, cimento, pedra; depois, temos a parte de fechamento, bloco de vidro, bloco celular, isso ajuda o comprador dentro da loja, mas também o vendedor que vai auxiliar melhor o cliente na hora de comprar; a parte de infraestrutura elétrica, que fica dentro das paredes, como conduítes, fios, entre outros. O material básico não era uma uma família de produtos muito inerente ao home center de material de construção, que era mais focado no acabamento. Quando nós pensamos em trazer e fortificar essas famílias, há alguns anos, sentimos a necessidade de não trabalhar apenas com estoque. Nós expomos os produtos já dando ideias de utilização. A gente começa a exposição no estacionamento, justamente porque, no passado, nós não trabalhávamos tão forte com este tipo de produto. Temos que lembrar o cliente que o home center é hoje um distribuidor de material básico", explica. "Antes, esse tipo de material era mais comumente encontrado em depósitos de bairro. É um tipo de material difícil de transportar porque é muito volumoso, tem um valor agregado muito baixo. Então, por isso que nós adotamos a estratégia de trazer estoque para a loja e fazer o serviço de frete e entrega como fundamentais para vender material básico. Se você não tem esse tipo de serviço agregado, você está fora do jogo", diz.

Neste segmento, o frete é realmente um ponto importante e que traz um grande diferencial. E há alguns pontos e regras, respeitando a legislação, como a lei do silêncio e regras e impedimentos de circulação pela cidade de São Paulo, por exemplo. "A empresa precisa se adaptar e seguir as leis. É fundameltal para nós. Quando a obra está no estágio de usar material básico, vai numa velocidade muito grande. Você tem que ter o planejamento da chegada do material na casa do cliente ou no ambiente comercial, dependendo da obra. Você não pode errar ou falhar na entrega, por-



O que chamamos de material básico está dividido em algumas famílias de produtos: material hidráulico, material de alvenaria, material de fechamento e material elétrico.

Alexandre Arruk, Telhanorte


Alexandre Arruk, Gerente de Mercado da Telhanorte

que já tem uma mão de obra esperando. Às vezes, há condomínios que precisam de uma licença com um horário específico para receber esse tipo de material. A qualidade em uma entrega confiável vai desde carros seguros até o pessoal preparado para descarregar. Nós fazemos parte de um grupo industrial, que é o Grupo Saint-Gobain, que preza pela segurança no trabalho, e temos normas para descarregar os materiais, como o uso de cintas ergonômicas, por exemplo, um item que é fundamental para transportar um saco de cimento de 50kg. Pelas regras de segurança do trabalho, é preciso duas pessoas para carregá-lo. Nós temos uma regra muito clara: nós temos este saco de cimento de 50kg disponível e o cliente, muitas vezes, precisa de dois sacos. Nestes casos, dois vendedores auxiliam o cliente ou um cliente mais um vendedor. Nós fazemos parte deste Grupo, que vê esses valores como importantes. Não perdemos vendas por isso. Muito pelo contrário: o cliente nos elogia bastante por isso", destaca Arruk.

Produtos com grandes volumes, muitas vezes, precisam ficar expostos do lado de fora da loja. Algumas mudanças foram feitas pela necessidade do momento atual. "O mercado de reservatórios mudou muito com a crise hídrica. Nós trabalhamos, em algumas lojas, com reservatórios de até 1000 litros, que são menores e mais fáceis de transportar e de armazenar, mas, hoje, nós vendemos cisternas de 15 mil litros. Então, tivemos que repensar a logística, fazer um pouco de estoque para as lojas, além de fazermos a entrega, pois é um produto que o cliente não vai retirar na loja. De três anos para cá, aumentamos o volume de estoque de produtos com litragens um pouco maiores", acrescenta. "São crises assim, como a energética, na década de 2000, que nos levam para um outro patamar de mercado e de demanda. As demandas agora são de produtos para reutilização de água. Há fabricantes que lançaram tanques e reservatórios que se encaixam na calha e armazenam água para regar o jardim, por exemplo. Esse tipo de produto não pode ser apenas exposto na loja com uma etiqueta de preço. É preciso ter um display, com o detalhamento, panfletos, material de exposição na loja, além de termos o site como uma ferramenta muito importante para esclarecimento", diz Alexandre.

Além de lojas físicas, a Telhanorte conta também com um site que faz vendas on-line, além do conteúdo informativo sobre os produtos. "O site ajuda bastante e nos permite usar uma série de ferramentas. É muito importante e o comércio só tem a ganhar com a internet, como uma ferramenta para o cliente tirar ideias, sanar as dúvidas. Nós nos supreendemos. Nosso e-commerce tem cerca de três anos e achávamos, quando montamos este projeto, que ferramentas, ferragens, seriam os produtos de maior percepção, que o cliente está mais acostumado a comprar. Mas estamos vendendo também pela internet produtos de grande volume, como material básico, pisos e revestimentos. Quem diz que sabe tudo no comércio tem que estudar e ver as tendências, além de estar sempre em contato com os clientes. O interessante é que material básico tem uma participação maior no e-commerce que na loja física. Ainda é um eco do momento, da crise hídrica, e outros segmentos ainda vão crescer. Mas é supreendente. O cliente que compra um reservatório de 15 mil litros certamente já viu on-line, já esteve na loja, onde tirou as dúvidas. Mas toma a decisão de compra pela internet de acordo com a conveniência do e-commerce", explica.

"Nós temos duas bases de treinamento para nossa equipe. Uma Escola do Varejo interna na Telhanorte, que atende 100% dos nossos vendedores. As lojas contam com vendedores generalistas, que vendem todo tipo de produto; e temos vendedores setorizados, especialistas. Esta escola tem uma série de cursos, com vários fornecedores que dão apoio, principalmente em material básico, material elétrico e material hidráulico, segmentos que envolvem segurança e geram muita dúvida e onde o cliente vai fazer um investimento um pouco maior, com um projeto que tem uma série de produtos conectados. Temos uma programação anual, que nós treinamos vendedores novatos e reciclamos os antigos a cada dois anos. Este é um eixo de trabalho. Outro eixo é desenvolver treinamentos na loja com esses fornecedores da Escola do Varejo ou outros, e em

cursos menores, na área de venda, para tirar dúvidas, focados naquela família específica de vendas. Às vezes, o vendedor atende um cliente no corredor e sabe exatamente o que ele está precisando com uma simples conversa. O treinamento é fundamental. Nossos vendedores passaram pelas mais diversificadas experiências, então, é importante a gente treinar sempre. O brasileiro tem por característica precisar de um auxílio na hora de comprar material de construção. No caso de material básico, o cliente chega na loja com uma lista de produtos que foi passada pelo profissional que está trabalhando na obra. Mas o cliente, hoje em dia, tem dúvidas, quer saber porque um produto custa mais barato que outro. E esses detalhes não estão na lista. O profissional que fez a lista tem tudo em mente. Já o consumidor, que está com esta lista nas mãos, não. As mulheres são mais detalhistas, mais criteriosas, cuidam melhor do orçamento da obra. São mais curiosas e o vendedor tem que estar qualificado para responder a essas perguntas. Se não souber responder, o cliente não compra. Você melhora a performance de vendas na loja imediatamente após esses treinamentos. O material básico é um produto mais racional, pois vai ficar na parede ou do chão, não tem o apelo da decoração, não vai ser visto. Além disso, se o cliente compra o produto errado, depois ele pode ter uma rachadura e o vendedor tem que fazer uma venda racional, uma venda correta", complementa Alexandre.

"As lojas possuem um depósito que utiliza em torno de 10 a 15% da área do salão de vendas, mas o material básico precisa estar visível. O cliente entrou no estacionamento e tem que perceber que vendemos esse tipo de material. Mesmo que ele não esteja naquele momento da obra, um dia ele vai precisar e vai se lembrar que temos. O material básico dentro da loja tem que ter quantidade adequada, porque, se um cliente precisa de duas barras de ferro e eu só tenho uma, ele não compra e vai embora. Então, a questão do abastecimento da loja em material básico é fundamental. E os CDs complementam a estratégia para aqueles produtos mais volumosos, que vão ser entregues na casa do cliente com um caminhão. E a Telhanorte tem o compromisso de entregar em até 3 dias úteis", encerra Alexandre Arruk.





CONIBASE
a força regional

A Conibase conta com lojas nas zonas Sul e Oeste de São Paulo, chegando até a Granja Viana, na divisa com Cotia, onde fica a maior loja da rede. Mas uma unidade que merece destaque está na Avenida Eliseu de Almeida, na região do Butantã, zona Oeste de São Paulo, que conta com clientes mais tradicionais, muitos moradores do bairro, que frequentam a Conibase há muitos anos e já sabem que podem encontrar todo tipo de material para construção ou reforma.

A família fundadora é de origem oriental e começou o negócio vendendo tijolo, cimento areia e tinta. A Conibase abriu suas portas em fevereiro de 1989, no Morumbi, com uma pequena loja de 250m² de área de vendas. No balcão da loja, inicialmente, o objetivo era o de suprir as necessidades dos clientes de tintas, cimento, areia, pedra, tijolo, que a empresa coligada, Conibra, não fornecia. Mas a "lojinha" foi crescendo através de um atendimento cordial e personalizado. A área de vendas dobrou de tamanho e o mix de produtos cresceu ano a ano.

"O material básico, a gente não expõe tanto na loja. Fica no depósito", conta Paulo Nacamura, gerente Geral da Conibase. "Este segmento, nesse período de crise, foi o mais foi afetado. As vendas estão mais focadas em reformas. Tem pouco imóvel novo, mas temos um perfil de cliente que é de pequenas construtoras ou pessoas que compram um terreno e contróem 3, 4 casas. Houve uma queda, mas mantivemos um bom volume de clientes. As reformas usam o material básico, mas em pequenas quantidades. Cimento, inclusive, teve uma queda de preço. Indústrias de outros estados começaram a oferecer produtos em São Paulo e se transformaram em concorrentes de empresas, como a

Votorantim, que tem grande distribuição em São Paulo", afirma o gerente Geral da Conibase.
"Nessa loja, da Eliseu de Almeida, pelo espaço físico, temos dificuldades de expor o material básico, como areia e cimento. Tradicionalmente, a Conibase começou seus trabalhos com material básico e tintas. Então, os clientes mais tradicionais conhecem a Conibase por causa desses materiais, mas temos muitos clientes novos que não sabem que nós vendemos material básico. O básico é o início da obra ou de uma reforma", observa Paulo.
O prazo de entrega, de até 3 dias, atende necessidades do cliente que tem urgência e ele pode se surpreender com o material chegando antes do prazo informado.
"Hoje, nós trabalhamos com uma parte de frota terceirizada e uma parte de frota própria. A entrega do material básico tem que ser de acordo com a necessidade do cliente, que sempre pede urgência. Normalmente, o pedreiro pede o material quando já acabou tudo o que ele estava usando naquela obra. Mas conseguimos fazer com que 60% de nossas entregas de material básico seja para o dia seguinte da compra; outros 30% para o segundo dia; e 10% para o terceiro dia. Mas colocamos o prazo de entrega de até 3 dias. Quando você tem venda de acabamento, consegue atender nesse tempo. Com material básico, a nossa experiência mostra que a entrega tem que ser mais rápida. O material básico não tem a situação de escolha. A solicitação do produto ou especificação básica do produto vem do profissional. 95% do material básico são solicitados pelo pedreiro e o cliente chega com uma urgência para a obra não ficar parada", destaca.
"Sempre que um produto estiver exposto, vamos ter maior venda. Nós temos desde material básico até o acabamento. Temos areia, cimento, pedra, ferro, tijolo, blocos… Se tivéssemos um pátio ao lado da loja, venderíamos mais material básico, nossa venda seria muito


Paulo Nacamura, Conibase

maior, porque os clientes estariam vendo esses produtos. Tem gente que passa pela loja e não sabe que vendemos todo tipo de material", acrescenta Nacamura.
Há produtos no segmento de material básico que podem ser vendidos ensacados ou a granel, mas a loja precisa de um espaço maior. "Nós temos os produtos a granel na unidade da Granja Viana, próximo ao km 26 da Raposo Tavares, com a loja em apenas um piso, onde temos uma área bem maior para trabalhar. Mas a maior venda de material básico é na loja do Butantã, onde os detaques ficam para pisos e revestimentos. Por isso que eu falo que a exposição é importante. Nessa loja, com piso único e espaço maior, temos como expor melhor os pisos. Na loja do Butantã, com dois pisos, temos dificuldades de fazer o cliente vir ao primeiro andar, onde ficam os pisos e materiais de acabamento. Então, reforço a importância da exposição dos produtos", explica.
Além disso, Paulo destaca que, caso os produtos do segmento de material básico estivessem expostos em um pátio na loja do Butantã, o volume de vendas poderia ser até 5 vezes maior. "Nem todo material básico a gente tem para retirada aqui na loja, como ferro, por exemplo. Por isso que eu falo que, se tivéssemos um depósito aqui, nossas vendas seriam em um volume muito maior", completa.
As obras da Linha 4 – Amarela, do Metrô de São Paulo, não interferiram no movimento da Conibase, que fica bem próxima da futura estação Vila Sônia, cujo pátio do metrô fica quase em frente à unidade Butantã da Conibase. "Ainda não ajudou. A estação mais próxima, a Butantã, ainda fica muito longe. A expectativa é que, quando a estação Vila Sônia estiver pronta, aumente o movimento. No momento, ainda não sentimos crescimento por conta disso", encerra Paulo Nacamura.

> *Este segmento, no período de crise, é o mais afetado. As vendas estão mais focadas em reformas. Tem pouco imóvel novo, mas temos um perfil de cliente que é de pequenas constutoras ou pessoas que constróem 3, 4 casas.*
>
> Paulo Nacamura, Conibase



CENTER TUDO
localização é tudo

A Center Tudo, localizada na rua Rocha, no bairro da Bela Vista, em São Paulo, construiu uma história a partir de 1989, que ultrapassou gerações e ajudou muita gente na hora de construir ou reformar com praticidade, rapidez na entrega e parceria com moradores da região, que sempre ajudaram a ampliar o alcance das vendas da loja com o boca a boca, bem como geraram a necessidade de ampliação do local. As indicações de clientes que sempre destacaram os serviços e benefícios oferecidos pela Center Tudo também chegam aos porteiros, zeladores e síndicos dos prédios não apenas da região onde fica a loja, mas também em regiões vizinhas, como os bairros de Higienópolis, Pacaembu, Paraíso e Vila Mariana. Ao disponibilizar produtos em todos os segmentos, o destaque da Center Tudo é oferecer material básico, tanto em grandes quantidades como em pequenos volumes. Com as mudanças impostas pela prefeitura na regulamentação dos VUC (Veículos Urbanos de Carga), outro desafio foi a adequação aos meios de locomoção e entrega por veículos que pudessem circular pela região central da cidade sem restrições, mantendo todos os prazos.

"Aqui, o cliente sabe que vamos cumprir os prazos,

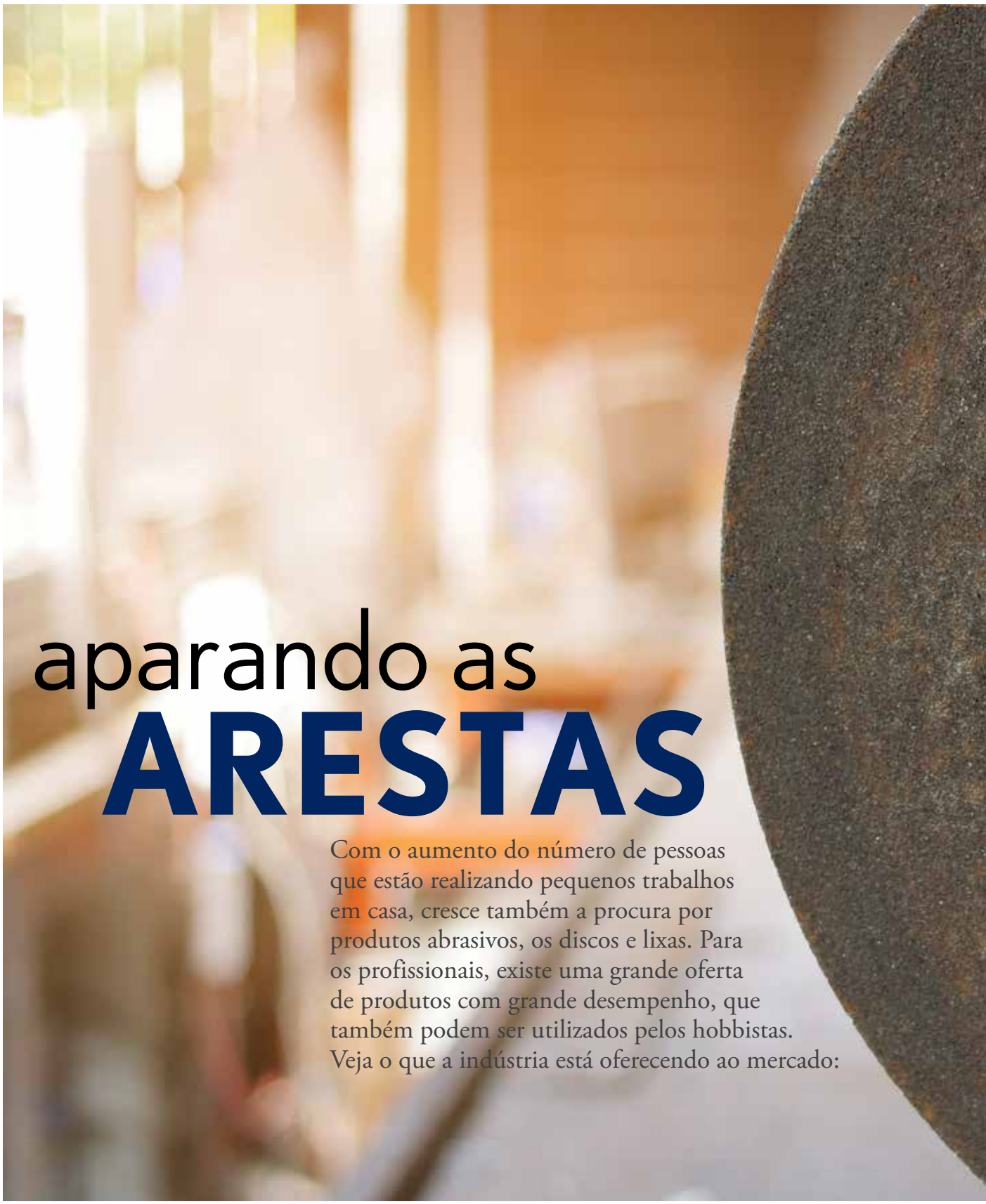
porque ele negocia isso com o dono", afirma Giovanni Chioccola, gerente de Compras e um dos sócios, que faz questão de cuidar de tudo, sempre por perto. "Eu e meu sócio compramos a loja dos nossos pais, que já não tinham condições de cuidar de tudo. Desde então, estamos tocando o negócio. Tivemos que nos adequar com algumas mudanças, que geraram um alto custo em um curto prazo, como o caso dos caminhões, que não podem mais circular na cidade durante o dia. Primeiro, não podíamos circular por causa do horário. Muitos dos nossos clientes moram em condomínios. Antes, eu trabalhava com areia a granel e descarregava na calçada, era normal. Agora, trabalho com areia em saquinhos e tive que mudar a minha frota. Tivemos que comprar um caminhãozinho pequeno, VUC, e uma picape, e isso gerou um aumento de custo. O que eu fazia em uma entrega, agora tenho que fazer 4 viagens para cumprir o prazo com os clientes. Mas também houve uma vantagem. Esses caminhões menores conseguem autorização para entrar em condomínios, por exemplo, por seu tamanho, ocupando uma vaga na garagem para descarregar o material, como areia, cimento, tijolos, entre outros itens. Não descarregamos mais material na rua. Eu facilito para o meu cliente. Em um home center, você precisa contratar a entrega à parte. E esses caminhões não podem entrar nos condomínios, até mesmo pelo tamanho que eles têm. Com a Center Tudo, temos essa vantagem para o nosso cliente", acrescenta. "Isso gera uma aproximação com o cliente na hora da venda", completa.

Quanto às compras, os fabricantes de materiais pesados costumam entregar à noite ou a Center Tudo retira nos depósitos das fábricas, quando são pequenos volumes.

Outro fato estratégico é a Center Tudo contar com duas entradas, uma na rua Rocha e outra na rua de trás, a Cardeal Leme. "Na parte de trás, é onde sai a expedição e fica armazenado o material pesado, como areia, cimento, tijolos, entre outros. Mas há materiais que as próprias pessoas retiram na loja, dependendo da quantidade", comenta. "Se você considerar que eu tenho tijolo a 500 metros da avenida Paulista, olha o custo agregado desde tijolo. Mas eu tenho aqui na loja. Se esse imóvel não fosse meu e tivesse que pagar aluguel, ficaria bem mais difícil. Talvez eu nem estaria aqui. Apesar disso, eu não cedo o imóvel para alugar. Aqui é onde eu construí a minha vida", destaca, relembrando os clientes de longa data. "Para ir para um bairro, é complicado. Aqui é numa região central, que facilita atender diversas regiões. O acesso é fácil até para quem não tem carro, seja para fazer um pedido, um orçamento ou realizar a compra. Também fazemos algumas vendas e contatos por e-mail e a pessoa recebe no local. Oferecemos, inclusive, a maquininha de cartão. Essa proximidade que temos por causa da localização facilita para a gente cumprir o compromisso com data e horário de entrega. Trabalhamos com tudo informatizado e acompanhamos o mercado. Tem gente que pequisou em lojas de grandes redes de home center e acaba comprando aqui, pois conseguimos fazer um bom preço", acrescenta.


Giovanni Chioccola, gerente de Compras Center Tudo

O treinamento dos funcionários é primordial para manter as vendas e ajudar clientes que nem sempre receberam orientação correta em outro ponto de venda. "Temos uma carteira grande de condomínios na região ou até mesmo fora da região, para quem oferecemos facilidades e bom preço. A área de material de construção precisa de ter um conhecimento razoável. Muitos consumidores não entendem nada, não sabem trocar uma resistência de chuveiro, por exemplo. Mas há profissionais que ainda não conhecem alguns produtos, porque são novos, e você precisa passar uma orientação correta sobre aqueles produtos que, muitas vezes, são mais baratos e têm o mesmo resultado final. Quando a pessoa vai trocar um encanamento, a gente orienta sobre os diversos materiais que vai precisar. Informamos, inclusive, a quantidade aproximada de material que o cliente vai precisar, de acordo com a obra que ele vai fazer. Você não pode deixar o cliente sair daqui para comprar em outro lugar. Então, o que não temos na loja, temos um fornecedor de confiança para poder atender toda a demanda da região. Aqui, a maioria é de reformas, puxadinhos, ajustes, e prédios, que dão muita manutenção. A construtora entrega o prédio no esqueleto e cada um faz do seu jeito. Cada prédio que entregam, precisam de muitos itens. O mercado gira em torno disso também", encerra.



aparando as ARESTAS

Com o aumento do número de pessoas que estão realizando pequenos trabalhos em casa, cresce também a procura por produtos abrasivos, os discos e lixas. Para os profissionais, existe uma grande oferta de produtos com grande desempenho, que também podem ser utilizados pelos hobbistas. Veja o que a indústria está oferecendo ao mercado:



BOSCH

"A linha de abrasivos da Bosch é uma das mais amplas do portfólio, que possui desde abrasivos de corte e desbaste até uma gama completa de abrasivos flexíveis. Na linha de corte e desbaste, o item que mais se destaca é o disco Expert for Inox de 1,6 mm. Já na linha de abrasivos flexíveis, a Bosch vem se destacando com os produtos da marca Sia. O Sianet 7900 é o disco de lixa com velcro com uma das melhores performances em absorção de pó existentes no mercado. No geral, os produtos Bosch têm material explicativo na embalagem e alguns até contam com vídeos no youtube", explica Natalia Gonçalves, responsável pela Linha de Acessórios da Bosch Brasil.

Lojistas: "Pesquisas indicam que uma das razões para o usuário ir ao PDV é justamente o interesse em ver as novidades com mais detalhes, portanto, a loja que sempre tem lançamentos expostos no ponto de venda consegue atrair mais usuários e, desta forma, alavancar as vendas."

Exposição: "Cada vez mais, o usuário quer encontrar a solução completa no PDV e este é um dos diferenciais da Bosch. Além de oferecer os acessórios, temos também os mais diversos equipamentos. Por esta razão, buscamos orientar que a exposição dos acessórios esteja próxima da máquina correspondente. Para exemplificar, quando se trata do disco de corte, o ideal é expor ao lado das esmerilhadeiras, já os discos de velcro, ao lado das lixadeiras."

Expectativa: "Acreditamos que o ano de 2017 será muito parecido com 2016. Contudo, a expectativa é que o resultado seja ao menos mais positivo em comparação ao ano anterior. O setor industrial permanecerá em um período de ajustes, mas o varejo seguirá um curso de crescimento. A Bosch seguirá trabalhando na expansão de suas atividades e desenvolvimento de novos produtos, com o objetivo de cada vez mais atender as necessidades dos usuários e também para estar próxima do cliente."

A Bosch Titan é a mais nova serra mármore do mercado. Totalmente desenvolvida no país, desde a concepção até a fabricação, e com diferenciais inspirados na realidade de manuseio do equipamento pelos profissionais para solucionar aspectos que interferem no rendimento dos trabalhos, a ferramenta conta ainda com tecnologia inovadora, que resultou no depósito de duas patentes: chave de troca de disco e ajuste de placa-base.

A serra mármore tem um nome forte – Titan – porque é a ferramenta mais potente da categoria, com 1500W, sendo ideal para enfrentar os diferentes desafios de pedreiros, marmoristas, azulejistas, encanadores, eletricistas, instaladores de cerâmica, empreiteiros, reformadores, entre outros. O equipamento também proporciona maior alcance para cortes em virtude do design da placa-base, que é de fácil ajuste e não requer uso de chaves. Além disso, para mais possibilidades de aplicações, o componente é ajustável de 0º a 45º.

"Nosso objetivo é ser uma parceira preferencial dos profissionais, assim, investimos em novas tecnologias para oferecer ao mercado produtos modernos e que proporcionem mais conforto, segurança, agilidade e melhor desempenho", explica Shandrus Hohne de Carvalho, diretor de Marketing da América Latina.

A Bosch Titan está disponível no mercado em dois modelos – GDC 150 (com três versões) e GDC 151 (com quatro versões).

VONDER

"A linha de Abrasivos da Vonder é expressiva e premiada, oferecendo excelente performance e durabilidade com um acabamento de primeira para os mais diferentes trabalhos profissionais na construção civil, marcenaria e indústria em geral. Entre os produtos oferecidos pela marca, estão as lixas em folha, discos de lixa, rodas de lixa, esponjas abrasivas, rodas de feltro, rebolos, pedras para afiar, além dos premiados discos de corte, discos de fibra para desbaste, discos de desbaste, discos de corte diamantados, entre outros, que proporcionam os melhores resultados no trabalho profissional e, por isso, o reconhecimento do mercado", diz Elisângela Durães, gerente de Marketing do Grupo OVD.

Um dos destaques da linha são os Discos de Corte Diamantados Vonder, que oferecem maior precisão, desempenho e durabilidade nos cortes e acabamentos. Compõem a linha os discos de alta performance XLD, com alto desempenho e maior concentração de diamante. São modelos diferenciados, ideais para o corte de porcelanatos, acompanhando



Produtos Bosch

Produtos Diamon Bears

Produto Famastil

QUEM COMPARA QUALIDADE
SEMPRE PEDE LAMESA



INMETRO TÜVRheinland OCP 0004 QUALIFIO

MAIS SEGURANÇA
E TRANQUILIDADE
PARA SUA OBRA

LAMESA
FIOS E CABOS ELÉTRICOS

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

LANÇAMENTO EXCLUSIVO

LINHA PRO CENSI



Ref.: 9001





MASTER FLUX PRO CENSI. TECNOLOGIA QUE GERA NOVAS POSSIBILIDADES.

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

SUPER COMPACTO
Design compacto que facilita manutenção

PORCA RÁPIDA
Exclusiva porca com engate rápido, fixa sem ferramentas

FÁCIL DE INSTALAR
Não precisa desmontar a caixa acoplada

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

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

censisistemas

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

CENSI
Sistemas hidrossanitários



Produtos Fixtil



Produtos Norton

uma tendência atual em acabamento de revestimento na construção civil. Os modelos anel contínuo, corte refrigerado, estão disponíveis nos diâmetros 110mm, 200mm e 250mm, especialmente indicados para o corte de porcelanatos e cerâmicas duras. As embalagens são funcionais e autoexplicativas, auxiliando o consumidor a entender a melhor opção de acordo com suas necessidades de uso. Para facilitar a exposição no ponto de venda, oferece também o Expositor para Discos Diamantados, que auxilia na comunicação visual, oferecendo organização e praticidade.

Lojistas: "A linha de discos e abrasivos é fundamental em diversas atividades profissionais, como a construção civil, marcenaria e indústria em geral, com produtos que compreendem desde o alicerce até o acabamento de projetos e obras. Por isso, são itens de alto giro no PDV, com excelentes resultados a quem comercializa. Para alavancar ainda mais a saída desses produtos, uma das estratégias é propiciar sempre a venda de itens complementares, como as ferramentas elétricas ideais para uso com esses acessórios, como, por exemplo, as lixadeiras e serras mármores, oferecendo sempre itens com alto desempenho ao consumidor, atendendo as necessidades de quem procura um produto de ponta para realizar seu trabalho", finaliza Elisângela.

DIAMAN BEARS

Produtos: "Temos o disco 110mm Evolution Porcelanato e Turbo Pro. Possuem como diferencial maior velocidade no corte, melhor acabamento e maior durabilidade. As embalagens da Diaman Bears são todas autoexplicativas", explica Patricio German Diaz, encarregado Administrativo da empresa.

Diferenciais: "Produtos diferenciados de acordo com a utilização de cada usuário, produto feito para atender aos mais específicos clientes."

Exposição: "Em lugares de trânsito (passagem) e em setores de acabamento."

Mercado: "Acreditamos na retomada de crescimento, retorno ao mercado e conscientização da utilização de produtos genuinamente brasileiros."

FAMASTIL

"Nossos principais destaques são os discos de corte liso, turbo e segmentado. As explicações básicas contam na embalagem, pois quem compra e utiliza esse produto já sabe trabalhar com ele", explica Giuliano Tissot, diretor da Famastil.

Exposição: "O ideal é ter sempre uma boa exposição na loja. Cuidando para o produto não sair da embalagem e não deixando em lugares úmidos."

Mercado: "Esse será um ano complicado para o nosso varejo, porque o lojista vai pesquisar muito os preços antes de efetuar a compra e irá comprar apenas o que realmente necessita para sua loja."

FIXTIL

Buscando soluções inteligentes para pedreiros, azulejistas, marmorarias e construtoras, a Fixtil incluiu em seu mix de produtos novos modelos de discos de cortes, apresentados em embalagens com novos layouts e direcionados para variados segmentos.

Destaques: Corte inox. Indicado para cortar inox e metais em geral. Disco de corte segmentado: Seco ou refrigerado, indicado para cortar mármores, granitos, pisos cerâmicos, azulejos e ardósias. Disco de corte turbo: Seco ou refrigerado, indicado para cortar mármores, granitos, pisos, pisos cerâmicos, azulejos, ardósias etc. Disco de corte turbo porcelanato: Seco ou refrigerado, indicado para cortar porcelanatos e pisos cerâmicos. Serra vídea, utilizado para corte de madeiras em geral. Serra aço carbono, para corte de madeiras leves, fórmicas, compensados e aglomerados etc.

"Todos os discos de corte da Fixtil são fabricados com metal diamantado, utilizados com o auxílio de uma serra circular elétrica, para corte a seco ou refrigerado à água e direcionados para pedreiros, azulejistas, marmorarias, lojas de material de construção, construtoras etc.", informa Adriana Lopez, gerente de Marketing.

Diferenciais: "Fabricados com material de alta resistência para suportar perfurações em superfícies de alta dureza, respeitando as normas de qualidade deste produto no mercado e indicadas para tarefas realizadas em metal, inox, porcelanato e concreto. A empresa criou rótulos autoexplicativos nas suas embalagens de discos, contendo informações necessárias para auxiliar os clientes sobre a forma de utilização dos produtos."

Exposição: "Os discos e serras da Fixtil são expostos no

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.



PACETTA
QUALIDADE EM FERRAMENTAS

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

setor de ferramentas dos hipermercados, mas também poderão ser expostos próximos de produtos correlacionados, como as serras e ferramentas elétricas. Promovemos e participamos de ações de marketing para beneficiar os lojistas e, indiretamente, os seus clientes."

LIXAS TATU

A GK Abrasivos, detentora da marca Lixas Tatu, oferece ao mercado um portifólio completo de abrasivos revestidos que atende uma ampla variedade de segmentos, desde a construção civil, passando pela indústria moveleira, reparação automotiva e metalurgia, e elege como produto de destaque a lixa K-296 Ferro/Aço Trionite.

"Este produto é indicado para uso em superfícies metálicas em geral, remoção de ferrugens e tintas aplicadas em metais e desbaste de massa plástica, tendo excelente performance quando de sua utilização, visto que tem bom desempenho e rendimento, sem perda de grão. Considerado um produto de ótima relação custo/benefício. Com embalagem autoexplicativa em três idiomas (português, inglês e espanhol), tem todas as informações necessárias ao revendedor/consumidor, desde a indicação de uso até condições de armazenamento. Destacamos ainda que a GK Abrasivos é uma empresa certificada pela ISO 9001, onde garante, através do Sistema de Gestão da Qualidade, processos padronizados objetivando produtos de qualidade", informa Giovana Tavares, coordenadora de Marketing.

Lojistas: "Entendemos que o produto pode alavancar as vendas dos lojistas a partir do momento que são bem especificados junto aos balconistas, visto que são eles os formadores de opinião para a concretização da venda. É claro que a exposição no PDV de forma atrativa é muito importante, em locais estratégicos, onde remeta à lembrança de necessidade do produto, mas, alinhado a isto, é preciso o entendimento sobre a correta utilização do produto e relação custo/benefício. A Lixas Tatu investe continuamente em treinamentos, ações de Dia D, blitz junto aos revendedores, tudo objetivando aumentar presença de marca e, consequentemente, volume de vendas."

Exposição: "A exposição do produto deve ser feita de forma a remeter a lembrança de necessidade do produto, sendo em prateleiras confeccionadas pelos revendedores ou expositores. É importante ressaltar sobre a correta maneira de acondicionamento do produto."

Mercado: "A expectativa de vendas para 2017 é otimista, onde acreditamos ser um ano de recuperação no nosso setor. Manteremos nossos planos de investimentos para 2017 e, como nos preparamos em 2015/2016, temos plena condição de atendimento da demanda, com o reaquecimento das vendas, considerando produtos de qualidade e entregas dentro do prazo, garantindo, assim, a satisfação dos nossos clientes."

NORTON

"A Norton tem em seu portfólio uma linha completa de lixas que contam com uma grande variedade de grãos, os quais permitem que sejam utilizadas em todas as etapas dos processos de acabamento e pintura imobiliária: desde o desbaste mais pesado até o acabamento final. Especial destaque para a lixa Massa – A257, que é indicada para o lixamento de paredes, remoção de resíduos de massa, tintas e vernizes. Ela nivela superfícies, acabamentos de gessos, massa fina e corrida. São também destaques, as lixas Ferro K246 e Madeira A237. Além das lixas manuais, a Norton conta com uma linha de Flap Discs com lixas de alta tecnologia, que são indicados, entre outros, para operações de remoção de pinturas velhas. O modelo Classic, por exemplo, possibilita que tanto as operações de desbaste como as de acabamento sejam realizadas sem a troca de ferramentas ou de discos.

Todas as lixas Norton possuem cores diferentes, por aplicação. Em seus costados, estão disponíveis os respectivos nomes e grãos, o que facilita na identificação e escolha do produto. Podem ser utilizadas em lixamento manual ou com lixadeiras vibratórias", diz Mónica Alvarez, gerente de Marketing Construção Norton.

Destaques Norton em Discos: Abrasivos (Multicorte) e os Diamantados (PRO e Classic).

Os Discos Multicorte Norton cortam até seis tipos de materiais e são indicados para construtores, instaladores, serralheiros e usuários em geral que trabalham com azulejos, pedras decorativas, PVC, aço, inox e alumínio. Multifun-



Produtos Sim Ferragens

Produtos Vonder



Produtos Starrett



Produto Western

cionais, eles têm diâmetros de 115 e 180mm e espessuras de 1,0 e 1,6mm e devem ser usados em esmerilhadeiras portáteis. Destacam-se pelo corte sem contaminação, pela estabilidade, redução de ruídos na operação e por evitar o desperdício de material. Estão em conformidade com as exigências da Norma Europeia EN12413 e da NBR15230 da ABNT (Associação Brasileira de Normas Técnicas). É embalado em caixa display, com 25 peças, que auxilia na exposição do produto.

Dentre os Discos Diamantados da Norton destacam-se os das linhas PRO e Classic. Os discos diamantados PRO estão disponíveis nas medidas de 110mm, 180mm e 230mm. São fabricados com moderna tecnologia mundial de sinterização e estão disponíveis nas versões Contínuos: para cortar pisos cerâmicos, ardósia, azulejos e porcelanatos; Turbo: para cortar mármores, granitos, pedras decorativas e alvenaria e os segmentados para cortar concreto, alvenaria, tijolos e telhas. Podem ser utilizados tanto em operações de corte a seco quanto em operações de corte refrigerado, independentemente do material a ser cortado. Já os da linha Classic são indicados para operações mais leves na construção civil. Estão disponíveis na medida 110mm.

Vendas: "É política da Norton manter uma grande proximidade com revendedores e distribuidores de maneira que a comunicação com esses parceiros nos permite entender as suas necessidades quanto ao mix de produtos que comercializam e dar apoio logístico e estratégico para o crescimento do seu negócio. Para isso, investimos em programas de marketing e de relacionamento. Há ainda que se considerar que os nossos produtos são inovadores e garantem produtividade e versatilidade. Oferecemos às revendas treinamentos locais ou através de nossos centros de excelência nas fábricas, fator este que também contribui com o lojista na alavancagem das vendas."

Exposição: "Os produtos devem estar organizados por marcas e aplicações para aproveitar a sinergia entre as categorias. Além disso, é fundamental trabalhar com materiais de merchandising (displays, cross-merchandising, testeiras, wooblers, folhetos, bulas explicativas etc.), para lembrar, orientar e estimular as vendas. Para a Norton, é muito importante que os vendedores e os revendedores conheçam os produtos, que tenham sido treinados e capacitados e que saibam quais são os usos, aplicações e benefícios dos itens que estão comercializando. É também estratégico que tenham conhecimento sobre questões que envolvam manutenção e que saibam que, além de seguros, foram desenvolvidos levando-se em consideração o respeito à saúde de quem vai utilizá-los e ao meio ambiente."

Mercado: "Considerando as perspectivas econômicas apontadas pelo mercado para 2017, estamos mantendo nossos objetivos e acreditando em uma recuperação, mesmo que lenta, para setor da construção. Nos preparamos para manter a nossa participação de mercado nos setores em que somos líderes e crescer em novos."

SIM FERRAGENS

"O maior destaque da nossa linha são os Discos de Corte, eles superam a média de corte dos discos do mercado. Possuem alto rendimento e o preço foi reduzido, tornando-o produto e muito competitivo", diz Geraldo Souto Carneiro Jr., diretor Comercial da SIM Ferragens.

Lojistas: "Com essa relação custo/benefício do disco de corte, ficam garantidas ao lojista a lucratividade e a satisfação do seu cliente por adquirir um produto de qualidade e preço baixo."

Vendas: "Temos em nossa linha outros produtos que o cliente de disco de corte também se interessaria, como é o caso dos Discos Flap, brocas HSS, discos diamantados, serra copo e alguns produtos químicos mais específicos, como o Veda Calhas e as Travas Químicas Anaeróbicas. Esses produtos, quando indicados, podem despertar o interesse ou a necessidade de compra do cliente sem aplicar a venda casada, que é uma prática ilegal."

Mercado: "A expectativa para 2017 é de crescimento em 50% e obtenção de market share. Apesar da crise, os investimentos não serão reduzidos e o resultado será alavancado pelo lançamento e exposição de novos produtos em feiras do setor moveleiro e de construção. Com essa combinação, temos tido grandes resultados, mesmo em tempos difíceis para o mercado brasileiro."

WESTERN

"A Western possui uma linha completa de Discos de Serra e Diamantados e a novidade para 2017 é que esta linha está crescendo. Esta passa a incorporar em seu mix também a

linha de Discos para Corte e Desbaste. Além disso, assumem o status PRO, ou seja, as ferramentas foram testadas e aprimoradas para atender o segmento profissional", diz Leandro Lima, gerente Nacional de Vendas.

Diferenciais: "Discos de Serra são discos feitos em material de alta resistência, metal duro, tanto para o corpo como para as vídeas, o que garante maior vida útil e precisão no corte. Os Discos Diamantados são, na verdade, um tipo de abrasivo, cujo corte é, na verdade, uma ação que torna menos espesso ou grosso o objeto. Estes são compostos por grãos de diamante fixados no disco através de uma liga metálica a qual chamamos de banda de corte e são eles que, expostos na superfície da banda, desbastam o material. O natural é que com o tempo, a liga metálica desgasta e os diamantes da superfície vão quebrando e sendo eliminados junto com o material cortado. A qualidade de um Disco Diamantado se dá pela análise do rendimento, que se percebe pelo número de metros cortados pelo disco e a universalidade, ou seja, sua competência para atuar em materiais diferentes. E, nestes quesitos, os Discos da Western atendem e satisfazem seu público consumidor, que os utilizam para o corte de azulejo, blocos de concreto, cerâmicas, cerâmicas esmaltadas, concreto, contrapisos, granito, lajotas de cimento, mármores, pedras naturais, refratários, telhas esmaltadas, telhas e tijolos. Nesta linha, agora em 2017, recebemos o Disco Diamantado Contínuo para Porcelanato, que possui mais diamante em sua composição, garantindo maior rendimento, melhor acabamento e universalidade. Ainda prepara superfícies para pintura ou revestimento, dando um melhor aspecto no produto final do trabalho realizado. Este serve para uso geral em metais, aço e aço inoxidável.
Para esta linha, o grande diferencial da Western é que os novos discos foram testados e aprimorados para atenderem o segmento profissional."

Embalagem: "Todos os itens possuem embalagem autoexplicativa com todas as orientações de segurança e utilização. Porém vale ressaltar que são produtos para uso profissional, não é indicado o uso por usuários eventuais."

Vendas: "A linha Western traz para o mercado ótimo custo/benefício de todos os itens de sua linha. Dessa forma, consegue levar aos parceiros excelentes produtos com os melhores preços de mercado."

Exposição: "Oferecemos displays para que nossos clientes consigam expor os produtos da melhor forma e com organização para que os clientes consigam visualizar a linha completa. No geral, esse tipo de acessório deve ficar em dois locais estratégicos, próximo a máquinas (ferramentas elétricas) onde são utilizados, e também próximo aos checkouts ou caixa."

Mercado: "O ano de 2016 foi de grandes desafios e o Grupo Etilux deu início a projetos para revisão dos processos de produção, reformulação e consolidação da linha e também ajustes estratégicos para o fortalecimento das marcas no mercado.Toda essa mudança foi bem recebida e os resultados foram satisfatórios mesmo em um cenário de crise. Para 2017, a empresa está empenhada em trazer novidades que irão continuar a contribuir para o nosso crescimento."

STANLEY BLACK & DECKER

Destaques: "A Stanley Black & Decker, empresa líder global na venda de ferramentas elétricas, manuais e acessórios, comercializa no Brasil abrasivos através das marcas Stanley e Dewalt. Os abrasivos da Stanley são direcionados para diversas revendas que atendem o varejo e o canal profissional; já os abrasivos da Dewalt



A MAIS COMPLETA

LINHA DE CAIXAS D'ÁGUA E TRATAMENTO DE EFLUENTES EM POLIETILENO E FIBRA DE VIDRO DO BRASIL!



Fredericо Westphalen - RS
Campo Grande - MS
Tauá - CE
Joinville - SC
Marco - CE

facebook/bakoftec
www.bakof.com.br
55 3744 9900

BAKOF TEC®



Paulo Pena, Stanley Black&Decker

são direcionados ao mercado industrial. Ambas as famílias de produtos têm um excelente reconhecimento pelos usuários e lojistas devido às boas performances. Todos os produtos passam por rigorosos controles de qualidade e possuem o certificado OSA (Organization for the Safety of Abrasives), da Alemanha. Em nosso portfólio, temos produtos como: Stanley – STA8070: Disco de corte fino multimaterial de 1mm 4 1/2" - ideal para corte inox, tubos PVC, alumínio, ferro e concreto com um mesmo disco. Stanley – STA8061B: Disco de corte fino de 1mm para inox - essa versão traz o clássico disco de corte fino Stanley em uma embalagem do F.C. Barcelona. Dewalt – DW8062-AR: Disco de corte fino inox de 1.2mm - recomendado para uso industrial em máquinas de 4 ½". Proporciona alto desempenho na linha de produção. Ideal para aplicação em inox e metal. Dewalt – DW8065-AR: disco de corte fino inox de 1,6mm - recomendado para uso industrial com esmerilhadeiras de 7". Ideal para aplicação em inox e metal", informa Paulo Penna, gerente de Marketing de Acessórios da Stanley Black & Decker.

Vendas: "Devido ao alto giro, os discos abrasivos de corte e desbaste, além dos discos Flaps, são bastante utilizados. O lojista deve se preparar para essas demandas, oferecendo portfólio e estoques adequados de produtos para os seus clientes. As margens que são possíveis com abrasivos são bem interessantes e os volumes podem ser realmente expressivos. Outra tática bastante comum é que o lojista busque associações com indústrias locais ou até de outras localidades. A nossa empresa tem o papel de fomentar o consumo dessas indústrias locais, através de equipe técnica focada na indústria, assim, gera venda para os lojistas."

Exposição: "Vale ressaltar que os abrasivos por natureza requerem boa acomodação, bom manuseio e transporte adequado. Esses pontos são muito importantes para evitar que os discos fiquem expostos a possíveis fissuras, o que pode causar problemas durante o uso nas ferramentas elétricas. Há expositores específicos de centro de loja que ajudam a agrupar os produtos e facilitar a vida do comprador. Essa é uma maneira bem prática e usual. Se a loja possui um espaço maior, com prateleiras, vale dedicar algumas partes para a exposição. Agrupando por tamanho, aplicação, marca e preço."

Mercado: "Acreditamos na retomada em alguns setores que estão diretamente ligados ao consumo de abrasivos, como alguns segmentos de indústrias e construção. Apostamos num crescimento de 10% a 15% para 2017.

STARRETT

"Podemos destacar os Discos Diamantados contínuo, segmentado e turbo. Seus principais diferenciais são as embalagens, individuais ou em kit encartelado com três discos. Todas as embalagens contêm explicações de uso e segurança", diz Antônio D'Angelo, gestor de Produto.

Lojistas: "As embalagens são diferenciadas para atacado e varejo. Os preços são competitivos e os produtos têm excelente rendimento de corte para os usuários. Todo o processo de vendas é amparado pelo nosso suporte comercial e técnico, além de oferecermos programas de incentivos de marketing para ajudar no sell out."

Exposição: "Os produtos são preparados para o autosserviço e podem ser expostos em gancheiras e displays diversos."

Mercado: "A Starrett é uma das empresas líderes mundiais na fabricação de serras, ferramentas e instrumentos de medição, com um portfólio de mais de cinco mil produtos produzidos no mundo. No Brasil, a expectativa é de crescimento exponencial, com a retomada do mercado a partir do segundo semestre, a baixa dos juros e os novos programas de incentivo e crédito na área da construção civil."


Antônio D'Angelo, Starrett

ALI CNPq SEBRAE

Empresa selecionada do Programa ALI - Agentes Locais de Inovação.

Tecnologia com inovação.

Solidificando a marca que mais entende de rejuntamentos: Collore.





Único rejuntamento acrílico em pó monocomponente do Brasil. Altamente recomendado para áreas molhadas, especialmente piscinas e saunas.

Rejuntamento **Antimicrobiano.** Não mancha e protege sua casa de bactérias, fungos e mofos.



Prátiko
ARGAMASSAS ESPECIAIS

Collore
REJUNTAMENTOS ESPECIAIS

Para saber mais sobre nossos produtos inovadores, acesse: **www.pratikoargamassas.com.br**

DISFLEX

"A Disflex tem como seu produto de destaque, os discos de corte extra finos de aço carbono e Inox. São discos desenvolvidos para alto desempenho e custo acessível! Suas embalagens facilitam o manuseio e garantem a qualidade do mesmo durante o armazenamento. Os discos de lixa pluma, permitem um acabamento espetacular com baixo custo e com mínimo esforço do operador. São extremamente fáceis de se trabalhar e muito versáteis!", informa João Carlos Donato Junior, diretor Comercial.

Lojistas: "Hoje o consumidor busca além de preço, a comodidade de comprar tudo que precisa em um único lugar, reduzindo sua perda de tempo em procurar o que precisa em lugares diferentes. Portanto, hoje é muito importante que o lojista trabalhe com um mix o mais completo possível. Porém é primordial que ele invista em produtos que são considerados de alta procura para atrair o maior número de clientes até seu estabelecimento. Esses produtos "chave" são os que abrirão as portas para as vendas de itens secundários dentro de sua loja. Neste ponto, ainda acredito que as lojas físicas tenham um papel muito importante no mercado e sempre serão insubstituíveis. A Disflex, tem em sua linha, produtos com ótimos preços para clientes que buscam o custo/benefício, além de oferecer uma enorme gama de produtos na linha de abrasivos e ferramentas, todos com bons indíces de venda e garantia de giro de estoque."

Exposição: "A apresentação é uma forma de atrair o cliente. Neste ponto, a Disflex se preocupa com a visibilidade de seus produtos, além de fornecer expositores que aumentam o contato do produto com o cliente. Esta exposição forçada sempre gera uma demanda maior de produto. Embalagens bem claras que transmitem o potêncial do produto, e sua visibilidade frete ao cliente , são itens que sem dúvida trarão resultados expressivos."

Mercado: "Creio que 2017 será um ano muito conturbado com a situação político-economica nacional e mundial. Teremos muitas mudanças e sairemos ainda mais de nossa zona de conforto."

3M

Desde 1905, a 3M participa do mercado de fabricação de Abrasivos, desenvolvendo ao longo de sua história diversas soluções para os segmentos de construção, reparação automotiva e industrial para lixamento, polimento, acabamento e limpeza. A 3M está presente nas principais categorias de produtos abrasivos tais como Lixa Massa, Ferro, Madeira, Seco e D'água.



Produtos Stanley Black&Decker


Produtos Disflex

"Um dos grandes diferenciais da 3M é a tecnologia de fibras sintéticas com grão mineral abrasivo conhecida como a linha Scotch-Brite convertida em escovas, correias, discos, rodas e folhas. São ideais para uso na construção, reformas e serviços em gerais para limpeza de rejuntes, sujeiras, ferrugem e gesso", diz Fabiane Kubota, Gerente de Trade Marketing do Canal do Varejo Profissional.

"Além disso, a 3M desenvolveu a maior inovação do mercado em abrasivos com a tecnologia do mineral cerâmico microrreplicado Cubitron II, que tem a propriedade de se auto afiar durante o lixamento, aumentando a vida útil da lixa. Temos esta tecnologia disponível em discos Hookit, corte e desbaste, Roloc, correias e lixas", acrescenta.

Lojistas: "A 3M se destaca pelo poder de inovação e a qualidade de seus produtos. São mais de 20 mil itens comercializados que oferecem soluções para todos os tipos de aplicações com a credibilidade da marca 3M. Para o ano de 2017, a 3M espera continuar crescendo e ganhando mercado, acima do crescimento previsto para o mercado de construção de 1,6%."

Exposição: "É indicado sempre manter os abrasivos em local limpo e arejado, dividido na gôndola por aplicação do produto, e é importante que os preços estejam visíveis principalmente quando os produtos são de autosserviço. Para os itens de alto valor agregado como os produtos da linha Scotch-Brite e Cubitron II, sugerimos a exposição dos produtos na altura dos olhos do consumidor para gerar interesse de compra. Nos últimos anos, a 3M fez um forte investimento em material de ponto de venda (PDV) e abrasivos especificamente em displays de balcão para os lojistas. Um trabalho que a 3M vem desenvolvendo também nos últimos anos é o desenvolvimento de embalagens que facilitem na exposição do produto e autoexplicativa para o consumidor final."

Expectativa: "O crescimento esperado para o ano é de dois dígitos percentuais, pois há todo um plano de trabalho que será realizado na exposição do produto, investimento em comunicação e marca ao longo de 2017."



agora é obrigatório:

LÂMPADAS LED DEVEM SER CERTIFICADAS

Nos últimos anos, temos percebido uma grande mudança nos produtos de iluminação em função da nova tecnologia LED. Aos poucos, eles foram aparecendo nas lojas de todo o Brasil, sejam lâmpadas, luminárias, drivers, entre outros, e hoje já possuem local de destaque.

Com tamanha evidência, o INMETRO, com o objetivo de regulamentar o mercado, possibilitando a oferta de produtos de melhor qualidade, publicou a portaria nº 144 de 2015, determinando a certificação compulsória para lâmpadas LED com dispositivo de controle integrado. Isso significa que esses produtos só podem ser comercializados, em território nacional, ostentando o selo de conformidade. Esse selo define que o produto foi avaliado e atende a requisitos técnicos mínimos especificados pelas normas e/ou regulamentos técnicos, bem como apresenta as principais características técnicas verificadas do produto. Nela é possível verificar o logo do INMETRO, juntamente com o logo do Organismo Certificador que realizou o processo de certificação/ avaliação.

As implicações de um processo de certificação são as mais variadas para toda a sociedade e, consequentemente, os lojistas são bastante afetados. Por ser obrigatória a certificação, esse produto passa a ser fiscalizado pelo IPEM (Instituto de Pesos e Medidas), porque a comercialização de produtos regulamentados sem a certificação, ou seja, sem a demonstração de que o mesmo atende aos requisitos técnicos especificados, representa uma irregularidade, punível na forma da Lei nº 9.933/1999.

Diante disso, é importante que os lojistas tomem algumas ações a fim de evitar eventuais autuações, apreensão de produtos, multas etc.

A primeira, tendo em vista que, desde outubro do ano passado, fabricantes e importadores não podem mais comercializar produtos não certificados, é não permitir o recebimento de produtos sem o selo de conformidade em seu estabelecimento. A segunda, é avaliar seus estoques e separar os produtos não certificados dos certificados.

Como os atacadistas e varejistas têm o prazo limite para comercializar produtos não certificados que vai até 12 de julho de 2017, convém que o estoque ainda existente sem certificação seja ofertado antes daqueles que ostentam o selo de conformidade. No caso dos atacadistas e varejistas cadastrados como Micro e Pequenas Empresas, o prazo é até 12 de janeiro de 2018.

Com medidas simples, como estas, se aplicadas corretamente, o lojista diminui possíveis riscos com punições durante as inspeções do IPEM e resguarda seu comércio.

Roberto Vieira de Mendonça é engenheiro eletricista, presidente da comissão de Iluminação da ABRAC (Associação Brasileira de Avaliação da Conformidade) e professor de instalações elétricas da ETEC Jaraguá.



RADIAL



RADIAL 41 anos

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

forusi
metais sanitários

torneira ACQUA sensor

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

A natureza depende de pequenos gestos!

FORUSI 40 anos desde 1975



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



Botão que regula o fluxo de água

monocomando ACQUA

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

linha completa em: www.forusi.com.br



INOVAR é preciso

Nos últimos três anos, vivemos a mais aguda recessão da economia brasileira pelo menos desde 1900 - desde quando há dados disponíveis. Razões para isso não faltaram. Uma das principais foi a falta de políticas econômicas voltadas para estimular a competitividade da economia brasileira. Ainda mais grave, a intervenção crescente do governo nas mais diversas áreas e setores da economia criou em muitas empresas a ilusão de que uma relação harmônica com o governo poderia ser mais importante e lucrativa do que investir em inovação. Triste engano.

Por uma série de razões, que detalho no meu livro recém-lançado **Depois da Tempestade**, salvo o governo Temer mostrar-se incapaz de cortar gastos ou o Brasil ser atingido por uma nova crise global, devemos estar iniciando uma recuperação econômica cíclica muito mais forte do que a maioria imagina. O risco é que, com a recuperação já dando os primeiros sinais de talvez ter começado e devendo se sustentar por alguns anos apenas com a sustentação da recuperação da confiança em função da transição política e ajuste fiscal, mais uma vez, governo e empresas deixem os ajustes de competitividade – os únicos que, ao longo de décadas, efetivamente tornam um país mais desenvolvido e seu povo mais rico e transformam empresas em líderes regionais, nacionais e até globais em seus setores – para lá.

As frentes de combate são muitas, assim como as oportunidades que oferecem aos que conseguirem avançar. Trato deles em muito mais detalhes no **Depois da Tempestade**, do que o espaço me permitiria aqui, mas para dar um pontapé inicial na discussão, selecionei a seguir dois breves trechos do livro que tratam de dois temas que me parecem fundamentais:

1. A necessidade das empresas de focarem e criarem processos, ambientes e incentivos à inovação;
2. Por que a indústria brasileira, em particular, deve entrar em um ciclo de recuperação nos próximos anos, mas ele só será sustentado e sustentável no longo prazo por políticas de incentivo à competitividade e inovação.

Além disso, minha empresa, a Ricam Consultoria, está conduzindo junto a um parceiro uma pesquisa exclusiva com as empresas e profissionais reconhecidos por seus pares como os mais inovadores do país para compreender melhor os processos que permitem e estimulam a inovação.

Em breve, devemos ter novidades.

REPÚBLICA DE BANANAS OU DE INOVADORES?

O termo República de Bananas nasceu para menosprezar países da América Central dependentes deste produto, facilmente manipuláveis política e economicamente. Bananas e outras commodities são produtos ou serviços com pouco ou nenhum diferencial, e que, por isso, podem ser substituídos pelo produto ou serviço oferecido pelo vizinho com facilidade. Cada vez mais profissionais também têm virado commodities.

A aceleração e a rápida disseminação dos avanços tecnológicos têm colaborado para uma comoditização generalizada. No passado, uma empresa que lançava um novo produto desfrutava de uma vantagem competitiva significativa em relação aos concorrentes por mais tempo. Hoje, na maioria das vezes, concorrentes conseguem lançar produtos similares ou melhores em prazos cada vez mais curtos. Um exemplo é a indústria de celulares. Em poucos anos surgiram novos líderes, e líderes pioneiros sumiram ou encolheram substancialmente.

Para evitar a comoditização de seus produtos, as empresas tentam, com níveis de sucesso variáveis, diferenciar produtos muito parecidos, usando detalhes técnicos, cores e formas distintas.

A menina dos olhos dos pregadores da inovação é provavelmente a Apple. Com produtos de uso fácil e design arrojado, a Apple transformou aparelhos eletroeletrônicos em objetos de desejo e status. Ainda assim, a própria Apple tem sentido cada vez mais a mordida da concorrência, que não só copia suas inovações, mas acrescenta outras.

Inovar sempre é preciso; hoje, ainda mais. De 2004 a 2010, a economia brasileira expandiu-se a um ritmo médio de 5% a.a. incorporando mão de obra ao mercado de trabalho e usando mais a infraestrutura existente. De lá para cá, estes fatores produtivos se esgotaram e nosso ritmo médio de crescimento desceu para 2% a.a. até 2013 e tornou-se negativo desde então. Para crescer de forma acelerada não basta colocar mais gente para trabalhar. O desafio agora é produzir mais sem mais gente. Em resumo, não só está cada vez mais difícil manter diferenciais em relação à concorrência, mas sem estes diferenciais, as empresas instaladas no Brasil estão condenadas a crescer menos.



A solução é inovar. Pode ser na forma de atender o cliente. Seja um produto ou um serviço, toda empresa oferece uma solução para uma necessidade de seu cliente. Como melhor suprir esta necessidade? Mude a forma de encarar seu próprio negócio. Por exemplo, em 1987 a Brasilata, uma empresa de embalagens, implantou um programa pedindo sugestões de melhorias a todos os seus funcionários, que passaram a ser vistos como "inventores". Em 2008, cada inventor propôs, em média, 145 melhorias.

Está pensando que esse papo de inovar vale só para as empresas, não para você? Pense mais um pouco. A alta dos salários nos últimos anos levará as empresas a substituir funcionários por máquinas, agora mais baratas, o que somado a um crescimento econômico mais lento deve elevar a taxa de desemprego.

Qual o seu diferencial? O que você faz melhor do que os outros? O que o torna único aos olhos de quem o contrata? Por exemplo, segundo meus clientes, no meu caso é a capacidade de transformar conceitos econômicos complexos e que parecem distantes do dia a dia das empresas em algo simples e que as ajuda a desenvolver estratégias que as tornam melhores do que seus concorrentes. Descobriu o seu? Não? Então, pesquise, prepare-se, estude, vá à luta e arranje um bom diferencial. Você não quer virar banana, quer?

INDUSTRIAIS DO BRASIL, UNI-VOS!

A produção da indústria hoje está de volta aos níveis de 2006.

O mau desempenho recente da indústria pode surpreender, dada a forte alta recente do dólar, que chegou a atingir R$4,20, que deveria estimular nossas exportações e reduzir as importações. Já notamos um impacto nas importações. O impacto nas exportações, no entanto, é bem mais lento porque as empresas brasileiras precisam retomar mercados e contratos que perderam quando seu preço de exportação estava muito elevado, no período de dólar baixo. Isto leva tempo.



Mais grave do que isso, ao contrário do que se imagina, a produção da indústria costuma cair quando o dólar sobe, aliás como acontecerá neste ano, e crescer quando o dólar cai. Isto é contraintuitivo porque um dólar mais alto torna nossas exportações mais competitivas e os produtos importados mais caros, favorecendo a indústria nacional.

O problema é que, no Brasil, a taxa de câmbio se valoriza – isto é o dólar cai – quando a economia vai bem, a confiança está alta e as vendas internas da indústria estão fortes e ela se desvaloriza – isto é, o dólar sobe – quando acontece o contrário. Como a economia brasileira é muito fechada, o impacto das vendas internas é predominante. Por consequência, por incrível que pareça, a indústria costuma ter desempenho melhor em momentos de dólar em queda e pior em momentos de dólar em alta.

A questão é que este processo tem limites. Quando o dólar está muito baixo e a competitividade da indústria brasileira também, mesmo um mercado interno forte não garante um bom desempenho da indústria porque parcelas cada vez maiores da demanda interna passam a ser supridas por importações, não beneficiando nossa indústria.

O reverso ocorre quando o dólar fica muito alto, como recentemente e começa a cair, como nos últimos meses. Neste caso, a indústria consegue aproveitar-se da melhora do mercado interno, que normalmente acompanha movimentos de dólar em queda. É bastante provável que vejamos este processo ao longo dos próximos anos, como aliás, aconteceu tanto após a desvalorização do Real de 2002/2003, quanto à de 2008/2009.

Isto tudo para dizer que os problemas que afetam a competitividade hoje, como em 2013 – desde quando as dificuldades da indústria começaram a se agravar - não estão ligados ao nível da taxa de câmbio, mas a problemas estruturais da economia brasileira – custo trabalhista elevado, baixa produtividade da mão de obra, imposto excessivos, infraestrutura ruim, ambiente de negócio desfavorável etc – mas ao contrário de 2013, um dólar alto hoje e provavelmente em queda nos próximos anos, dá ao Brasil a possibilidade de cuidar destes ajustes nos próximos anos em um ambiente de desempenho da indústria bem mais favorável do que tivemos nos últimos anos.

Isto não é, em hipótese alguma, razão para postergar estas reformas. Aliás, se as tivéssemos feito antes, não teríamos tida a desindustrialização do país que acabamos vivendo nos últimos anos.

Ricardo Amorim é autor do bestseller Depois da Tempestade, apresentador do Manhattan Connection da Globonews e presidente da Ricam Consultoria.

15 ANOS

EXPO REVESTIR

07–10 Março 2017

Transamerica Expo Center
São Paulo, Brasil

A Fashion Week da Arquitetura e Construção

exporevestir.com.br



Promoção

ANFACER

Apoio

ApexBrasil

Eventos Conjuntos

forum

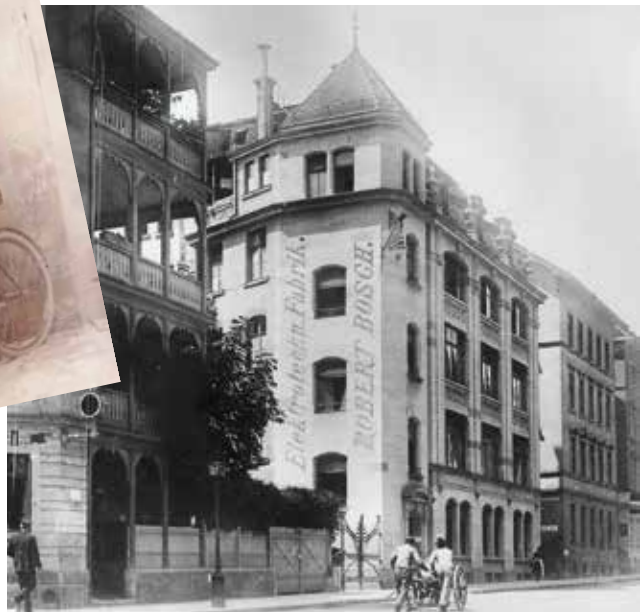
TECNARGILLA BRASIL

Organização

informa exhibitions

design ps.2





130 anos de BOSCH no mundo

Empresa alemã tem mais de 370 mil colaboradores em todo o mundo e a Robert Bosch do Brasil é uma das mais importantes do Grupo no setor automotivo e da construção civil

No mês de novembro do ano passado, a Bosch celebrou os 130 anos de sua fundação. Uma trajetória que começou com a "Oficina de Mecânica Fina e Eletrotécnica", em Stuttgart, na Alemanha com apenas duas pessoas e muitos desafios até se tornar um dos dez maiores empreendimentos alemães, operando em mais de 150 países. Com uma história de sucesso internacional, hoje, o Grupo Bosch emprega 375 mil colaboradores no mundo e gerou vendas em torno de 70 bilhões de euros em 2015.

Robert Bosch iniciou os negócios no dia 15 de novembro de 1886, construindo o alicerce daquilo que, já naquela época, se tornaria uma empresa líder no fornecimento mundial de tecnologia e serviços. O ano de 1897 é o marco da história da Bosch, por ter sido o início da expansão da empresa globalmente. Contudo, desde 1887, a companhia já produzia sua primeira invenção - o magneto de ignição de baixa tensão - para aplicação em máquinas estacionárias com o objetivo de gerar eletricidade em edifícios. Dez anos depois, o produto foi utilizado em motores veiculares e, em 1902, foi sucedido pelo sistema de ignição com magneto de alta tensão da Bosch, sendo a inovação decisiva para levar a empresa ao nível de fornecedor de sucesso e uma líder na área automotiva. Com o automóvel desfrutando de um sucesso sem igual depois de 1900, a Bosch também se tornou uma empresa global. Nos primeiros cinco anos, foram vendidos 50 mil sistemas de ignição. Em 1912, as vendas atingiram dois milhões de unidades.

A partir de 1908, os sistemas de ignição Bosch estavam disponíveis em todos os continentes, o que contribuiu para a empresa crescer e se tornar uma marca internacional. A Bosch também conseguiu estabilidade a longo prazo com novos produtos para automóveis, bem como soluções em ferramentas elétricas, eletrodomésticos e tecnologia industrial.

Robert Bosch dizia: "As pessoas podem dizer que eu não sou um inventor: realmente, eu não tenho a pretensão de ser um. O que eu sou é um homem que conseguiu, através de perseverança, bom exemplo e tratando bem os meus colaboradores, construir uma empresa que tem uma boa reputação no mundo todo. Devo meu sucesso, em grande parte, à minha determinação, evitando que qualquer coisa de baixa qualidade saia de minha fábrica."



Esculturas de Ayrton Senna com aço GERDAU

Ayrton Senna ganhou seu primeiro museu a céu aberto no mundo, inaugurado em novembro, no Autódromo de Interlagos, em São Paulo. Recebeu onze estátuas produzidas em aço, representando o número de temporadas em que o piloto correu na Fórmula 1. Com temas escolhidos por D. Neide, mãe de Senna, as peças serão expostas ao ar livre para que o público relembre os momentos mais marcantes da carreira do atleta.

Por se tratar de um ambiente externo, as estátuas foram desenvolvidas com aço resistente à corrosão atmosférica, chamado de patinável. Foram mais de 13 toneladas de material fornecido pela Gerdau, uma das apoiadoras do projeto. Para garantir a conservação das estátuas de quase três metros de altura, o material conta com uma camada protetora, chamada pátina, que elimina qualquer necessidade de outra proteção. Este projeto marcou a entrada da Gerdau na produção de chapas grossas. "É uma grande alegria para a Gerdau marcar o início da produção de chapas grossas com um projeto que conta a história de um piloto que foi um marco na vida de tantos brasileiros", comenta Marcos Faraco, diretor de Marketing e Vendas da Gerdau.







repaginando PARAISÓPOLIS

Leroy Merlin e Inova Urbis levam projetos de arquitetura a moradores da comunidade de Paraisópolis

A Inova Urbis inaugurou um escritório de arquitetura em Paraisópolis, uma das maiores comunidades com moradias populares do Brasil, localizada na zona sul de São Paulo, com a proposta de levar o trabalho de arquitetos profissionais às classes com menor renda. O evento de lançamento, em 16 de dezembro de 2016, contou com a presença de Alain Ryckeboer diretor da Leroy Merlin Brasil – a rede de home centers é a principal apoiadora do projeto –, Brieuc Pont, Cônsul Geral da França no Brasil, além dos profissionais que irão trabalhar diretamente com o público de Paraisópolis na loja da Leroy Merlin do Morumbi.

A Leroy apoia a Inova Urbis cuidando da parte financeira, como conta Alban Drouet, idealizador do projeto. "Inova Urbis é um escritório popular de arquitetura. Nossa missão é popularizar o serviço de arquiteto junto às classes C, D e E, mostrando melhorias no local e os benefícios em saúde, segurança e conforto. Aí é que entra o trabalho de um arquiteto, que agora chega em uma população que nunca teve este tipo de contato. A Leroy Merlin nos apoia financeiramente e indicamos a loja do Morumbi como uma forma desse público mais popular descobrir a Leroy e vice-versa", acrescenta.

A Leroy Merlin entrou com força total na parceria com a Inova Ur-

bis por observar problemas que envolvem habitações populares e a possibilidade de chegar a um novo público consumidor de material de construção. "Existem 7,5 milhões em déficit habitacional e mais ou menos 12 milhões de residências que não têm sanitário completo. Ou seja, há uma necessidade de melhoria do habitat nas favelas e nos lugares mais desfavorecidos. As pessoas querem melhorar suas casas, querem morar melhor. Isso faz parte da qualidade de vida. Para nós, da Leroy, esta aliança com a Inova Urbis é uma maneira de fazer isso com pessoas com condições de vida mais desfavoráveis. A Leroy tem preço acessível em todas as famílias de produtos e com qualidade. A Inova Urbis faz o projeto completo, incluindo lista de materiais. Depois, as pessoas vão até a Leroy Morumbi, com agendamento, e nós fazemos um orçamento, com esforço no preço, para mostrar que realmente podem reformar a casa com um orçamento muito pequeno", explica Alain Ryckeboer, diretor da Leroy Merlin Brasil.

"Este projeto em Paraisópolis é novo em São Paulo, mas começou na comunidade da Rocinha, no Rio de Janeiro, onde fizemos várias obras. Agora, o desafio é fazer com que todo mundo conheça esse trabalho. Para a Leroy, faz todo o sentido porque nosso papel é realmente dar a todos a possibilidade


Alain Ryckeboer, Alban Drouet e Brieuc Pont


Equipe da Inova Urbis

de melhorar o seu lar. O desenvolvimento social, para nós, é muito importante também", completa o diretor. "Faz parte do desenvolvimento sustentável. A gente constrói lojas certificadas, com qualidade ambiental, oferecemos 5 mil produtos ecossustentáveis em nossas lojas e fazemos muitas iniciativas, como triagem e seleção para recuperação de resíduo, que vai para o lugar certo e não no lugar errado. O que faltava era a contribuição social que nós poderíamos fazer. A dificuldade para uma empresa como a Leroy era descobrir como fazer isso. A Inova Urbis trouxe o elo que faltava entre as pessoas das Classes C, D e E e a Leroy Merlin", acrescenta.

A parceria da Leroy ao lado da Inova Urbis neste projeto, "sem data para acabar", é para fazer com que o público de classes sociais mais populares conheçam a Leroy.

"Temos uma loja bem pertinho de Paraisópolis. E dá para modificar este tipo de projeto para vários pontos no Brasil, pois não faltam lugares e bairros com moradias precárias. Queremos mostrar essa proximidade com a população de Paraisópolis", comenta Alain Ryckeboer, diretor da Leroy. "Vão perceber que a Leroy oferece produtos mais em conta, mas com ótima qualidade. Também temos ponta de estoque, que tem um preço mais baixo ainda, inclusive em porcelanato. E as pessoas passam a ter uma moradia melhorada com essas coisas. É possível", ressalta.

Abreu & Silva
DISTRIBUIDOR
O PARCEIRO DA CONSTRUÇÃO

DESAFIANDO
as previsões econômicas

Que os últimos anos foram desafiadores não há dúvidas, mas imaginar que em tempos de "crise" econômica nacional sua empresa não só **atingirá** suas metas, mas criará margem para enfrentar esse período de forma competitiva, é de fato **perseverar**.
Negociações mais estreitas com projeções **otimistas**, uma equipe **motivada** e ciente de que é **possível** atingir as metas. Assim a empresa atacadista criou várias campanhas de **incentivos** que obteveram grandes **sucessos**, destaca-se a campanha TRIO PERFEITO; campanha essa que teve a parceria de três fornecedores, foram eles: HIDROTINTAS, CONDOR E NORTON, a campanha teve como objetivo vender combos com os itens dos fornecedores supracitados, além de premiar os colaboradores que atingissem as metas e, ainda o sorteio de uma moto 0km para o RCA e uma moto 0km para o cliente.



Obrigado a todos nossos clientes, colaboradores e fornecedores pela confiança!

www.abreusilvadistribuidor.com.br
82 3623-1354

portal de gestão da GERDAU



Os clientes da Gerdau terão acesso ao portal de gestão e programação de produtos de corte e dobra. Além de realizar pedidos, o usuário cadastrado no portal (www.gerdau.com.br/corteedobra) acompanha o status de entrega, recebe boleto via e-mail, visualiza notas fiscais e tem acesso a relatórios de consumo com informações da compra. A plataforma ainda possibilita o armazenamento de projetos e monitoramento da evolução da obra por meio de uma maquete virtual.

"A ferramenta traz muitas facilidades para os nossos clientes e já é possível notar a aceitação do novo serviço. Atualmente, cerca de 50% de nossos pedidos são geridos via portal", explica Marcos Faraco, diretor de Marketing e Vendas da Gerdau.

Para mais informações, acesse www.gerdau.com.br/corteedobra

SAINT-GOBAIN LANÇA EXPERIÊNCIAS

A Saint-Gobain lança no site www.saint-gobain.com.br uma série de Experiências que auxiliam o consumidor final na realização do seu projeto de reforma, construção ou acabamento. Nessa plataforma integrada, desenvolvida 100% mobile first, ele consegue digitar os problemas que tem em seu lar e encontrar diversas dicas de como resolver essas situações, além de ter acesso a listas prontas de materiais de acordo com sua necessidade e seguindo três opções econômicas: básico, intermediário e completo. Para as pessoas que apenas procuram por inspirações, o site também oferece informações específicas para seis ambientes: cozinha, banheiro, sala de estar, quarto de casal, quarto de crianças e sacada.

"Fizemos uma pesquisa com consumidores para entender quais eram seus principais problemas e necessidades na hora de fazer uma obra. Percebemos que a maioria das pessoas está tocando seu projeto sozinha, sem o apoio de um arquiteto, e, por isso, tem dificuldade com o planejamento, como lidar com o profissional, falta de informação técnica, entre outras situações, o que acaba gerando frustração e estresse. Com essa plataforma digital, queremos reinventar a experiência do brasileiro ao reformar ou construir e mostrar que é possível ter uma obra feliz", explica o Chief Digital Officer da Saint-Gobain, Fabiano Sant'Anna.

O novo portal conta ainda com o serviço exclusivo "Encontre um profissional", uma rede de profissionais da construção de várias especialidades que conecta o consumidor diretamente com a mão de obra mais próxima da sua residência. O serviço está disponível inicialmente nos estados de São Paulo, Rio de Janeiro, e na cidade do Recife (PE), e será ampliado futuramente. Ele está aberto a todos os profissionais da área que têm interesse em se cadastrar. "O site facilita a troca de oferta e demanda: apoiamos os consumidores com conteúdo didático, credibilidade, funcionalidade e os contatos certos, ao mesmo tempo em que oferecemos visibilidade para os profissionais e oportunidades de desenvolver seus negócios", reforça Fabiano.

3M INVESTE NO RELACIONAMENTO

Preocupada em levar informações relevantes e estreitar o relacionamento com os profissionais da área de elétrica, a 3M lança o Clube Conecta, uma nova plataforma de relacionamento. O objetivo é auxiliar eletricistas, técnicos em eletricidade e engenheiros eletricistas por meio de dicas, informações, indicações e funcionalidades dos produtos.

Os membros do clube terão à disposição apostilas e materiais explicativos, entre outras vantagens. O conteúdo será passado de forma lúdica e dinâmica, para tornar o processo de aprendizagem leve e simples.

Por meio de parceria com grandes varejistas, será possível fazer compras com desconto sem a necessidade de utilização de pontos, bastando ser membro do Clube Conecta.

Ao longo do programa serão disponibilizadas ações dinâmicas como enquetes, em que será possível acumular pontos e concorrer a prêmios e se inscrever para visitas técnicas à fábrica da 3M em Sumaré, São Paulo.

A inscrição é simples: basta acessar o site da 3M (www.3m.com.br/eletricos), acessar a página do clube, clicar no botão "Meu primeiro acesso" e preencher o cadastro.

PARA O ELETRICISTA

Para ajudar a profissionalizar a maneira como os eletricistas atuam no mercado de trabalho, o Instituto Brasileiro do Cobre (Procobre), em parceria com a Abracopel e a revista HM News, acaba de lançar o aplicativo APOIE (Aplicativo para Orçamento de Instalações Elétricas). A ferramenta vem beneficiar, principalmente, quem ainda não adota nenhum padrão para formalizar orçamentos, gerar lista de materiais e estimar preços do que será usado na obra. A plataforma está disponível inicialmente para tablets e smartphones do sistema Android e o download é gratuito.

A iniciativa partiu de uma pesquisa junto à base de eletricistas cadastrados no Programa Eletricista Consciente, mantido pelos parceiros e que tem como objetivo ajudar na capacitação profissional do eletricista. "Percebemos a necessidade de criar um APP que facilitasse a rotina dos eletricistas e que documentasse a visita para orçamento, aumentando as chances de convertê-la em negócio", revela Antonio Maschietto, diretor adjunto do Procobre.

Quem já é cadastrado no Eletricista Consciente usa o login e a senha do programa para acessar o APP. Se esse não for o caso, o cadastro pode ser feito na hora de baixar o APOIE.

Para mais informações sobre o Programa Eletricista Consciente, acesse: http://www.eletricistaconsciente.com.br/



DICICO E SODIMAC boas para trabalhar

A Construdecor, empresa que opera as redes de materiais de construção Dicico e Sodimac no Brasil, foi eleita uma das Melhores Empresas para Trabalhar no Varejo, de acordo com pesquisa desenvolvida pela consultoria global GPTW (Great Place to Work). Esta é primeira vez que a empresa, que conta com mais de 3 mil funcionários no país, está presente no ranking entre as 25 grandes varejistas premiadas. A pesquisa realizada pela GPTW identifica a qualidade do ambiente de trabalho e da cultura organizacional. Para isso, a consultoria realiza uma análise completa da relação entre colaborador e empresa, avalia a percepção do funcionário sobre o ambiente de trabalho e também verifica tudo o que a empresa tem a oferecer a seus colaboradores. "Estamos muito orgulhosos de fazer parte desse ranking, pois significa que estamos no caminho certo para a construção de uma relação sustentável e de longo prazo com nossos colaboradores", pontua Eduardo de Vries, diretor presidente da Construdecor.

"Estar entre as Melhores Empresas para Trabalhar em todos os países onde atuamos é um dos objetivos do Grupo Falabella, do qual a Construdecor faz parte", complementa. A estratégia da companhia é baseada em três pilares: crescimento, rentabilidade e sustentabilidade em seu sentido mais amplo - englobando a relação com colaboradores, clientes e comunidade.

"Uma boa empresa para se trabalhar não é somente aquela que obtém altos lucros e oferece bons benefícios, mas é a que também possibilita um ambiente de trabalho acolhedor, onde as pessoas se sintam respeitadas, valorizadas, realizadas, confiem em sua liderança e possam se desenvolver, participando ativamente de sua história", essa é a opinião de Gil Cohen, diretor de Gestão de Pessoas da Construdecor.



TELHANORTE inaugura loja em Taubaté

Moderna e equipada, a nova unidade da rede multiespecialista em construção recebeu investimento de R$ 25 milhões, tem mais de 3.500 m² e 45 mil itens à venda

A Telhanorte inaugurou a sua primeira loja na cidade de Taubaté, no Vale do Paraíba,SP. A unidade recebeu investimento de R$ 25 milhões e gerou mais de 120 empregos. Localizada na rua Ildefonso Ferreira dos Santos, 60, Jardim Paulista, possui 3.500 m² de área de vendas, estacionamento com cerca de 130 vagas, instalações nos melhores padrões de qualidade, além de um mix de 45 mil produtos distribuídos em diversos setores, como pisos e revestimentos, iluminação, esquadrias, metais, louças sanitárias e produtos para organização da casa. Para a nova loja, a Telhanorte gerou emprego para mais de 120 profissionais, entre funcionários diretos, promotores e terceiros. "Entendemos que o varejo desempenha importante papel na economia da cidade e, além das contratações, pretendemos continuar contribuindo para o desenvolvimento de Taubaté e região. A cidade é considerada o segundo maior pólo industrial e comercial do Vale do Paraíba e não economizamos esforços nem recursos para montar uma loja absolutamente moderna, equipada e com o que de há de mais novo na rede em serviços para o consumidor", comentou Manuel Corrêa, Diretor Geral da Telhanorte.

Construsul

Feira Internacional da Construção

20 anos

02 a 05 AGOSTO 2017

FENAC · NOVO HAMBURGO · RS · BRASIL
Quarta a sexta · 14h às 21h
Sábado · 11h às 18h

GERAÇÃO DE NEGÓCIOS, VISIBILIDADE E ATUALIZAÇÃO PROFISSIONAL

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







www.feiraconstrusul.com.br

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

APOIADORES CONSTRUSUL/ EXPOMÁQUINAS 2016

REALIZAÇÃO
SUL EVENTOS
FEIRAS PROFISSIONAIS



viajando pelo BRASIL

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

EXPO REVESTIR 2017
Fashion Week da Construção
De 07 a 10 de março
Transamérica Expo, São Paulo/SP
www.exporevestir.com.br

FEIPLASTIC 2017
Feira Internacional do Plástico
De 03 a 07 de abril
Expo Center Norte,
São Paulo/SP
www.feiplastic.com.br

3ª EXPO ARQUITETURA SUSTENTÁVEL
De 04 a 07 de abril
São Paulo Expo,
São Paulo/SP
www.
expoarquiteturasustentavel.
com.br

23ª FEICON BATIMAT
Feira Internacional da Construção
De 04 a 08 de abril
São Paulo Expo – São Paulo/SP – Brasil
www.feicon.com.br



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

FECONATI
Soluções Sustentáveis para a Construção Civil
De 01 a 04 de junho
Atibaia, SP
www.feconati.com.br

CONSTRUSUL
Feira Internacional da Construção
De 02 a 05 de agosto
Fenac, Novo Hamburgo/RS
www.feiraconstrusul.com.br

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

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

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

AQUI você encontra os melhores EPIs

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



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

MARLUVAS
CALÇADOS PROFISSIONAIS

A força da história.
marluvas.com.br



ASSENTOS SANITÁRIOS

Praticidade e resistência.

A linha de assentos da TIGRE reúne conforto, design e higiene. Com acabamento diferenciado, os assentos são fáceis de instalar e resistentes na fixação. Tenha sempre as soluções pra toda obra TIGRE na sua revenda e garanta a satisfação dos seus clientes.

tigre.com.br

TIGRE
É TIGRE pra toda obra.