Revenda

A NÚMERO 1 DO SEGMENTO

ED. 327 | DEZEMBRO 2017 | ANO XXIX
www.construcaototal.com.br

MELHOR PRODUTO DO ANO

4.772 VOTOS válidos de revendedores de material de construção de todo o Brasil elegeram o melhor mix de produtos

E MAIS: ESQUADRIAS • EMBALAGENS • FORROS DE PVC, PORTAS SANFONADAS E DRYWALL

PADO

Mais que produtos, tranquilidade!

Melhor produto do ano – Cadeados latão
Segundo lugar – Fechaduras Concept

Temos o melhor produto do ano mais uma vez. Isso demonstra que estamos no caminho certo, buscando o melhor todos os dias.

Agradecemos o seu voto e a sua confiança.

www.pado.com.br

grupo Revenda

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

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

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

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

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

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

FINANCEIRO
Magda do Nascimento (magda@revenda.com.br)
Pedro Henrique da Silva Padula
(Pedro.padula@revenda.com.br)

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

DEPARTAMENTO JURÍDICO
Dr. José Geraldo Louzã Prado

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

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

REALIZAÇÃO:
DUPLA IDEIA design
estudioduplaideiadesign.com.br

EDITORA: Alessandra Cacioli
REVISÃO: Cida Silva
ARTE: Camila Duarte
FOTOS: Shutterstock

Revenda

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

Instituto Verificador de Comunicação IVC

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

SUBINDO A LADEIRA

Terminou 2017. Ufa!

E passou tão rápido. De início, difícil, desanimador. No final, renovado. Parece que as baterias dos empresários e comerciantes estão recarregando. O consumidor de material de construção foi o grande responsável pelo aquecimento do nosso mercado. O otimismo voltou às casas dos consumidores e eles foram às compras, segundo dados analisados pelo DataMKT do Grupo Revenda.

O Índice de Confiança do Consumidor, medido pela Fundação Getulio Vargas (FGV), subiu 1,4 ponto em outubro e atingiu 83,7 pontos, em uma escala de zero a 200. Foi o maior nível desde março de 2017 (85,3 pontos). Em relação a outubro de 2016, o índice avançou 3,8 pontos.

Houve melhora na avaliação dos consumidores tanto em relação ao momento atual quanto em relação ao futuro. O Índice da Situação Atual, que avalia as opiniões sobre o presente, e o Índice de Expectativas, também medidos pela FGV, apresentaram altas em outubro. O Primeiro teve a terceira alta mensal consecutiva e avançou 2,3 pontos, chegando a 73,2 pontos. O que mede as Expectativas, que avalia as opiniões sobre o futuro, avançou pelo segundo mês (0,7 ponto) e atingiu 91,8 pontos.

Ainda segundo a FGV, os resultados sugerem que a melhora do consumo nos últimos meses do ano foi sustentada mais pela liberação de recursos do FGTS, a queda dos juros e a depreciação de bens duráveis do que pelo otimismo do consumidor. São dados a serem levados em consideração, mas quando é que esses mesmos dados não foram responsáveis por épocas mais felizes? Então, alegria, alegria, como sugere a música composta por Caetano Veloso. Estamos quase no topo da ladeira. Vencida a pior fase, só nos resta aumentar o som e curtir novos tempos que virão.

Boa leitura,
Roberto Ferreira

SUMÁRIO

Foto: Shutterstock

Revenda

EDIÇÃO 327 | DEZEMBRO 2017 | ANO XXIX

10

16

24

10 | **PAINEL**
As novidades que estarão nas gôndolas em breve, e que você vê aqui em primeira mão

16 | **ENTREVISTA**
Pau Abelló é o novo presidente da Roca Brasil. Com experiência em vários países, acredita muito no crescimento do nosso mercado

24 | **MELHOR PRODUTO DO ANO**
Revendedores de todo o Brasil escolheram os produtos que vão compor o melhor mix do mercado. Fique atento

68 | **IMPORTÂNCIA DA MARCA**
Newton Guimarães, gestor do DataMkt Construção, mostra a tendência da multicanalidade do consumidor

76 | **FORROS DE PVC, PORTAS SANFONADAS E DRYWALL**
O tamanho dos imóveis está encolhendo, e isso abre espaço para novos produtos como alternativa para a economia com qualidade

84 | **ESQUADRIAS**
A venda de esquadrias requer espaço para que o cliente examine bem o produto. Mas a certificação é muito importante

92 | **EMBALAGENS**
Não basta ter um bom produto. É preciso saber apresenta-lo no ponto de venda. E os fabricantes estão surpreendendo

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

1ºLUGAR
ADVANCED
SEGMENTO
CHUVEIRO ELÉTRICO

1ºLUGAR
LZ 1600D
SEGMENTO SISTEMA DE
AQUECIMENTO A GÁS

1ºLUGAR
LOREN EASY
SEGMENTO
TORNEIRA ELÉTRICA

1ºLUGAR
GIOVIALE
SEGMENTO PURIFICADOR
DE ÁGUA

lorenzettioficial

lorenzettisa

App Store
Google Play

DUCHA FIT E TORNEIRA SLIM 4T, ELEITOS OS MELHORES PRODUTOS DO ANO.

FIT
ELETRÔNICA

- FÁCIL INSTALAÇÃO
- FAIXA INDICATIVA DE TEMPERATURA
- HASTE DE CONTROLE

Agradecemos a todos pelos votos em nossos produtos **Fit e Slim 4T**. Continuaremos sempre em busca de desenvolver produtos com **tecnologia, inovação e qualidade**, para proporcionar o máximo de conforto e bem-estar aos nosso clientes.

21º MELHOR PRODUTO DO ANO

2017 MIX dos melhores produtos do ano

hydra

SLIM 4T

- BICA MÓVEL
- AREJADOR ARTICULADO
- REGISTRO 1/4 DE VOLTA
- RESISTÊNCIA TROCA FÁCIL

AJUDA EXTERNA **VONDER**

A Vonder conta com uma linha completa de produtos voltados para o setor automotivo, atendendo a diferentes públicos e necessidades, do consumidor final ao profissional. Entre os lançamentos para esse segmento, destaca-se o Auxiliar de Partida Portátil APV 4000 Vonder, um produto portátil e muito fácil de usar, ideal para auxiliar na partida de veículos em situações com baixo nível de carga da bateria ou totalmente descarregada. Pode auxiliar em cerca de 10 partidas (seguindo as orientações do manual), sendo indicado somente para veículos com baterias de 6 V e 12 V com motor de até 2,4 L (2400 cc). Funciona também como carregador portátil de smartphones ou dispositivos que tenham alimentação USB. Possui lanterna de LED de alta luminosidade além de garras inteligentes que protegem contra ligações de polaridade invertida ou sobrecarga.

SOPRADORES **TÉRMICOS**

A BLACK+DECKER apresenta os Sopradores Térmicos HG1500 e HG2000K, indicados para a realização de pequenos reparos domésticos e também para a produção de peças artesanais. Leves e de fácil manuseio, os produtos são ideais para a aplicação de películas de segurança, modelagem de tubos de PVC, secagem de camadas de tinta, remoção de verniz e também para afrouxar porcas e parafusos enferrujados.

HENKEL **INVESTE**

A Henkel acaba de receber seu mais novo equipamento – LaboCombi - para realizar testes de desenvolvimento e homologação de produtos destinados a laminação. Trata-se de uma laminadora de escala laboratorial que simula e representa as condições reais de processos industriais para diferentes substratos. A nova tecnologia vem ao encontro do compromisso da Henkel em tornar o Brasil o centro de excelência em tecnologia, desenvolvimento e aplicações de adesivos na América do Sul. Com esse equipamento, alocado no recente Centro de Engenharia e Aplicações de Jundiaí, as empresas do setor de embalagens e produção de filmes laminados (PET, PE, BOPP etc) terão mais segurança e agilidade em relação ao uso de adesivos, uma vez que será possível realizar múltiplos ensaios para validação de novas tecnologias.

ALUBAR NA QUALIFIO

A Alubar se tornou a nova parceira da Qualifio (Associação Brasileira pela Qualidade dos Fios e Cabos Elétricos). fabricasnte de cabos elétricos de alumínio e produtora de condutores elétricos de cobre para média e baixa tensão, a empresa agora terá o selo da entidade em todos os materiais institucionais, atestando a segurança da marca para o consumidor. A empresa também garantiu, no mês de setembro, a recertificação UL em todas as famílias de produtos de cobre para a manutenção do selo INMETRO.

Estar entre as marcas mais lembradas e procuradas no ponto de venda é uma das nossas **melhores conquistas desses 20 anos!**

E o **reconhecimento** é ainda maior quando **construído com o respeito e a confiança de grandes parcerias!**

1º Lugar
Bucha para Fixação | Óculos de Segurança

2º Lugar
Broca de Aço Rápido e para Concreto | Cadeados | Parafusos | Prego de Aço | Trena Econômica

3º Lugar
Cortador de Cerâmicas e Azulejos

4º Lugar
Disco de Corte BNV 02 | Disco de Corte Diamantado V3

5º Lugar
Martelo Unha Cabo de Fibra

Obrigado por escolher e trabalhar com a

vonder®

vonder®
20 ANOS

OUSADIA DA **LORENZETTI**

Tendência mundial em arquitetura e em design de interiores, a cor preto fosco se encaixa em ambientes ousados e modernos. Pensando nisso, a Lorenzetti desenvolveu a linha de monocomandos LorenLike, que une com perfeição formas retas e curvas, dando origem a um design exclusivo e minimalista. São monocomandos para lavatório bica alta, bica alta para cuba de apoio, para chuveiro e para cozinha que, além da cor preto fosco, estão disponíveis na versão cromada. Concebidos com design funcional, possuem arejador embutido, que mistura ar com a água, evitando respingos e desperdício, e por ser oculto, não compromete o design. O cartucho cerâmico permite a escolha gradual da temperatura, de maneira leve e precisa.

CAMPANHA DA **OUROLUX**

A Ourolux está celebrando seu aniversário de 25 anos com uma superpromoção que se tornou sucesso entre lojistas e consumidores. Os lojistas concorrem a sorteios semanais, enquanto os consumidores podem ganhar mais de 100 prêmios mensais e um carro no último sorteio. A campanha começou em abril deste ano e já conta com mais de 25.000 cupons fiscais cadastrados, de todas as regiões do Brasil. Desde o início da promoção, a Ourolux obteve aumento nas vendas, ativação de clientes e pulverização dos produtos. Outra conquista importante foi o fortalecimento da marca através dos materiais de PDV e ações de Trade Marketing. "A campanha é um sucesso. Mais de 1.000 pontos de vendas foram tomados por materiais de merchandising fortalecendo a promoção 25 anos Ourolux", explica Renata Pilão, gerente de marketing da empresa.

CASES DA **DEWALT**

A DEWALT traz ao mercado a linha TSTAK, composta por caixas de ferramentas robustas e duráveis, com divisórias planejadas para encaixarem facilmente ferramentas elétricas, com e sem fio, e outros acessórios. Todas as caixas TSTAK podem ser facilmente empilhadas e anexadas para organização e armazenamento rápidos na loja ou no local de trabalho. Alinha apresenta, ainda, o organizador DS250, que possui uma gaveta rasa com copos removíveis para peças pequenas e/ou acessórios, além de outra profunda para armazenagem de ferramentas elétricas ou manuais. Toda a linha tem uma parede estrutural durável e espessa, além da selagem contra água integrada. Cada produto é compatível com toda a linha de armazenamento TOUGHSYSTEM.

Cinco vezes obrigado a todos que acreditam na nossa qualidade

1º lugar
no segmento Argamassa:
cimentcola interno **quartzolit**

1º lugar
no segmento Rejuntamento:
rejunte cerâmicas **quartzolit**

3º lugar
no segmento Manta Asfáltica:
manta asfáltica TPIII 4 mm **quartzolit**

3º lugar
no segmento Espuma de Poliuretano:
espuma expansiva **quartzolit**

2º lugar
no segmento Impermeabilizantes:
tecplus top **quartzolit**

#80anosdecaranova

Uma conquista que fazemos questão de compartilhar com todos os nossos clientes, parceiros e colaboradores.

/weberquartzolit

weber SAINT-GOBAIN produtos quartzolit 80 anos

GHELPLUS RECEBE O **SELO SESI ODS**

A GhelPlus recebeu o Selo Sesi ODS em reconhecimento ao trabalho realizado para o alcance dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS). Foram certificadas instituições públicas municipais e estaduais, privadas, do terceiro setor e de instituições de ensino no Estado do Paraná. Essa é mais uma conquista da empresa no ano em que completa 27 anos e atesta que a GhelPlus também preza pelas boas práticas sustentáveis. "Com participação dos 187 colaboradores e funcionários da matriz da GhelPlus em Ampére, PR, o trabalho teve como objetivo analisar o consumo de água da empresa, a fim de aproveitar e armazenar a água da chuva para suprir as necessidades não potáveis", explica Maria Roseli Telles, Gerente de RH/SESMT da GhelPlus.

MEDIÇÃO A LASER DA **STANLEY**

Com resposta rápida, de forma prática e conveniente, o modelo da Stanley é destinado às aplicações que requerem medidas de temperatura sem contato, como locais de difícil acesso, pontos energizados e com altas temperaturas, peças ou partes em movimento. A ferramenta é muito versátil, assim, pode ser aplicada em áreas industriais e, até mesmo, em restaurantes de hotéis.

TIGRE NO AEROPORTO DE JOINVILLE

Em parceria com os artistas joinvilenses Douglas Rafael Resende e Paulo Pincel (Estúdio Criativo 87), a Tigre instalou uma obra de arte de 500 metros de comprimento no Aeroporto de Joinville. O grafite destaca-se nos muros do terminal aéreo e contribui para expressar o conceito "Um Mundo Melhor". O trabalho dos artistas destaca rostos de pessoas de diferentes idades, etnias e gêneros, expressando sentimentos de alegria, felicidade e realização pessoal. "São sentimentos possíveis quando se adota postura íntegra, positiva e comprometida com o mundo onde vivemos. Como diz nossa visão, temos certeza que o mundo onde vivemos pode ser sempre melhor", explica o diretor de Marketing Vendas e Inovação da Tigre, Luis Roberto Wenzel Ferreira.

KIT INSTALA **FÁCIL**

O kit instala fácil da Japi foi criado para consumidores que desejam praticidade na hora de fazer instalações de produtos como: cortinas, prateleiras, quadros etc. Conta com uma broca de alvenaria, oito parafusos e oito buchas de fixação padronizados e está disponível em dois tamanhos de bucha, nº 6 e nº 8.

É bom trabalhar com

vonder®

Aspiradores de Pó

Praticidade e potência com máximo poder de limpeza em atividades domésticas ou profissionais!

APV 2475
75 litros
APV 1235
35 litros
APV 1218
18 litros
APV 1210
10 litros
APV 1203
3 litros

Trabalhe também com as **Lavadoras de Alta Pressão** e a **Varredeira Manual de Piso VONDER!**

Assista aos vídeos e siga a VONDER nas redes sociais!

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

vonder® 20 ANOS

Uma trabalho bem feito começa com os equipamentos certos!
A escolha é sua e a qualidade é VONDER!

*IMAGENS ILUSTRATIVAS. TODOS OS DIREITOS RESERVADOS. PROIBIDA A REPRODUÇÃO PARCIAL OU TOTAL DESTE MATERIAL E CONTEÚDO. Produto com certificação Compulsória, conforme Portaria Inmetro nº 371 de 29/12/2009 e normas ABNT NBR NM 60335-1 e IEC 60335-2-2 com foco nos requisitos de segurança e conforme Portaria Inmetro nº 430 de 16/08/2012 para o Programa Nacional de Educação e Controle da Poluição Sonora - Silêncio. Certificado por Organismo de Certificação de Produto acreditado pelo Inmetro.

Por Roberto Ferreira / Fotos: Fábio de Andrade

"Queremos ser **parceiros** dos revendedores"

O espanhol Pau Abelló Pellicer, 47 anos, acaba de assumir a posição de Senior Managing Director Latin America – Bathroom Products Division, do grupo espanhol Roca. Sediado no Brasil, Pau Abelló terá como desafio administrar as operações nos países da América Latina, que inclui o próprio Brasil, a Argentina e a área de exportação, participando ativamente do crescimento dos negócios do Grupo em todos os países da região. Com essa nomeação, Pau também passa a fazer parte do Comitê Executivo do Grupo Roca.

Nascido em Reus, pequena cidade próxima de Barcelona, Pau está no Grupo Roca há 19 anos. Destes, ficou 12 anos no Departamento Financeiro Corporativo e cerca de 3,5 anos como diretor Corporativo de TI. Antes de vir para o Brasil, dirigiu a operação do Grupo Roca, na Índia, por quatro anos, onde coordenou a centralização dos centros de distribuição, a criação de novas políticas comerciais, a aquisição de duas novas fábricas de produtos plásticos, entre outras estratégias. Casado, dois filhos, Pau é bacharel em Estudos Empresariais e tem MBA pela Escola Superior de Administração de Empresas (ESADE), em Barcelona. Além de viajar muito para conhecer novos lugares, Pau gosta muito de pedalar com sua mountain bike por trilhas, paixão adquirida nas montanhas espanholas e que pretende manter no Brasil.

Em entrevista exclusiva à Revista Revenda da Construção, fala dos planos e desafios no novo cargo.

Revenda - Como encara a sua chegada à Roca Brasil?

Antes de vir para o Brasil, estava na Índia e, antes da Índia, em Barcelona, em nossa matriz. Viajei por todos os países onde o Grupo atua e o Brasil, que já conhecia, tem suas particularidades. É um país muito grande. Há dias estava em Mato Grosso, visitando um cliente, uma região com dois milhões de habitantes, mais do que vários países da Europa. O Brasil é um continente. As coisas são bem diferentes no Nordeste, Centro-Oeste ou Sul. Tem coisas muito particulares para os nossos produtos, nossos negócios.

Que tipo de negócios?
É um país onde os home centers estão bem implementados, mas ao mesmo tempo tem uma infinidade grande de lojas pequenas, algo que não existe na Europa ou nos Estados Unidos, por exemplo, que tem um apelo grande para o "do it yourself", algo que ainda não é forte por aqui. Cresce, mas ainda não é em números absolutos. Na Índia, de onde vim, não há home centers, mas sim o pequeno comércio, igual ao Brasil, com a distribuição muito otimizada e muitos pontos de venda e, também, as grandes lojas , mas a grande maioria é pequena.

Como é feita a distribuição dos produtos na Índia?
Por meio dos atacadistas, que são muito fortes. No Brasil, há certa similaridade, com a utilização dos atacadistas, principalmente em alguns dos nossos produtos de entrada.

E os objetivos no Brasil?
Claro que é aumentar os nossos canais de distribuição, mas, e isso é muito importante, nunca deixar os canais tradicionais de venda, como o pequeno comércio varejista.

Como é trabalhar com várias marcas debaixo do guarda-chuva Roca?
No Brasil, temos cinco marcas, o que representa um diferencial. Temos a Laufen, marca de nicho, com produtos sofisticados e 100% importados, que são ofertados praticamente em butiques de banho e home centers; Roca, a flag ship mundial, ou seja, a marca que está presente em todos os países onde atuamos; temos a Celite e Logasa, marcas que estão há muitos anos no Brasil e são líderes de vendas em seus segmentos e Incepa, de revestimentos cerâmicos. O que nos permite ter uma distribuição muito lógica, fazendo chegar aos nossos clientes diversos produtos para diferentes públicos. É um canal amplo, e vamos trabalhar para aumentá-los.

De que maneira?
Estamos desenvolvendo uma estratégia para aumentar a distribuição dos produtos. Como eu disse, estava há alguns dias em Mato Grosso, em um cliente que trabalha muito forte a marca Celite e queremos que, também, aumente sua participação nas outras marcas do Grupo, fazendo chegar a ele boas condições de negócios e melhor divulgação dos nossos outros produtos.

Que outras particularidades encontrou?
O Brasil é um país em que os produtos de preço baixo têm muita força, de metais pequenos, poucos monocomandos e até entendemos, por causa do tamanho reduzido dos banheiros

LANÇAMENTO

Dobradiça Quadrada

Fabricada em aço carbono, possui estrutura reforçada e pintura protetiva em epóxi que lhe confere maior durabilidade. Prática e fácil de instalar, é indicada para montagem em porteiras, portões, portas, entre outros.

Na Agropecuária e Construção Civil, ela resolve.

Sem Solda

Aço Forjado

CERTIFICADA COM LICENCIAMENTO AMBIENTAL

ESTAÇÃO DE TRATAMENTO EFLUENTES

ALTA QUALIDADE E PREÇO JUSTO BENEFÍCIO

Dobradiça Quadrada Q-1
Código: 1776
Emb.: 06 Un.
Comprimento: 115 mm
Largura: 75 mm
Espessura: 4,25 mm

Dobradiça Quadrada Q-2
Código: 1777
Emb.: 06 Un.
Comprimento: 145 mm
Largura: 101 mm
Espessura: 4,25 mm

Dobradiça Quadrada Q-3
Código: 1778
Emb.: 06 Un.
Comprimento: 185 mm
Largura: 125 mm
Espessura: 4,25 mm

Dobradiça Quadrada Q-4
Código: 1771
Emb.: 06 Un.
Comprimento: 205 mm
Largura: 155 mm
Espessura: 4,25 mm

Desde de 197

SR FERRAMENTAS São Romão

De Profissional para Profissional.

www.saoromao.com.br

na grande maioria das casas dos brasileiros de baixa renda. As casas quase não têm banheiras, o que é muito comum na Europa e nos Estados Unidos, assim como os armários para banheiro e, também, muitas ofertas de cores, pouco preto e cinza, que dominam na Europa, por exemplo. Eu diria que o mercado de louças e metais está bastante estável no Brasil, mas existem muitas possibilidades.

O seu maior desafio é crescer ainda mais no mercado? E como lidar com a concorrência?

O mercado esteve muito mau nos últimos dois anos. Para todos, não somente para a Roca Brasil. No ano passado, tivemos uma queda nas vendas no Brasil, pequena, mas tivemos. E a crise foi para nós, para a concorrência e para o país. Mas, apesar disso, a Roca Brasil seguiu investindo no país, como os R$ 25 milhões que aportamos nas fábricas, modernizando-as e melhorando os processos de fabricação, pensando no futuro. O país está complicado política e economicamente, mas estamos crescendo 5%, que é a previsão para fechar o ano. E reputo que é um número bom, se compararmos com outros segmentos.

Os investimentos são feitos com que frequência?

O Grupo Roca não está na Bolsa de Valores em nenhum país, pois é uma empresa familiar que concentra a grande maioria das ações, por isso, pensamos a longo prazo e os investimentos são tratados desta maneira. É óbvio que notamos que há um crescimento no pequeno varejo, motivado pelas autorreformas. Por isso, queremos estar muito próximos desse canal de venda, melhorando o nosso desempenho de distribuição.

O sr. acredita em uma breve recuperação da economia brasileira?

Eu diria que, em nosso negócio, de material para construção, tocamos no fundo do poço, principalmente as construtoras, onde, também, somos fortes. E isso eu vejo na mídia e conversando com os clientes, mas eu acredito que estamos saindo da crise. É só ver que, o tíquete médio gasto pelos consumidores nas revendas é ainda pequeno e há potencial grande para aumentar nos próximos meses.

Como tratar a concorrência?

Nossos concorrentes são muito importantes para nós, assim como nós, também, somos muito importantes para eles... Somos um player forte, que investe a longo prazo; está certo que pouco conservadores, mas continuamos com nosso ritmo de fabricação, sem demissões nas fábricas. Eu diria que igual a um competidor muito forte no segmento de louças e metais, mas, também, estamos bem em outras áreas.

Qual a participação da Roca Brasil no mercado?

Eu diria que estamos com 30% a 32% de participação no mercado, muito próximos do líder. É uma competição muito saudável, pelo menos encaramos dessa maneira. Em metais estamos crescendo muito e podemos melhorar. Como eu disse, o Brasil tem dimensão continental e, ainda, atrai outras empresas estrangeiras. A concorrência é boa.

O que é mais difícil de melhorar?

A distribuição. Os pontos de venda são longes e, como a maioria das lojas, é de pequeno porte, fica difícil conseguir espaço para expor os produtos. Uma dificuldade que a concorrência também tem. Para melhorar, temos que trabalhar os revendedores, oferecendo boas margens e produtos de giro rápido. O Brasil é um país onde o preço ainda é muito importante e torna-se necessário estarmos atentos a isso. Aos poucos vamos melhorar nosso desempenho, ainda mais.

Como trabalhar com diversas marcas? A oferta de uma marca popular, como Logasa, consegue alavancar as vendas das outras marcas no mesmo ponto de venda?

Realmente, em cada uma das nossas marcas tem seus diferenciais, seu DNA, uma particularidade e temos que respeita-las. Acreditamos que tem espaço nossas marcas no mesmo ponto de venda, com exceção de Laufen, que de alto luxo. A Logasa é muito importante no Nordeste e pode alavancar a Celite, por exemplo, para aquele consumidor que está procu-

FOCO NO CLIENTE DA NISTO:

1º LUGAR
Melhor produto do ano

Ferramentas elétricas de bancada

3º LUGAR
Melhor produto do ano

Ferramentas elétricas

GAMMA
FERRAMENTAS

COMPROMISSO • CONFIANÇA • SERVIÇO

www.gammaferramentas.com.br | 0800 979 0199 | /GammaFerramentas | /GammaFerramentas

rando dar um plus ao seu banheiro. A Incepa é uma marca mais forte no Sul do país. Seguiremos sendo competitivos em todas as faixas de preços. Enfim, temos produtos para as faixas popular, médio luxo, luxo e alto luxo.

Qual das faixas é a mais rentável para a Roca Brasil?

Eu diria que as margens dos segmentos médio luxo e luxo são maiores para todos os fabricantes, e não apenas para nós. Mas, depende muito do canal, como atacadista, varejo ou home center. De maneira geral, ainda podemos dizer que uma marca de entrada, mais popular, também tem bom desempenho nas vendas. É importante, também, ter uma capacidade de produção muito bem afinada com as vendas para que não falte produto nas lojas. Temos uma capacidade produtiva de mais de 1 milhão de peças/mês e agora estamos com 60%-65% de ocupação em nossas fábricas . O aumento de nossa participação no mercado deve vir não apenas por causa dos preços, mas pela maior divulgação da marca em todos os níveis, como pós-venda, por exemplo, onde estamos investindo muito.

Há investimentos também em material humano?

Sim. Estamos investindo em três áreas: comercial, que precisa de maior atenção por causa do tamanho do Brasil, que é muito grande, com mais gente para estar mais perto dos clientes. Temos os nossos representantes, que conhecem os clientes, mas é preciso ter gente nossa da área comercial próxima a eles, visitando-os com mais frequência. A segunda área é a de pós-venda, com um novo diretor e tentaremos ser a melhor empresa de pós-venda do país, de alto padrão para todas as marcas, e vamos ter quatro ou cinco novas pessoas. E também vamos investir em novos negócios. Há anos que a Roca Brasil era conhecida apenas por louças, depois lançamos os metais; há dois anos estamos operando a fábrica de móveis, em Jundiaí, e agora estamos trabalhando em aumentar as nossas linhas de negócios e investir mais em produtos de banho, que é o nosso forte. Há vários produtos que temos em outros países que não temos aqui, e estamos atentos às novas oportunidades de negócios e investindo no setor de desenvolvimento de produtos.

São todos feitos aqui?

Sim, temos um centro de desenvolvimento em Jundiaí para todas as marcas, como Roca, Incepa, Logasa, responsável por identificar a preferência do consumidor brasileiro e manter os nossos produtos em nível alto de qualidade e design.

O modelo de negócios do Brasil, com muitas pequenas lojas espalhadas, é uma novidade para o senhor?

Claro que é. Temos cerca de 11 mil clientes ativos, que é muito bom, mas, para a quantidade de lojas, ainda não é muito bom. É um modelo de negócio que eu não conhecia. São quatro canais: construtoras, que não está muito bom; home centers, onde o Brasil cresce muito, principalmente o estado de São Paulo; o varejo médio e pequeno, que representa uma porcentagem muito grande no volume de vendas de todos os fabricantes; e, por fim, os atacadistas. Os quatro modelos compartilham todos os nossos produtos, de uma forma ou de outra. É necessário ter uma política de distribuição que permita chegar a todos eles sem falhas. É complexo e requer análises. Estou viajando por todos os lugares do Brasil, pequenos e grandes, e vejo que o preço ainda tem muita importância para o revendedor, por isso, temos que equilibrar os nossos produtos populares com os de médio luxo e luxo.

"As marcas mais populares têm maior volume de vendas, mas nossa participação é muito forte porque estamos há muitos anos no mercado."

PAU ABELLÓ PELLICER, Roca Brasil

Quais suas primeiras impressões?

Sinto que o brasileiro é fiel às marcas. Como falei, as marcas mais populares têm maior volume de vendas, mas nossa participação é significativa porque estamos há muitos anos no mercado. Sinto que temos muitas oportunidades, melhorando o nosso portfólio. Conversando com os clientes, eu percebi as oportunidades em qualquer parte do país e estamos mudando um pouco a dinâmica da Roca Brasil e o mercado vem notando.

ilumi.com.br ilumibrasil

PRODUTO VOTADO 2017 MIX dos melhores produtos do ano GRUPO REVENDA

Qualidade e **reconhecimento**

A **Ilumi** recebe o 21° prêmio de Melhor Produto do Ano da **Revista Revenda**

Extensão Compacta Ilumi conquistou o **1° Lugar** na categoria EXTENSÃO ELÉTRICA / FILTRO DE LINHA

Pino Adaptador 1209 Ilumi conquistou o **1° Lugar** na categoria PINO ADAPTADOR DE TOMADA

Tartaruga conquistou o 3° Lugar na categoria o LUMINÁRIA

Quadro Para Disjuntores 1Nema/2 Din Sobrepor 62065 conquistou o **4° Lugar** na categoria QUADRO DE DISTRIBUIÇÃO

Monobloco Dupla Stylus conquistou o **4° Lugar** na categoria TOMADA, PLUGUE E INTERRUPTOR

Com muita satisfação e orgulho, nós da Ilumi, recebemos o 21° Prêmio de Melhor Produto do Ano da revista Revenda. Um importante reconhecimento que destaca o esforço e compromisso empenhados à qualidade de nossos produtos.

Esta vitória, dedicamos ao consumidor brasileiro.

21° MELHOR PRODUTO DO ANO

ILUMI® MATERIAIS ELÉTRICOS

marca do lar brasileiro

"Não me atrevo a dizer que poderemos ser líder em pouco tempo, mas estamos trabalhando para aumentar e melhorar a nossa participação no mercado e, com isso, os resultados vão aparecer."

PAU ABELLÓ PELLICER, Roca Brasil

O revendedor exige mais lançamentos ou relacionamentos?
Creio que ambos. Temos produtos, em nosso portfolio, que estão há 30 ou 40 anos no mercado com boa reputação, então, sempre há demanda para eles. Mas a nossa filosofia é lançar novos produtos uma vez por ano, geralmente em outubro. E esses produtos estarão disponíveis para as vendas dois ou três meses depois, assim sempre nos pautamos pelas tendências locais. O Grupo Roca é muito potente no quarto de banhos e sabemos das particularidades brasileiras e queremos continuar crescendo, para que isso aconteça precisamos ter o produto correto no preço, nas distribuição e no design. Somos coerentes com esta filosofia e temos muita paciência para crescer. O desenvolvimento de uma louça é muito complexo, demanda pelo menos um ano de estudos, no caso das louças, e de até seis meses nos metais. Assim, quando lançamos um novo produto, temos a certeza de que é o mais indicado para o mercado brasileiro. O nosso portfólio está sendo ajustado às necessidades dos brasileiros. Exceções são os produtos Laufen, que são fabricados na Suíça, e os da marca Roca, que são globais e desenvolvidos em nosso centro de desenvolvimento, em Barcelona, um dos mais avançados do mundo.

Qual a importância da Roca Brasil no Grupo?
Brasil é o país mais importante do Grupo. Em faturamento, devemos ser o quinto de todo o Grupo, o que é muito forte. Os Brics são países onde a Roca está presente com fabricação própria. A operação Brasil é muito importante; sabemos que temos problemas, mas continuamos investindo. Nos últimos dois anos, a Europa vem se recuperando economicamente e, dessa maneira, a performance da Roca também ganha. Como nosso Grupo é muito grande, com 77 fábricas em todo mundo, e operações em mais de 170 países, temos problemas pontuais em algum país que é compensado com bom desempenho em outros. É a vantagem de ser uma empresa familiar.

Como recebeu a notícia de que viria para o Brasil?
Fiquei muito contente. Estive quatro anos na Índia e cuidei muito do desenvolvimento do Grupo Roca. É um bom país para morar, as pessoas são amáveis, fácil de se movimentar, se comparado com a Índia, comida muita boa e se vive muito bem aqui. É um grande desafio professional.

E ser líder no Brasil?
Não me atrevo a dizer que poderemos ser líder em pouco tempo, mas estamos trabalhando para aumentar e melhorar a nossa participação no mercado e, com isso, os resultados vão aparecer. Mais vale dois passos pequenos para frente do que um grande para trás.

Como vê a tecnologia em nosso ambiente?
Na maioria dos nossos pontos de venda as informações estão sendo computadorizadas o que é um avanço muito grande. E estamos trabalhando forte para cruzar todos os dados possíveis de um ponto de venda para melhorar a nossa performance. Vejo uma revolução muito grande da informatização no ponto de venda em breve. E estamos atentos a isso.

O brasileiro está atento ao e-commerce?
Muito pouco. Pensei que o Brasil era mais conectado por ser um país muito grande. Pelo menos não vejo uma tendência, a curto prazo, como em outros países, de se comprar pelo e-commerce. A compra física ainda é bem mais forte.

Como pode ajudar o revendedor a melhorar quanto ao e-commerce?
O canal do e-commerce é complicado. O B2B ou o B2S são modelos de negócio, mas o mundo muda muito rapidamente e o nosso objetivo é ajudar, sempre, os nossos clientes. Em outros países damos mais incentivos aos revendedores, o que podemos, também, fazer aqui.

Os revendores cobram mais participação da Roca Brasil?
A grande maioria das empresas do comércio de material de construção é familiar e eles querem parceiros. Que o fabricante possa ajudá-los com visitas periódicas, compartilhar custos. E, o mais importante: ajudá-los nas situações ruins. Nas boas é muito fácil.

É bom trabalhar com

vonder®

Movimentação de Cargas

Resistência e segurança nas operações logísticas!

Guincho Elétrico GEV 1000

Guincho Elétrico GEV 600

Guincho Hidráulico Dobrável

Guincho Elétrico GEV 200

Talha Manual

Sempre utilize equipamentos de proteção individual VONDER

www.vonder.com.br

Trabalhe também com as **Cintas para Amarração e Elevação de Cargas VONDER!**

vonder 20 ANOS

Rigoroso controle de qualidade para maior segurança e confiabilidade!

A escolha é sua e a qualidade é VONDER!

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

OS MAIS VOTADOS

Foram mais de 3.000 votos válidos de lojistas de todo o Brasil para apontar os melhores produtos do ano, que compõem o melhor mix de produtos para trabalhar nos pontos de venda. Aproveitem a escolha da grande maioria para melhor rentabilidade no seu negócio

21º

MELHOR PRODUTO

DO ANO

BUCHA PARA FIXAÇÃO

(VONDER) BUCHA PARA FIXAÇÃO VONDER	1	35.80%
(FISCHER BRASIL) BUCHA SX	2	34.30%
(FIXTIL) BUCHA PARA FIXAÇÃO FIXTIL	3	14.90%
(CISER) BUCHA FU NYLON - PARA PAREDES OCAS E MACIÇAS	4	10.40%
(IV PLAST) BUCHA DE FIXAÇAO IV PLAST	5	4.50%

CADEADO

(PADO) CADEADO TRADICIONAL LATÃO	1	55.70%
(PAPAIZ) CADEADO CR 30 LATÃO	2	33%
(STAM) CADEADO ZAMAC LATONADO COM CHAVE STAM 20MM	3	7.20%
(GOLD) CADEADO DE LATÃO GOLD YALE.	4	4.10%

ESPUMA DE POLIURETANO

(MUNDIAL PRIME) ESPUMA DE POLIURETANO MUNDIAL PRIME	1	25%
(VEDACIT OTTO BAUMGART) EXPANCIT	1	25%
(AMAZONAS) ESPUMA POLIURETANO - LATA SPRAY 470 GR C/ 500 ML	2	22.70%
(WEBER QUARTZOLIT) ESPUMA EXPANSIVA QUARTZOLIT	3	20.50%
(HENKEL) CASCOLA ESPUMA EXPANSIVA	4	6.80%

FECHADURA

(STAM) FECHADURA STAM 803/03 EI	1	53.10%
(PADO) FECHADURA PADO CONCEPT	2	18.50%
(ALIANÇA METALURGICA) FECHADURA INOX PREMIUM	3	17.30%
(SOPRANO) FECHADURA POP LINE	4	7.40%
(AROUCA) FECHADURA VICTORIA	5	3.70%

Rejunta Acrílico Bostik Fortaleza. Mais uma vez entre os melhores do ano.

Bostik Fortaleza ganhou o 2º lugar no segmento rejuntamento com o **Rejunta Acrílico** no **Prêmio Melhor Produto do Ano**. Nossos agradecimentos a quem mais uma vez nos colocou na ponta entre os melhores, os especialistas do ramo.

21º MELHOR PRODUTO DO ANO

FORTALEZA
Uma marca do Grupo **Bostik**

www.usinafortaleza.com.br

FERRAGENS

(ALIANÇA METALURGICA) GANCHO DE REDE	1	51.90%
(VONDER) CADEADOS VONDER	2	25%
(METALÚRGICA ROCHA) DOBRADIÇA ZINCADA	3	11.50%
(FERRAGENS NEGRÃO) ACESSÓRIOS PARA CABO DE AÇO	4	7.70%
(LOTH) GANCHO PARA REDE	5	3.80%

PARAFUSO

(CISER) PARAFUSO FAST	1	36.20%
(JOMARCA) PARAFUSO AUTOBRACANTE COM ARUELA DE VEDAÇÃO	1	36.20%
(VONDER) PARAFUSOS VONDER	2	20.70%
(BELENUS) CONJUNTO TELHA	3	5.20%
(NEW-FIX) PARAFUSO CHIPBOARD	4	1.70%

PORTA E JANELA DE AÇO

(SASAZAKI) JANELA VENEZIANA DE CORRER GRADE QUADRICULADA	1	47.60%
(CRV) PORTA LAMINADA LINHA STANDARD 84X215	2	23.80%
(MGM CORP) PORTA LAMINADA NAPOLES	3	14.30%
(GRAVIA) PORTA DE CORRER CENTRAL COM POSTIGO E GRADE	3	14.30%

PORTA E JANELA DE ALUMÍNIO

(SASAZAKI) JANELA VENEZIANA LINHA ALUMIFORT	1	50%
(MGM CORP) JANELA SOFT 2 FOLHAS 100X120	2	30%
(CRV) VENEZIANA LINHA CLASSIC SEM GRADE	3	10%
(GRAVIA) PORTA PIVOTANTE LAMINADA COM FRISO	3	10%

JÁ QUE SOMOS A MARCA Nº1 NA SUA MENTE, TEMOS O DEVER DE PREENCHÊ-LA COM O QUE HÁ DE MELHOR.

Eluma conquista Prêmio Melhor Produto do Ano.

O Tubo Eluma E22 conquistou o Prêmio Melhor Produto do Ano - Revenda Construção, na categoria Tubos e Conexões de Cobre. Agradecemos o reconhecimento e seguimos confiantes, sabendo que pensar Eluma é pensar no que há de melhor no mercado.

21º MELHOR PRODUTO DO ANO

TUBO ELUMA E22

www.paranapanema.com.br

vendas@paranapanema.com.br

(11) 2199-7604

ELUMA. A MARCA DO COBRE.

ELUMA
uma marca Paranapanema

PORTA SANFONADA DE PVC

(ARAFORROS) PORTA PRÁTICA	1	27.30%
(DUDA) PORTA SANFONADA DUDA	2	18.20%
(PRECON) PORTA PRECON/HANNA	3	15.20%
(PERLEX - GRUPO PERLEX) PORTA SANFONADA PERLEX - PREMIUM	3	15.20%
(PLASBIL) PORTA SANFONADA DE 80CM PLASBIL BRANCA	4	12.10%
(POLIFORT) PORTA SANFONADA 2,10X0,80M	4	12.10%

PREGO

(GERDAU) PREGO GERDAU	1	97.30%
(ARCELORMITTAL) PREGOS ARCELORMITTAL	2	1.40%
(VONDER) PREGO DE AÇO VONDER	2	1.40%

FERRAMENTAS

BROCA

(IRWIN) BROCA PARA METAL EM AÇO RÁPIDO DIN 338	1	30.60%
(VONDER) BROCA DE AÇO RÁPIDO E PARA CONCRETO VONDER	2	28.60%
(MAKITA) D-30318 (BROCA 6X100MM MULTIMATERIAIS)	3	2%

CORTADOR MANUAL DE REVESTIMENTO CERÂMICO

(CORTAG) CORTADORES DE CERÂMICA E PORCELANATO CORTAG	1	50%
(IRWIN) CORTADOR DE PISO IRWIN SÉRIE 300	2	30%
(VONDER) CORTADOR DE CERÂMICAS E AZULEJOS VONDER	3	10%

PRECON. *A marca da construção.*

O melhor produto do ano no lugar que ele merece estar: 1º na avaliação dos lojistas.

Muito obrigado, lojista, por ajudar a levar as telhas **PreconVC** ao 1º lugar do prêmio **Melhor Produto do Ano**, no segmento Telha Cerâmica e Sintética, da Revista Revenda.

AS ÚNICAS COM DATEC

PBQP

www.precon.com.br

Precon®

DISCO DE CORTE

(NORTON SAINT-GOBAIN) DISCO DE CORTE BNA12	1	56.70%
(MAKITA) B-49797-12 (DISCO DE CORTE 115X0.8MM EM ESTOJO COM 12 UNIDADES)	2	36.70%
(IRWIN) SERRA CIRCULAR 110MM/4 3/8	3	30%
(VONDER) DISCO DE CORTE 115MM X 1,0 MM BNV 02 VONDER	4	10%

DISCO DIAMANTADO

(NORTON SAINT-GOBAIN) DISCO DIAMANTADO PRO	1	38.90%
(IRWIN) DISCO DIAMANTADO CONTÍNUO IRWIN	2	36.10%
(MAKITA) B-56976 (DISCO DIAMANTADO 110MM MAXTURBO)	3	22.20%
(VONDER) DISCO DE CORTE DIAMANTADO V3 VONDER	4	2.80%

FERRAMENTA ELÉTRICA

(STANLEY BLACK & DECKER) PARAFUSADEIRA/FURADEIRA SEM FIO BLACK&DECKER	1	52%
(MAKITA) FRESADORA ALUMINIO C/ MAKPAC TIPO 4-127V	2	28%
(GAMMA) MARTELETE ROTATIVO PERFURADOR/ROMPEDOR 1500W	3	20%

FERRAMENTA MANUAL PARA CONSTRUÇÃO

(TRAMONTINA) MARTELO DE UNHA - 40200/023	1	47.60%
(PACETTA) COLHER DE PEDREIRO	2	38.10%
(BELLOTA) MARTELO PROFISSIONAL	3	7.10%
(IRWIN) MARTELO DE UNHA 27MM GENERAL PRO	4	4.80%
(VONDER) MARTELO UNHA CABO DE FIBRA VONDER	5	2.40%

CABOS SUPERATOX

COBRECOM (NÃO HALOGENADOS)

QUALIDADE GARANTIDA E MAIS SEGURANÇA.

Em situações de emergência, como incêndios, a baixa quantidade de fumaça emitida pelo cabeamento do local e a isenção de gases tóxicos são fundamentais para salvar vidas. E é exatamente por pensar nisso que a Cobrecom oferece a linha de cabos SUPERATOX, indicada para utilização em locais de alta densidade de ocupação e difíceis rotas de fuga. Outro benefício dos cabos, que não emitem fumaça e gases corrosivos, é a preservação dos equipamentos.

Conheça os cabos não halogenados SUPERATOX FLEX e SUPERATOX FLEX HEPR 90°C e garanta a segurança de sua instalação.

WWW.COBRECOM.COM.BR

EMPRESA HOMOLOGADA PETROBRAS

cobrecom

Fios e cabos elétricos

Telefax: (011) 2118-3200 • email: cobrecom@cobrecom.com.

facebook.com/cobreco

21º MELHOR PRODUTO DO ANO · 2017 MIX · ISO 9001 QUALIDADE COBRECOM · TÜVRheinland · QUALIFIO · 100% Cobre de Qualidade · Empresa amiga CPACI

FERRAMENTA MANUAL PARA JARDIM E AGRICULTURA

(TRAMONTINA) APARADOR DE GRAMA ELÉTRICO	1	74.10%
(FAMASTIL) VASSOURA PLASTICA PARA FOLHAS E GRAMA	2	11.10%
(PACETTA) FORCADO IMPERIAL	3	7.40%
(BELLOTA) ENXADA DUAS CARAS	4	3.70%
(TRAPP) APARADOR MASTER AT 1.500	4	3.70%

INSTRUMENTO DE MEDIÇÃO A LASER

(STARRETT) MEDIDOR DE DISTÂNCIA A LASER STARRETT KLMS-30	1	50%
(STANLEY) NIVELADOR LASER DW088K	2	25%
(IRWIN) NIVELADOR LASER DW088K	3	16.70%
(MAKITA) SK103PZ NIVELADOR A LASER	4	8.30%

MÁQUINA ELÉTRICA DE BANCADA

(GAMMA) G683 PLAINA DESENGROSSADEIRA 12 ffi" 1500 W	1	42.10%
(MAKITA) 2012NB PLAINA DESENGROSSO C/ PARADA RAPIDA	2	31.60%
(CORTAG) CORTADORE ELÉTRICO LINHA ZAPP	3	26.30%

TRENA

(STARRETT) TRENA DE BOLSO SÉRIE STARRETT	1	60.90%
(VONDER) TRENA ECONÔMICA VONDER	2	17.40%
(STANLEY) TRENA BÁSICA STANLEY DE 5 METROS	3	10.90%
(IRWIN) TRENA STANDARD DE 5M	4	6.50%
(TRAMONTINA) TRENA PROFISSIONAL - 43158/305	5	4.30%

MAIS DO QUE O MELHOR PRODUTO DO ANO, O MELHOR PRODUTO PRA VOCÊ

A **Astra** trabalha para fabricar itens de qualidade que sejam soluções para o dia a dia.

Design funcional e atendimento de ponta fortalecem todos os dias a nossa parceria.

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

ASTRA 60 ANOS

ARMÁRIOS PARA COZINHA EM MDF; PP; OBS

(A. .J. RORATO) ARMÁRIO ACONCHEGO BEIJING	1	76.90%
(GABINETES IMIGRANTES) GABINETE MÁLAGA	2	11.50%
(MGM MÓVEIS) BALCÃO COZINHA ROMA	2	11.50%

BEBEDOURO

(IBBL) BDF IBBL	1	76.90%
(ELECTROLUX) BEBEDOR DE ÁGUA BRANCO BC21B COM COMPRESSOR	2	23.10%

FILTRO

(LORENZETTI) ACQUA BELLA	1	48.40%
(ACQUABIOS) LINHA COLOR ACQUA E05	2	25.80%
(DURÍN) H2O PONTO DE ENTRADA DURÍN	3	19.40%
(IBBL) C+3 IBBL	4	3.20%
(PURIFIC) PURIFICADOR PURIFIC ECOLOGICO	4	3.20%

PIA DE MATERIAL SINTÉTICO

(A. .J. RORATO) PIA RORALIT MÁRMORE SINTÉTICO GRANITADA	1	70%
(DECORALITA) PIA DE MASSA COR BRANCA TAMANHO 1,20	2	30%

PIA E CUBA DE INOX

(TRAMONTINA) KIT MORGANA 60 FX - 93806/112	1	61.90%
(GHELPLUS) PIA INOX BALI 1,20 COM CUBA N4	2	38.10%

KRONA
TUBOS E CONEXÕES

2017. UM ANO REPLETO DE CONQUISTAS.

2017 MIX dos melhores produtos do ano

21º MELHOR PRODUTO DO ANO

Após a grande honra de receber o Top Of Mind, estamos comemorando um novo prêmio: Melhores do Ano Revenda.

A Krona acaba de receber mais um importante prêmio que reafirma o fortalecimento da nossa marca. Um reconhecimento que vem do trabalho dos nossos colaboradores, equipe de vendas e clientes. A gente agradece esse time que diariamente contribui para o sucesso dos nossos produtos, colocando a Krona entre as marcas mais vendidas do segmento.

Conheça as nossas linhas:
Água Fria • Água Quente • Esgoto •
Esgoto Série Reforçada • Elétrica • Acessórios.

krona.com.br
asuaobra.com.br

QUEM QUESTIONA USA KRONA

PROPAGUE

PRATELEIRA

(PRAT-K) PRATELEIRA	1	44.80%
(ASTRA) PRATELEIRAS PLÁSTICAS	2	31%
(FICO) PRATELEIRA CASA FÁCIL	3	17.20%
(TRAMONTINA) PRATELEIRA EM MADEIRA MACIÇA U E BORDAS EM PVC	4	6.90%

PURIFICADOR DE ÁGUA

(LORENZETTI) GIOVIALE	1	60.00%
(DURÍN) PURIFICADOR PORTO BELO	2	25.00%
(ELECTROLUX) PURIFICADOR DE ÁGUA PE11B	3	10.00%
(PURIFIC) PURIFICADOR PURIFIC SAÚDE	4	5.00%

TORNEIRA PARA COZINHA

(DECA) LINHA MAX	1	42.90%
(LORENZETTI) LORENFIT SLIM	2	28.60%
(DOCOL) TORNEIRA DOC PRETA	3	17.50%
(ASTRA) 1156J30	4	6.30%
(HERC) TORNEIRA COZINHA COM ALAVANCA 18CM	5	4.80%

MATERIAL BÁSICO

BETONEIRA

(CSM) CSM 1 TRAÇO SUPER 400 LITROS	1	31.30%
(IRMÃOS FISCHER) MOB 130 LITROS	2	23.40%
(MOTOMIL) MB-400P	2	23.40%
(HORBACH) BETONEIRA 400 LTS	3	15.60%
(ALZA) ALZA M-400	4	6.30%

NOVAS LINHAS DE AÇO E ALUMÍNIO

KOMPACTA & ALUMISLIM

Prontos para instalação (pintado e com vidro)

- Novos formatos e opções de modelos com grade
- Qualidade e garantia Sasazaki

AGORA VOCÊ TEM + ESCOLHAS

Linhas de produtos da Sasazaki que mais crescem em vendas em 2017.

SASAZAKI
Portas e Janelas

SASAZAKI.COM.BR SASAZAKIOFICIAL

Janela Veneziana de Correr
Grade Quadriculada 6 folhas
Linha Prátika

Janela Veneziana de Correr
sem grade 3 folhas
Linha Alumifort

Tenha em sua loja os melhores produtos do ano!

21º MELHOR PRODUTO DO ANO

CAL HIDRATADA

(VOTORANTIM CIMENTOS) CAL HIDRATADA ITAÚ	1	71.80%
(HIDRACOR) SUPERCAL	2	28.20%

CARRINHO DE MÃO

(IRMÃOS FISCHER) 60 LITROS IRMÃOS FISCHER	1	39.80%
(TRAMONTINA) CAÇAMBA METÁLICA EXTRA FORTE - CAPACIDADE 65 L	2	28.60%
(MAESTRO) CARRINHO DE MÃO MAESTRO MASTER PRETO	3	18.90%
(ALZA) ALZA / TITAN	4	9.20%
(METALOSA) CARRINHO DE MÃO METALFORTE	5	3.40%

CIMENTO

(VOTORANTIM CIMENTOS) ITAÚ/POTY/ TOCANTINS/VOTORAN	1	85.20%
(INTERCEMENT) CAUÊ / CIMPOR / GOIÁS / ZEBU	2	10.30%
(CIMENTOS LIZ) CP IV-32 RS	3	1.80%
(CIMENTOS CAMPEÃO) CIMENTOS CAMPEÃO	4	0.90%
(LAFARGEHOLCIM) CIMENTO MONTES CLAROS	4	0.90%
(NASSAU) CPIV NASSAU	4	0.90%

FORRO DE PVC

(PLASBIL) 200 X 7 GÊMINI FRISADO BRANCO	1	57.80%
(POLIFORT) FORRO GEMINI 200MM	2	30.30%
(MAJESTIC) FORRO DE PVC MAJESTIC	3	9.20%
(ARAFORROS) FORRO DECOR	4	2.80%

1º Lugar

ATACADISTA DISTRIBUIDOR

PELA 12ª VEZ CONSECUTIVA O MÉRITO É SEU!
OBRIGADO!

TAMBASA
ATACADISTAS ®

www.tambasa.com.br
(31) 3359-0000

IMPERMEABILIZANTE

(VEDACIT OTTO BAUMGART) VEDACIT	1	48.50%
(WEBER QUARTZOLIT) TECPLUS TOP QUARTZOLIT	2	29.10%
(SIKA) SIKAFILL RAPIDO	3	17.20%
(VIAPOL) VIAPLUS TOP 18KG	4	4.00%
(TECRYL) TECRYL-D3	5	1.30%

MANTA ASFÁLTICA

(VEDACIT OTTO BAUMGART) VEDAMAX	1	37.30%
(SIKA) SIKA MANTA	2	24.30%
(WEBER QUARTZOLIT) TIPO III 4MM	3	23.20%
(VIAPOL) MANTA ASFÁLTICA VIAPOL LAJE GLASS 3MM	4	15.10%

TELA, TRELIÇA E ARAME RECOZIDO

(GERDAU) TELA, TRELIÇA E ARAME RECOZIDO GERDAU	1	77.70%
(ARCELORMITTAL) TELAS E TRELIÇAS NERVURADAS E RECOZIDO PRATICO	2	16.20%
(MORLAN) TELHAS HEXAGONAIS COLERA BRANCA E PIAU	3	6.10%

TELHA CERÂMICA E SINTÉTICA

(PRECON) TELHA DE PVC PRECONVC	1	33.30%
(CERAMICA MONTE CARMELO) TELHA PORTUGUESA MONTE CARMELO	2	30.60%
(BARROBELLO) TELHA ROMANA REALEZA PLUS	3	19.40%
(TELHAS SIMONASSI) TELHA SUPERPLAN BAHIA	4	16.70%

OBRIGADO PELA PARCERIA E CONFIANÇA!

• MANTA ASFÁLTICA • ESPUMA DE POLIURETANO • IMPERMEABILIZANTE • CUPINICIDA •

MELHOR PRODUTO 21º DO ANO

AUMENTE O SOM! SIGA NOSSAS PLAYLISTS NO SPOTIFY

Da nossa família para a sua.

VEDACIT

protege o seu mundo há mais de 80 anos

GARANTINDO O MAIOR GIRO E LUCRATIVIDADE NO PDV, FOMOS ELEITOS POR VOCÊ:

- 1º LUGAR NO SEGMENTO DE IMPERMEABILIZANTE
- 1º LUGAR NO SEGMENTO DE MANTA ASFÁLTICA
- 1º LUGAR NO SEGMENTO DE ESPUMA DE POLIURETANO
- 2º LUGAR CUPINICIDA

O SEU RECONHECIMENTO É PARTE DA NOSSA HISTÓRIA.

www.vedacit.com.br

TELHA DE FIBROCIMENTO

(ETERNIT) TELHA ONDULADA	1	43.50%
(BRASILIT) TELHA ONDULADA SEM AMIANTO	2	35.50%
(INFIBRA / PERMATEX) TELHA DE FIBROCIMENTO INFIBRA	3	8.00%
(PRECON) TELHAS FIBROCIMENTO PRECON	3	8.00%
(CONFIBRA) TELHA DE FIBROCIMENTO 244 X 110 X 5 MM	4	5.10%

VERGALHÃO

(GERDAU) VERGALHÃO GERDAU GG50	1	83.30%
(ARCELORMITTAL) VERGALHÃO ARCELORMITTAL 50 SOLDÁVEL (CA50 S)	2	15.60%
(CSN) VERGALHÃO CSN50	3	1.10%

MATERIAL DE ACABAMENTO

ARGAMASSA

(WEBER QUARTZOLIT) CIMENTCOLA INTERNO QUARTZOLIT	1	58.00%
(VOTORANTIM CIMENTOS) VOTOMASSA ACI CERÂMICA INTERNA	2	23.50%
(PRECON) ARGAMASSA PRECON	3	6.20%
(PORTOKOLL) ARGAMASSA COLANTE 4 EM 1	3	6.20%
(CERAMFIX) MULTI PORCELANATO INTERNO	4	3.70%
(ARGAFORTE) FORT PREMIER SUPER	5	1.20%
(DIRECIONAL) ARGAMASSA COLANTE DIRECIONAL	5	1.20%

PORCELANATO

(CERÂMICA ELIZABETH) CEMENTO CONCRETO 84X84	1	36.80%
(INCEPA)	2	26.30%
(ELIANE) MUNARI CIMENTO 90X90	2	26.30%
(CERAMICA DELTA) AVÓRIO - 60 POLIDO - 60X60 E 80X80	3	10.50%

A marca número 1 de fitas adesivas na papelaria

TRADIÇÃO + MIX + QUALIDADE + GIRO

Nº1 RENTABILIDADE

adelbras®

A sua marca, a marca do seu cliente

Especialistas em FITAS ADESIVAS

Desde 1969

REJUNTAMENTO

(WEBER QUARTZOLIT) REJUNTE FLEXÍVEL QUARTZOLIT	1	70.50%
(USINA FORTALEZA) REJUNTE ACRILICO	2	11.50%
(CERAMFIX) JUNTA FINE O ORIGINAL	3	6.40%
(REJUNTAMIX) REJUNTE EXTRA FLEX	3	6.40%
(VOTORANTIM CIMENTOS) VOTOMASSA REJUNTAMENTO FLEXÍVEL	4	5.10%

REVESTIMENTO CERÂMICO

(ELIANE) DIAMANTE BRANCO	1	34.80%
(BIANCOGRES) REVESTIMENTO BIANCOGRES STELLE BLUE 32X60	2	21.70%
(INCOPISO) HD 90003	2	21.70%
(CEDASA / MAJOPAR) HD 1720 - TAMANHO 57 X 57	3	17.40%
(CERAMICA DELTA) RT-COTTON 30 - REVESTIMENTO LINHA WALL DESIGN	4	4.30%

MATERIAL ELÉTRICO

DISJUNTOR

(DANEVA LORENZETTI) DISJUNTOR LORENZETTI DIN E/OU BOLT-ON	1	25%
(STECK) MINI DISJUNTOR STECK	1	25%
(FAME) LINHA DE DISJUNTORES FAME	2	22.70%
(SOPRANO) MINI DISJUNTOR SHB	3	20.50%
(SIEMENS) MINIDISJUNTOR MODELO 5SX1	4	6.80%

EXTENSÃO ELÉTRICA / FILTRO DE LINHA

(ILUMI) EXTENSÃO COMPACTA ILUMI	1	36.80%
(DANEVA LORENZETTI) EXTENSÃO ELÉTRICA DANEVA SORT	2	26.30%
(PERLEX - GRUPO PERLEX) EXTENSÃO ELETRICA TRIPLA 2P + T. – SERIE STYLOS	3	21.10%
(MARGIRIUS) FILTRO DE LINHA BIVOLT – MG3001	4	15.80%

/silfiosecabos

SIL É A EXPRESSÃO DE CONFIANÇA EM MEU LAR.

A SIL é uma empresa 100% brasileira que tem sua qualidade premiada por quem recomenda e utiliza o produto. É a garantia de segurança e confiabilidade para sua família.
Conduzindo a energia que move a sua vida.

FIOS E CABOS, TÁ NA CARA QUE É SIL.

Produto com maior giro e lucratividade no PDV no segmento **Fio e Cabo Elétrico**

SIL

FIO E CABO ELÉTRICO

(SIL) CABO FLEXÍVEL ATOXSIL 0,6/1KV 90° C	1	46.30%
(CORFIO) CABO DE CONTROLE	2	22.20%
(COBRECOM) CABO SUPERATOX FLEX ANTICHAMA 450/750V	3	20.40%
(LAMESA) CABO FLEXÍVEL LAMEFLAM FLEX 2,5 MM	4	5.60%
(NAMBEI) CABO NAMBEINAX FLEX HEPR ATOX90°C 0,6/1 KV	4	5.60%

LÂMPADA FLUORESCENTE (COMPACTA E TUBULAR)

(TASCHIBRA) 3U E FULL SPIRAL	1	28.80%
(LEDVANCE) LÂMPADA ELETRÔNICA OSRAM DULUXSTAR 3U 15W 220V	2	19.20%
(PHILIPS) ECOHOME STICK 23W E FLUORESCENTE TUBULAR	2	19.20%
(FLC) LAMP FLUOR 2U 15W	3	7.70%
(AVANT) CFLI 3U	4	5.80%

LÂMPADA DE LED

(TASCHIBRA) LÂMPADAS TKLS	1	41.70%
(OUROLUX) LAMPADA SUPERLED BULBO	2	29.20%
(FLC) LAMP LED A55 45W BIV 6500K	3	14.60%
(LÂMPADAS GOLDEN) ULTRALED A60 8W 6500K	4	8.30%
(PHILIPS) LEDBULB 8W 6500K	5	6.30%

LUMINÁRIA

(TASCHIBRA) SLIM, BRILHARE, LUMIFÁCIL E MULTIUSO LED	1	39.00%
(BLUMENAU ILUMINAÇAO) PAINEL LED BLUMENAU ILUMINAÇÃO.	2	22.00%
(ILUMI) TARTARUGA	3	19.50%
(ECP) LUMINÁRIA SLIM FLUOR 2X40	4	12.20%
(BRONZEARTE) LUSTRE CLASSIC 8 LUZES E 14 TRANSPARENTE, COD GD 721608LS	5	7.30%

O MELHOR RECONHECIMENTO É ACENDER A SUA VIDA.

LED

Vencedora no segmento iluminação no Prêmio Melhor Produto do Ano.

1º LUGAR
LÂMPADA LED

1º LUGAR
LUMINÁRIA

2º LUGAR
LÂMPADA FLUORESCENTE

Após anos recebendo o prêmio na categoria Luminária, estamos honrados pelas conquistas nas categorias Lâmpada LED e Lâmpada Fluorescente, resultado que nos motiva a oferecer com comprometimento e qualidade sempre o nosso melhor.

taschibra.com.br

21º MELHOR PRODUTO DO ANO

TASCHIBRA®
Acende sua vida

PINO ADAPTADOR DE TOMADA

(ILUMI) PINO ADAPTADOR 1209 ILUMI	1	31.00%
(FAME) SÉRIE DE SOBREPOR	2	29.30%
(TRAMONTINA) PLUGUE MACHO 2P+T 10A 250V - 57403/003	3	20.70%
(DANEVA LORENZETTI) PINO ADAPTADOR DANEVA 2P E/OU 2P+T	4	8.60%
(MEC-TRONIC) LINHA DE TOMADAS E INTERRUPTORES PETRA	5	5.20%
(PERLEX - GRUPO PERLEX) CÓDIGO 345 ADAPTADOR 2P + T – 10 A	5	5.20%

PORTEIRO ELETRÔNICO

(HDL) PORTEIRO ELETRONICO F8S	1	47.60%
(INTELBRAS) IPR 8010	2	28.60%
(AMELCO) AMCD 100	3	23.80%

QUADRO DE DISTRIBUIÇÃO

(TIGRE) QUADROS DISTRIBUIÇÃO TIGRE	1	69.80%
(FAME) LINHA DE QUADROS DE DISTRIBUIÇÃO DE SOBREPOR E EMBUTIR	2	17.00%
(AMANCO) AMANCO QUADRO DE DISTRIBUIÇÃO	3	7.50%
(ILUMI) QUADRO PARA DISJUNTORES 1NEMA/2 DIN SOBREPOR 62065	4	3.80%
(LEGRAND) QUADRO DE DISTRIBUIÇÃO CEMARPLAST	5	1.90%

REATOR

(ECP) REATOR AF LUMI 2X40/36W AFB BIVOLT	1	44.70%
(RCG) REATOR ELETRÔNICO 2X40W P.	2	28.90%
(PHILIPS) REATOR PHILIPS	3	13.20%
(INTRAL) REATOR REH – T5 SLIM INTRAL	4	7.90%
(MARGIRIUS) REATOR MARGIRIUS	5	5.30%

QUEM COMPARA QUALIDADE
SEMPRE PEDE LAMESA
MAIS SEGURANÇA E TRANQUILIDADE PARA SUA OBRA

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

LAMESA
FIOS E CABOS ELÉTRICOS

INMETRO

TÜVRheinland
OCP 0004

QUALIFIO

TOMADA, PLUGUE E INTERRUPTOR

(FAME) SÉRIE EVIDENCE	1	50.00%
(PERLEX - GRUPO PERLEX) TOMADA E INTERRUPTOR PERLEX SERIE PUMALIGHT	2	20.00%
(TRAMONTINA) INTERRUPTOR SIMPLES + 1 TOMADA 2P+T 10A 250V	3	18.30%
(ILUMI) MONOBLOCO DUPLA STYLUS	4	11.70%

MATERIAL HIDRÁULICO

CAIXA D ÁGUA DE FIBRA DE VIDRO

(FORTLEV) CAIXA D ÀGUA DE FIBRA DE VIDRO 25.000L	1	53.60%
(BAKOF) CAIXA D ÁGUA BAKOF TEC	2	41.10%
(GLASSMAR) CAIXA GLASSMAR 10 MIL LITROS	3	5.40%

CAIXA D ÁGUA DE POLIETILENO

(FORTLEV) CAIXA D ÁGUA DE POLIETILENO 1.000L	1	51.90%
(TIGRE) CAIXA D ÁGUA TIGRE	2	29.60%
(ACQUALIMP) CAIXA DÁGUA PROTEGIDA	3	7.40%
(BAKOF) CAIXA D ÁGUA BAKOF TEC	3	7.40%
(AMANCO) AMANCO RESERVATÓRIOS	4	3.70%

CISTERNA

(FORTLEV) CISTERNA VERTICAL 5.000L FORTLEV	1	48.00%
(ACQUALIMP) CISTERNA EQUIPADA PARA ÁGUA DE CHUVA	2	32.00%
(BAKOF) CISTERNA BAKOF TEC	3	16.00%
(AMANCO) AMANCO CISTERNA	4	4.00%

NORTON
SAINT-GOBAIN

MELHOR PRODUTO DO ANO É NORTON

Obrigado Lojista por ter escolhido
a Norton para o seu produto do ano
no Prêmio Revenda!

Primeiro lugar nos produtos:

Disco de Corte BNA 12

Disco Diamantado - Pro

Lixa Massa

Para mais informações:

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

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

MANGUEIRA PARA JARDIM

(TRAMONTINA) MANGUEIRA FLEX PARA JARDIM	1	59.00%
(IBIRÁ) MANGUEIRA PARA JARDIM IBIRÁ	2	17.90%
(PLASBOHN) MANGUEIRA PARA JARDIM PLASBOHN	3	15.40%
(VIQUA) MANGUEIRA TOPFLEX	4	7.70%

TORNEIRA DE PLÁSTICO

(HERC) TORNEIRA PARA JARDIM	1	39.30%
(LORENZETTI) LORENZETTI FORTTI	2	19.70%
(KRONA) TORNEIRA DE PLÁSTICO KRONA	3	14.80%
(DURÍN) TORNEIRA MULTIUSO DURÍN	4	13.10%
(VIQUA) TORNEIRA PARA JARDIM PRETA	4	13.10%

TORNEIRA EM ABS

(LORENZETTI) LORENZETTI FORTTI	1	26.20%
(VIQUA) TORNEIRA DE PAREDE BICA MÓVEL FIRNZA CRISTAL	2	23.80%
(HERC) TORNEIRA PARA COZINHA BICA MÓVEL	3	21.40%
(DURÍN) TORNEIRA BÚZIOS	4	19.00%
(ASTRA) 1195IHP	5	9.50%

TUBO E CONEXÃO DE COBRE

(PARANAPANEMA) TUBO E22	1	83.00%
(RAMO CONEXÕES) COTOVELO DE COBRE 22MM	2	8.50%
(COBRESUL) TUBO DE COBRE CLASSE E 22 MM (NBR 13206)	2	8.50%

PRÊMIO MELHOR PRODUTO DO ANO
REVENDA CONSTRUÇÃO

STAM, É VENDA CERTA NA SUA LOJA.

803/03 EI
1º lugar no segmento Fechadura

Cadeado com Chave
Zamac Latonado 20mm
3º lugar no segmento Cadeado

Muito obrigado!

O seu reconhecimento é o que impulsiona a nossa dedicação em estar sempre à frente, trazendo ao mercado produtos desenvolvidos para atender todas as necessidades com **segurança, qualidade, durabilidade e alta tecnologia.**

A MARCA LÍDER DE MERCADO NO BRASIL

stam.com.br | SAC 0800 024 1020

/stammetalurgica @stambrasil

stam

TUBO E CONEXÃO GALVANIZADO

(TUPY) BSP	1	84.60%
(APOLO) TUBO E CONEXÃO APOLO	2	7.70%
(H-MECH) COTOVELO 2	2	7.70%

TUBO E CONEXÃO PARA ÁGUA QUENTE

(TIGRE) TUBOS E CONEXÕES AQUATHERM	1	83.30%
(AMANCO) AMANCO SUPER CPVC	2	52.80%
(KRONA) TUBOS E CONEXÕES DE PPR PARA ÁGUA QUENTE KRONA	3	41.70%

TUBO E CONEXÃO PARA ÁGUA FRIA

(TIGRE) TUBOS E CONEXÕES SOLDÁVEIS TIGRE	1	41.70%
(KRONA) TUBOS E CONEXÕES DE PVC PARA ÁGUA FRIA KRONA	2	26.40%
(AMANCO) AMANCO TUBO DE PVC SOLDÁVEL PARA ÁGUA FRIA	3	20.80%
(FORTLEV) TUBO SOLDÁVEL 25MM FORTLEV	4	5.60%
(PLASTUBOS) TUBO DE PVC SOLDÁVEL PARA ÁGUA FRIA PLASTUBOS	4	5.60%

ITENS PARA BANHEIRO

ACESSÓRIO PARA BANHEIRO

(DECA) ACESSÓRIOS FLEX	1	40.00%
(ASTRA) KBB1	2	22.20%
(DOCOL) ACESSÓRIOS TRIP	2	22.20%
(BLUKIT) SIFÃO TUBO EXTENSIVO UNIVERSAL	3	15.60%

A linha mais completa do Brasil

grupo perlex

Agradecemos a nossos Clientes pelo reconhecimento de Melhor Produto do Ano!

21º MELHOR PRODUTO DO ANO

2017 MIX dos melhores produtos do ano

Linhas de Interruptores e Tomadas

A cada dia estamos nos reinventando para melhoria de nossos produtos e serviços

Extensão e Filtro de linha

Porta Sanfonada

Plugue e Prolongadores

Vendas
(11) 4661.2414

www.grupoperlex.com.br

Há 55 anos presente no seu dia a dia com Produtos de Qualidade e Durabilidade !

ARMÁRIO E ESPELHO PARA PAREDE

(ASTRA) ESPELHO COM ARMÁRIO - TOPÁZIO	1	64.90%
(A. J. RORATO) ARMÁRIO VIENA SUSPENSO +GAVETÃO	2	24.30%
(HERC) ARMÁRIO PARA BANHEIRO	3	8.10%
(EXPAMBOX) ARMÁRIOS BONA DEA	4	2.70%

ARMÁRIO PARA BANHEIRO EM MDF; PP; OBS

(A. J. RORATO) ARMÁRIO MÔNACO SUSPENSO	1	58.30%
(ASTRA) GABINETE CHOPIN	2	29.20%
(BALCONY) RAVENA 80	3	4.20%
(FABRIBAM) ECO SUSPENSO 60	3	4.20%
(MGM MÓVEIS) ARMÁRIO VIENA C/ ESPELHEIRA	3	4.20%

ASSENTO SANITÁRIO

(ASTRA) TPK/AS	1	64.30%
(DECA) ASSENTO TERMOFIXO COM SLOW CLOSE E EASY CLEAN	2	38.10%
(TIGRE) ASSENTO SANITÁRIO SUAVIT	3	14.30%
(AMANCO) AMANCO SOFT CLOSE	4	4.80%
(GRUPO ROCA) ASSENTO TERMOFIXO DEBBA	5	2.40%

BANHEIRA

(ASTRA) ACAPULCO	1	71.40%
(MONDIALLE) BANHEIRA ROMA	2	28.60%

Cortador profissional Linha HD

Pela 15ª vez consecutiva somos 1ª lugar na categoria Cortador Manual de Revestimento Cerâmico e Porcelanato.

Cortador elétrico Linha ZAPP

3ª lugar na categoria Máquina Elétrica de Bancada.

21º MELHOR PRODUTO DO ANO

A todos os revendedores,
o nosso muito obrigado!

CORTAG
REVOLUTION TOOLS

CHUVEIRO E TORNEIRA ELÉTRICA

(LORENZETTI) DUCHA ADVANCED E TORNEIRA LORENEASY	1	68.00%
(HYDRA CORONA) CHUVEIRO FIT E TORNEIRA SLIM	2	13.30%
(FAME) NOVA KIBANHO E TORNEIRA ELEGANCE	3	12.00%
(ZAGONEL) DUCHA ELETRÔNICA MASTER BANHO E TRONEIRA PRIMA TOUCH	4	6.70%

LOUÇA SANITÁRIA

(DECA) CUBA L.830	1	56.40%
(INCEPA) BACIA COM CAIXA FIT	2	23.10%
(FIORI) PRÍMULA PLUS	3	7.70%
(ICASA) LINHA SABATINI	3	7.70%
(GRUPO ROCA) LINHA DEBBA	4	5.10%

METAL SANITÁRIO

(DECA) LINHA LINK	1	65.60%
(LORENZETTI) LORENONE	2	21.90%
(DOCOL) MISTURADOR DOCOLSTILLO	3	12.50%

SISTEMA DE AQUECIMENTO A GÁS

(LORENZETTI) LZ 1600 D	1	62.50%
(KOMECO) KO 20DI (INOX)	2	20.80%
(RINNAI) E21 (REU-E210 FEHB/G)	3	16.70%

LANÇAMENTO

Linha Gelo

RADIAL

1807.001 1 Tecla Simples

1807.004 3 Teclas Simples

1807.089 1 Tecla Minuteria

1807.121 1 Tecla Simples e 1 Tomada

1407.012 Tomada Telefone Padrão + Modular

1407.018 Tomada para Rec RJ 45

1807.117 2 Tomadas 2P+T Distanciadas

1807.113 Tomada 2 Polos + Terra

1807.003 2 Teclas Simples

1807.183 1 Tecla Bipolar Simples

1807.376 Tomada 2 Polos + Terra

1807.160 Campainha Cigarra Bivolt 110V / 240 V

1807.122 2 Teclas Simples e 1 Tomada

1407.022 Conector para Antena

1807.140 1 Tecla Simples e 1 Tomada

1807.103 1 Tomada

1707.109 2 Teclas e 1 Tomada

1707.027 3 Teclas + 1 Tomada

RADIAL 41 anos

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

forusi
metais sanitários

torneira ACQUA sensor

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

A natureza depende de pequenos gestos!

FORUSI 40 anos desde 1975

linha completa em: www.forusi.com.br

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

Botão que regula o fluxo de água

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

monocomando ACQUA

TINTAS E ACESSÓRIOS PARA PINTURA

ACESSÓRIO PARA PINTURA

(PINCÉIS ATLAS) ROLO ANTIGOTA ATLAS	1	57.10%
(TIGRE FERRAMENTAS PARA PINTURA) TRINCHA	2	27.00%
(CONDOR PINCÉIS) ROLO DE MICROFIBRA 20MM PINTA MAIS EXTRA	3	9.50%
(PINCEIS CASTOR) ROLO DE LÃ CLEAN	4	6.30%

COLA

(HENKEL) CASCOLA TRADICIONAL	1	48.10%
(BRASCOLA) COLA TUBO BRASCOLA	2	21.20%
(TIGRE) ADESIVO PLÁSTICO PARA PVC TIGRE	3	17.30%
(TEKBOND) COLA 793 20GR	4	7.70%
(FORTFIX) SUPER COLA FORTFIX	5	5.80%

CUPINICIDA

(JIMO) JIMO CUPIM	1	85.70%
(VEDACIT OTTO BAUMGART) PENETROL	2	8.60%
(MONTANA QUIMICA) PENTOX	3	5.70%

EQUIPAMENTO PARA PROTEÇÃO INDIVIDUAL

(VONDER) ÓCULOS DE SEGURANÇA VONDER	1	41.90%
(3M) MÁSCARAS	2	30.20%
(PINCÉIS ATLAS) MÁSCARA PFF2 ATLAS	3	11.60%
(WORKER) LUVAS DE SEGURANÇA	4	9.30%
(KALIPSO) LEOPARDO C.A 11.268	5	7.00%

TELHAS ECONOFLEX

Resistentes e duráveis

21º MELHOR PRODUTO DO ANO

PROJETO VOTADO 2017 MIX dos melhores produtos do ano

A telha de fibrocimento

que vem surpreendendo o mercado com sua qualidade.

INFIBRA®

www.infibra.com.br

0800-707-3420 19-3573-6400 sac@infibra.com.br

FITA ADESIVA

(3M) FITA DUPLA FACE USO DOMÉSTICO	1	57.10%
(ADERE) FITA CREPE PARA PINTURA IMOBILIÁRIA COD 427	2	22.20%
(ADELBRAS) MASK CREPE 710	3	11.10%
(NORTON SAINT-GOBAIN) FITA CREPE DE USO GERAL	4	7.90%
(DOBLE A) C903 - FITA CREPE USO GERAL	5	1.60%

LIXA

(NORTON SAINT-GOBAIN) LIXA MASSA A257	1	64.50%
(3M) LIXA MASSA	2	15.80%
(LIXAS TATU) DISCO FLAP	3	10.50%
(CARBORUNDUM) LIXA FERRO CAR41	4	7.90%
(TIGRE FERRAMENTAS PARA PINTURA) LIXA MASSA – REFERENCIA 800	5	1.30%

ÓLEO DESINGRIPANTE E ANTICORROSIVO

(WD-40) WD-40	1	85.40%
(MUNDIAL PRIME) DESENGRIPANTE MP1 LUB	2	10.40%
(WURTH) DESINGRIPANTE W-MAX – PROFISSIONAL	3	4.20%

REVESTIMENTO TEXTURIZADO

(AKZONOBEL / CORAL) CORAL TEXTURA RUSTICA	1	42.90%
(SUVINIL) SUVINIL TEXTURATTO CLÁSSICO	2	28.60%
(LUKSCOLOR) TEXTURA LUKSARTE GRAF.	3	14.30%
(EUCATEX) EUCATEX TEXTURA ACRÍLICA	3	14.30%

21º MELHOR PRODUTO DO ANO

ADERE® É MAIS PRÊMIOS EM 2017

Muito Obrigado!

A Fita Crepe ADERE® é novamente destaque na premiação MELHOR PRODUTO DO ANO na categoria Fitas Adesivas.

Agradecemos o empenho de toda equipe ADERE® e o reconhecimento e parceria de nossos clientes!

50 anos

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

ADERE® Colou, tá colado.

100% COM VOCÊ

TEK BOND®

PARA TUDO QUE DEVE DURAR

Aumente o seu lucro com os produtos da empresa de adesivos que mais cresce no Brasil

Fique colado nas oportunidades de uma empresa que oferece mais de 500 itens diferentes
que atendem aos segmentos de construção, indústria, automotivo, moveleiro, calçadista, artesanato e consumo.

Vem crescer com a Tekbond!

Araldite®

AGORA, A MARCA DE EPÓXI LÍQUIDO
MAIS CONHECIDA DO BRASIL FAZ PARTE
DO PORTFÓLIO DE PRODUTOS DA TEKBOND.

TEKBOND.COM.BR/ARALDITE

SILICONE

(TEKBOND) SILICONE ACÉTICO TRANSPARENTE 50GR	1	34.10%
(HENKEL) CASCOLA FLEXITE USO GERAL	1	34.10%
(BRASCOLA) SILICONE BRASCOVES MULTIUSO	2	17.10%
(AMAZONAS) SILICONE ACÉTICO TRANSPARENTE	3	7.30%
(PULVITEC) POLYSTIC	3	7.30%

STAIN

(MONTANA QUÍMICA) OSMOCOLOR STAIN PRESERVATIVO	1	37.00%
(SUVINIL) SUVINIL SECA RAPIDO	2	25.90%
(SAYERLACK) POLISTEN SAYERLACK	3	18.50%
(SPARLACK) STAIN BASE ÁGUA	3	18.50%

TINTA EM GERAL

(SUVINIL) SUVINIL FOSCO COMPLETO	1	42.00%
(AKZONOBEL / CORAL) CORAL SUPER LAVAVEL	2	20.00%
(SHERWIN WILLIAMS) MRTALATEX FOSCO PERFEITO	2	20.00%
(EUCATEX) EUCATEX ACRÍLICO PREMIUM SEM CHEIRO	3	8.00%
(LUKSCOLOR) LÁTEX PREMIUM LUKSCOLOR	3	8.00%
(HIDRACOR) REND MAIS	4	2.00%

TINTA EM PÓ A BASE DE CAL

(HIDRACOR) TINTA PÓ	1	35.70%
(DIRECIONAL) TINTA EM PÓ DIRECIONAL	2	28.60%
(CERRO BRANCO) TINTA EM PÓ A BASE DE CAL CERRO BRANCO	3	14.30%
(VOTORANTIM CIMENTOS) CAL DE PINTURA ITAÚ	3	14.30%
(JUNTALIDER) TINTA EM PÓ A BASE DE CAL JUNTALIDER	4	7.10%

LEROY MERLIN TAMBORÉ **INOVA**

Decorar todos os ambientes da casa é algo que exige dedicação e pesquisa, mas personalizar alguns objetos, tornando-os ainda mais parecidos com a sua personalidade é a aposta da Leroy Merlin Tamboré. A loja, em parceria com o projeto Idea 10, montou um espaço, que além de personalizado, traz exclusividade ao Cliente, unindo customização e inovação, com um modelo único no mundo.

É possível personalizar sua impressão em madeira, aço, porcelanatos, além de impressão em azulejos, vidros e MDF, esses são apenas alguns dos materiais que você pode se interessar na hora de customizar. Os objetos prometem trazer uma nova experiência para os Clientes e estilizar o ambiente da casa com criatividade, exclusividade e inovação. O processo é feito com uma impressora de grande porte, a Canon Océ Arizona, de modelo AZ-460GT, que atualmente, com a mais alta tecnologia presente no mercado, é capaz de produzir e desenvolver cerca de 40 milhões de imagens. Além das opções existentes, você também pode levar os desenhos que desejar, como uma foto de um familiar, amigo, ou ídolo... Ou escolher um dos modelos expostos na loja, que vão de obras de arte a estampas do momento.

"Percebendo a procura dos clientes por novidades em decoração, a apresentação do Ideia 10, uniu esse desejo a realização final. Para a Leroy Merlin, que visa a inovação, essa parceria nos coloca a frente de muitas marcas. A intenção é oferecer o serviço em outras lojas da Grande São Paulo, mas a produção do material se concentrará aqui em Tamboré ", afirma Roberto Carlos, diretor da loja Tamboré.

VOLTAGGIO
MATERIAIS ELÉTRICOS

AS MELHORES LINHAS DE TOMADAS E INTERRUPTORES

BRANCA E MODULAR

10 ANOS
GARANTIA

VOLTAGGIOMATERIAISELETRICOS
VOLTAGGIO_

WWW.VOLTAGGIO.COM.BR
SAC@VOLTAGGIO.COM.BR

SEGURANÇA

SUSTENTABILIDADE
NOSSO MENOR COMPROMISSO
VECO

(11) 2291-0100

VOLTAGGIO
MATERIAIS ELÉTRICOS

ARTIGO

Por Newton Guimarães

A IMPORTÂNCIA **DA MARCA** NUM CENÁRIO

A revista **Revenda Construção** abre, com exclusividade, novos dados de 2017 do Painel Comportamental de Consumo de Materiais de Construção, realizado pelo DataMkt Construção – uma iniciativa do Grupo Revenda cogerida por Leroy Merlin, Eucatex, Pincéis Atlas, Votorantim Cimentos e Deca - , que, desde 2014, acompanha a jornada de compra de consumidores que realizaram grandes obras residenciais.

No campo da pesquisa finalizada em setembro, e considerando consumidores que fizeram grandes obras residenciais há até um ano, perguntamos aos entrevistados quais canais de compras foram utilizados, independentemente dos valores gastos, volume e número de itens comprados.

É possível notar a tendência à multicanalidade deste perfil de consumidor, que combina os formatos de canais de acordo com as suas necessi dades e momento da obra. Esse comportamento, certamente estimula uma menor fidelidade em relação aos varejistas, cujo maior desafio é criar sistemas de identificação, fidelização e rastreamento desses consumidores durante a obra, e, mesmo depois, estimulando-os a continuar realizando melhorias contínuas numa residência recém-reformada, e, de preferência, comprando na mesma loja ou bandeira. Há, nesse movimento, dois ganhos: um setorial, por meio de um trabalho de aculturamento dos consumidores, dentro do conceito de que uma reforma nunca termina, pois sempre é possível tornar o lar um lugar melhor, e, outro, próprio das marcas que souberem tirar proveito destes novos hábitos e atitudes.

É possível notar a tendência à multicanalidade deste perfil de consumidor, que combina os formatos de canais de acordo com as suas necessi dades e momento da obra. Esse comportamento, certamente estimula uma menor fidelidade em relação aos varejistas, cujo maior desafio é criar sistemas de identificação, fidelização e rastreamento desses consumidores durante a obra, e, mesmo depois, estimulando-os a continuar realizando melhorias contínuas numa residência recém-reformada, e, comprando na mesma loja ou bandeira

Neste estudo de 2017, por exemplo, que realizou 900 en-

Garthen

NOVA LINHA

CORTADORES DE GRAMA ELÉTRICOS

Design, Segurança e Praticidade.

Trator para corte de gramado

Cortador elétrico GM-35E

Cortador elétrico Luxo

Cortador elétrico Robusta

Roçadeira a combustão

Cortadores a combustão

GMEG

www.gmeg.com.br

MOTOMIL

Eletroplas

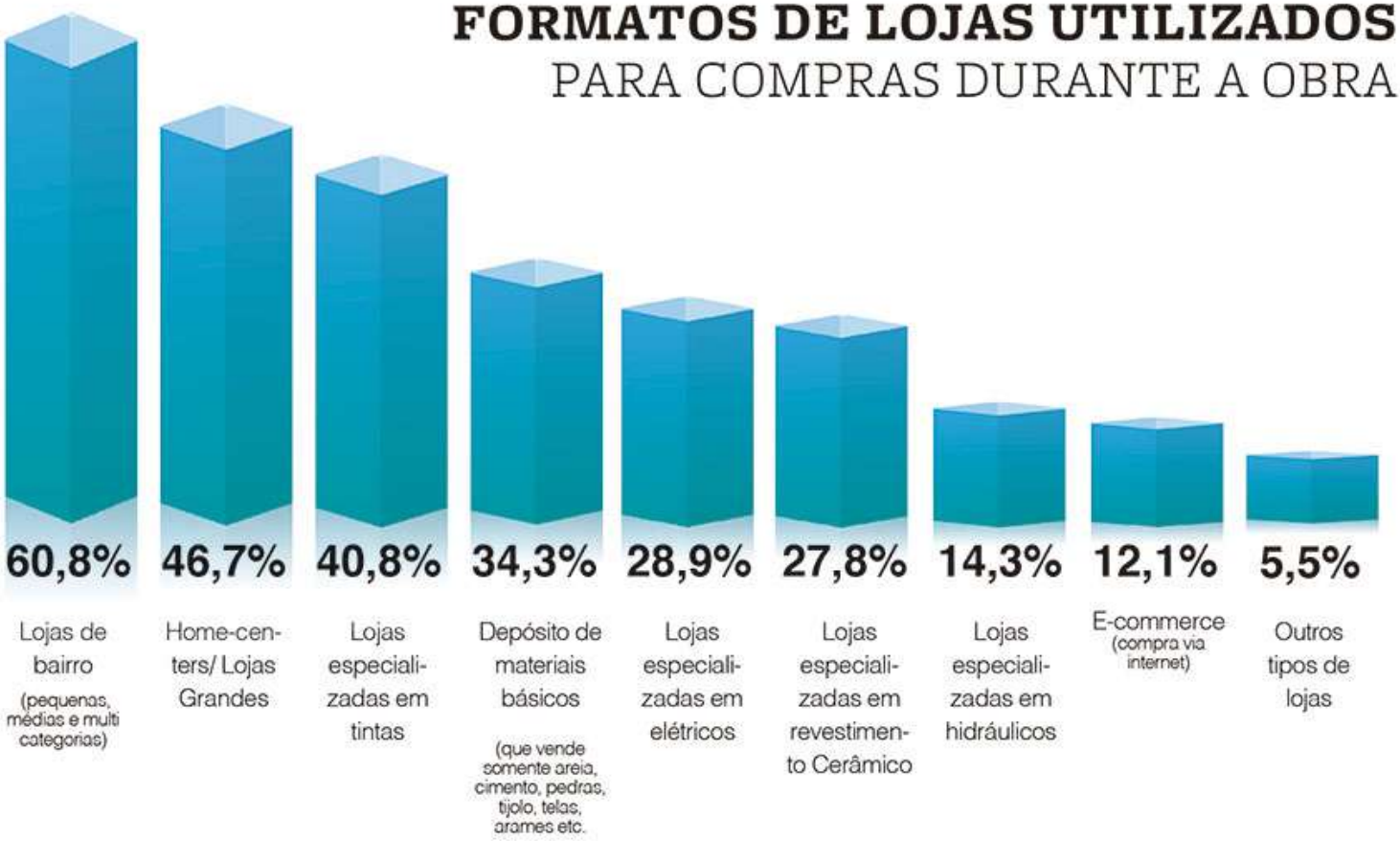
Garthen

trevistas em quatro regiões do Brasil, os entrevistados combinaram, em média, 2,7 formatos de canais durante a obra, sendo que na classe A, essa multiplicidade subiu para 3,6, e, na classe B, caiu um pouco, para 3 formatos de canais diferentes. Considerando, então, a utilização dos tipos de lojas, 60,8% dos entrevistados alegaram ter comprado nas Lojas de Bairro (pequenas, médias e multicategorias); 46,7% nos Home Centers/Lojas Grandes; 40,8% nas Lojas de Tintas; 34,3% nos Depósitos de Materiais Básicos (que vende somente areia, cimento, pedras, tijolos, telas, arames, vergalhões etc.); 28,9% nas Lojas de Materiais Elétricos; 27,8% nas Lojas de Revestimentos Cerâmicos; 14,3% nas Lojas de Materiais Hidráulicos ; 12,1% nos comércios eletrônicos (especializados ou não); e, por fim, 5,5% em outros tipos de lojas.

Desses entrevistados, que alegaram ter utilizado o e-commerce para fazer ao menos um tipo de compra de materiais de construção durante a obra, 83,3% o fizeram em um comércio eletrônico especializado em materiais de construção, e 51,4%, em comércios eletrônicos não especializados, incluindo internacionais, logo, 34,8% fizeram combinando-os. Num cenário de baixa fidelidade aos tipos de lojas para compras, seja no ambiente físico, seja no digital, é notório que no período de planejamento anterior ao início da obra os sites dos fornecedores são, desde 2014, o segundo meio mais consultado

Num cenário de baixa fidelidade aos tipos de lojas para compras, seja no ambiente físico, seja no digital, é notório que no período de planejamento anterior ao início da obra os sites dos fornecedores são, desde 2014, o segundo meio mais consultado para pesquisar e comparar informações dos materiais de construção que serão comprados numa etapa posterior, com 34,6%; superados apenas pelas próprias Lojas Físicas de Materiais de Construção, com 78,2%

FORMATOS DE LOJAS UTILIZADOS PARA COMPRAS DURANTE A OBRA



TEMAS DE MAIOR INTERESSE NOS SITES DOS FORNECEDORES DE MATERIAIS DE CONSTRUÇÃO %

Fonte: Painel de Consumo de Materias de Construção 2014 / 2015 / 106 - DataMkt Construção

Desta amostra que consu ltou os sites dos fornecedores em 2017, 55% buscaram fotos detalhadas de produtos; 49,2% informações sobre lojas físicas mais próximas para comprar os produtos; 45,3% opiniões e comentários de outros consumidores; 44,2% dicas de utilização dos produtos; 39,7% aprofundar informações técnicas e descrições dos produtos, e, 38,1% ver ambientes simulados com os produtos, apenas para ficamos nos mais citados

para pesquisar e comparar informações dos materiais de construção que serão comprados numa etapa posterior, com 34,6%; superados apenas pelas próprias Lojas Físicas de Materiais de Construção, com 78,2%.

Desta amostra que consu ltou os sites dos fornecedores em 2017, 55% buscaram fotos detalhadas de produtos; 49,2% informações sobre lojas físicas mais próximas para comprar os produtos; 45,3% opiniões e comentários de outros consumidores; 44,2% dicas de utilização dos produtos; 39,7% aprofundar informações técnicas e descrições dos produtos, e, 38,1% ver ambientes simulados com os produtos, apenas para ficamos nos mais citados. Dentro do desenvolvimento do ambiente digital no segmento, que poderá potencializar a já característica baixa fidelidade dos consumidores de materiais de construção, não é recomendável para as indústrias desperdiçarem este importante ponto de contato, buscando atender todos os anseios destes consumidores, fortalecendo as próprias marcas e aumentando as chances de conversão, quando numa loja física ou digital.

Aliás, como vimos acima, o segundo atributo mais desejado por estes consumidores diz respeito à conexão com as lojas físicas para comprar os produtos.Ou seja, este cuidado com os próprios sites, quando conjugado com o varejo, pode trazer ganhos significativos para ambos.

*** NEWTON GUIMARÃES,**
gestor do DataMkt Construção

TODOS EM ALTA

A utilização de produtos de PVC, as Portas Sanfonadas e o Drywall está crescendo nas construções. Os produtos em PVC invadiram os ambientes em forma de portas, janelas, esquadrias, divisórias, perfis, revestimentos, pisos, forros, lambris, entre outros materiais usados na construção e na decoração. As vantagens do PVC em relação a outros materiais são muitas. São mais duráveis, leves, resistentes, fáceis de instalar, limpar e, em alguns casos, praticamente não exigem manutenção, graças à sua resistência às intempéries, além de ser 100% reciclável. As portas sanfonadas são uma boa opção para espaços pequenos e têm mercado para crescer, principalmente nas construções onde os espaços são cada vez mais valorizados. Já o Drywall, o sistema caçula da construção nacional, já é aceito por grande parte dos consumidores que procuram reformar sem o inconveniente do quebra-quebra.

VONDER

Quando se fala em tecnologia, inovação e novas técnicas para a construção civil, com certeza um dos primeiros itens a serem apontados é o drywall, atualmente bastante utilizado no Brasil em novos empreendimentos imobiliários, eliminando o conceito de paredes com superfície rígida, feita de tijolos ou blocos, com massa de cimento. Esse tipo de insumo já vem sendo utilizado na Europa e nos Estados Unidos há muitos anos e chegou ao Brasil há cerca de 20 anos, substituindo as vedações internas convencionais de paredes, tetos e revestimentos.

Entre as vantagens do uso do drywall, destaca-se a rapidez, economia e facilidade na aplicação – além de ser um sistema limpo, gerando cerca de 5% de resíduos na obra, contra 30% no método tradicional de alvenaria. Isso porque sua aplicação consiste no uso de chapas de gesso galvanizado, que permitem os processos de instalações elétricas e hidráulicas – ou

seja, ideal para paredes internas. Com a propagação desse método na construção civil, o mercado vem se desenvolvendo para oferecer produtos voltados a facilitar a aplicação e melhorar o acabamento nesse tipo de material. Entre as inovações, destacam-se as ferragens e ferramentas, com novidades específicas para uso com o drywall, acompanhando as necessidades do mercado. Nesse sentido, a VONDER oferece várias opções de produtos para uso com drywall, desde ferramentas para corte e instalação, fixadores, acessórios em geral e equipamentos para o melhor acabamento. Entre os destaques, o Alicate Puncionador para Drywall AP 300 VONDER, utilizado para puncionar e unir a estrutura metálica de divisórias de drywall; os Serrote para Drywall VONDER, ideais para cortes; e os Serrote de Ponta VONDER, também usados para cortes de gesso e drywall.

Na linha de fixadores, destacam-se os Parafusos e Buchas para fixação para drywall, com ponta agulha ou autobrocantes, indispensáveis para esse sistema. Um acessório indispensável para a instalação de drywall é a Tela Adesiva Trançada, indicada para junções e emendas de placas, com adesivo que facilita a aplicação, permitindo acabamentos perfeitos com muito mais funcionalidade, agilidade e resistência.

BOSTIK-FORTALEZA

O produto de destaque da empresa é a Argamassa para Drywall Bostik-Fortaleza. Trata-se de uma argamassa formulada especialmente para atender o assentamento de revestimentos cerâmicos em placas de drywall. É produto com maior resistência e flexibilidade. Solange Olímpio, gerente de Produtos explica que a empresa recomenda que a "argamassa colante Drywall Bostik-Fortaleza deve ser exposta em um nicho com solução completa para sistema a seco composto por: placas de drywall, complementos para drywall (perfil, parafusos, fita, massa para fita), a argamassa colante e o rejuntamento acrílico." A instalação por um profissional indicado pela empresa é recomendada ao efetivar a venda, como diz Solange. "Devido o sistema a seco ser relativamente novo no mercado, recomenda-se a instalação deste sistema por profissionais especializados. No momento em que a Bostik-Fortaleza tem contato com este sistema, o que ocorre no final da obra, uma vez que somos especializados em soluções para revestimento, já há um profissional na obra, reduzindo a necessidade indicação de um profissional no momento da venda." A empresa está otimista para 2018. "Com a estabilização da crise, percebemos neste segundo semestre uma melhora do mercado. Percebemos também, que o nível de confiança do consumidor vem aumentando no decorrer dos meses. Nossa previsão é um crescimento tímido para 2017, com ótimas perspectivas para o ano 2018. Tivemos um ano com grandes desafios, portanto o cenário atual nos impulsionou a otimizarmos nossos processos, recursos

21º
MELHOR PRODUTO
DO ANO
O PRODUTO QUE
FEZ A DIFERENÇA.
A pesquisa realizada pela Revista Revenda apontam uma conquista que ficará em nossa memória. A melhoria do resultado deste ano, simboliza todo o trabalho que o Grupo vem realizando para o forte crescimento da marca. A todos os nossos clientes, parceiros e colaboradores, o nosso muitíssimo obrigado!
Porcelanato
Cemento Concreto 84x84,
eleito o melhor produto do ano.
Elizabeth

e inovarmos, tivemos grandes lançamentos de produtos tais como: a linha de selantes e adesivos, um rejunteinovador que é translúcido (Rejunte Diamante), uma nova tecnologia de um rejunte acrílico com maior resistência química, fácil limpeza (vinho, café etc.) e estabilidade de cores", diz Solange Olímpio

GYPSUM

"Somos originalmente fabricantes de sistemas drywall e também mantemos desde o início uma linha de gesssos em pó. Com o passar dos anos, e mais recentemente, já no Grupo Etex, nos posicionamos como uma empresa de soluções construtivas. Além do drywall e do gesso, que são endorsados pelas marcas Gypsum e Qualigesso, respectivamente, incorporamos duas novas linhas: Superboard e Promat. A gama Superboard apresenta nossas soluções em sistemas em chapas de fibrocimento para exteriores, fachadas e pisos. Seu diferencial está no Autoclave. As chapas Superboard são as únicas autoclavadas, que garantem uma ótima estabilidade dimensional. Com a linha Promat apresentamos o líder mundial em soluções de proteção passiva contra incêndios. Entre os sistemas e produtos destacam-se as chapas de silitacato de cálcio, os selos de passagem e os selantes corta fogo", explica Eduardo de Barros Éboli, Marketing and Communication Manager. Éboli recomenda aos revendedores que as chapas estejam visíveis no ponto de venda. Perfilados metálicos exigem um acondicionamento especial que favoreça a exposição e logística de retirada no ponto de vendas. Demais componentes e acessórios são de menor tamanho, normalmente, acondicionados em caixas e baldes. A Gypsum indica empresas para obras de porte médio ou grande para obras maiores. "Também observamos a especialidade de cada empresa de montagem e sua adequação a cada obra. Para isso, temos o GypsumPRO, que é o nosso clube de montadoras Gypsum. No caso de obras menores a indicação de montadores fica por conta do lojista / distribuidor. Oferecemos treinamentos em loco para que as empresas possam formar montadores e fidelizá-los a loja", explica Éboli.

ISOVER

Os produtos Isover são compostos por até 60% de insumos recicláveis; são os mais comprimíveis do mercado, reduzindo custos com frete; são leves, têm excelente desempenho térmico e acústico; e são100% fibrados (não decantam) e são totalmente seguros para a saúde e não pegam fogo, nem propagam chamas, em caso de incêndios. A Isover produz os isolantes Topfelt e Wallfelt Prático para as construções em Steel Frame. São feltros de lã de vidro com a função de garantir o conforto acústico entre os ambientes internos e entre unidades residenciais (casas e apartamentos). Para isolação acústica, entre ambientes que estejam divididos por sistema drywall (muito comum hoje em dia devido à facilidade de 'retrofit' – reforma), é imprescindível a utilização de isolação acústica com lã de vidro. O Wallfelt Prático tem acabamento Soft Touch, macio ao toque das mãos, facilitando a instalação.

PLACO

A empresa destaca os Forros Gyprex, Rigitone e Gyptone. Eis os diferenciais:
Gyprex: forros removíveis, instalação rápida, estética, praticidade (limpeza e manutenção); Rigitone: forros contínuos, absorção acústica, múltiplas possibilidades de design, instalação rápida; **Gyptone:** forros removíveis e contínuos, absorção acústica, tecnologia Activ'Air, estética original, praticidade (limpeza e manutenção). A Placo Saint-Gobain conta com uma equipe comercial dedicada aos clientes revendedores, suporte técnico diferenciado (para auxílio aos projetos e dúvidas técnicas de seus clientes), equipe comercial interna, capacitação dos funcionários da revenda, treinamentos técnicos, entre outros.

FIXTIL

A Fixtil possui uma linha de Acessórios para fixação em drywall e forros de gesso, entre eles, buchas e parafusos especiais para drywall, incluindo ganchos , escápulas e pitões. Destaque para a Linha de Buchas especiais para gesso e drywall: BTB- Bucha toggler bolt para Drywall com parafuso máquina. "Possui um reforço em metal, que se prende à parte interna da parede por meio do ajuste de um guia plástico, que desliza sobre o parafuso. É indicada para fixações médias e pesadas em Drywall", informa Adriana Lopez, gerente de Marketing. Também tem outros modelos, como PBG: Bucha especial indicada para fixação em forro de gesso na vertical e drywall, cujo dife-

MELHOR PRODUTO DO ANO!

AGRADECEMOS AOS LOJISTAS QUE ELEGERAM NOSSOS PRODUTOS OS MELHORES DO ANO NAS CATEGORIAS:

✔ INSTRUMENTO DE MEDIÇÃO A LASER

✔ TRENA

Há mais de 137 anos no mundo e 60 anos no Brasil, distribuindo mais de 5 mil produtos em diversas categorias: ferramentas manuais, instrumentos de medição, serras, máquinas e muitos outros acessórios.

Obrigado!

60 ANOS NO BRASIL

Starrett®

STARRETT.COMPANY

rencial desta bucha está nas suas abas que se abrem com o aperto do parafuso apropriado modelo aglomerado phillips cabeça chata bicromatizado ou cabeça panela, provoca um travamento perfeito e seguro. Este produto é recomendado para fixar objetos leves. BAP- Bucha auto-atarraxante especial para Drywall, e POC- Bucha para oco e Drywall, Ideal para paredes ocas, tijolo maciço e Drywall. A Fixtil também oferece a Linha de Parafusos para Drywall, Pitão, Escápula e Gancho para bloco oco, com bucha 8 mm, indicados para fixar objetos com pesos leves e médios em paredes de bloco oco. Quanto ao mercado, a Fixtil acredita no aquecimento do mercado de acessórios drywalll neste 2º semestre, "vinculado ao aumento de consumo de placas e forros de drywall nas lojas de construção. Consequentemente, aumentou o consumo de acessórios para placas e forros de drywall da Fixtil. O ano de 2017 deverá fechar com crescimento de 10% de todo o seu mix de produtos, incluindo acessórios para drywall da Fixtil que possuem tendência de crescimento constante nas vendas para 2018", diz Adriana Lopez.

TRAMONTINA

Os produtos em destaque da empresa são as Caixas de Embutir específicas para paredes drywall, utilizadas em instalações elétricas de baixa tensão, sejam residenciais, comerciais ou industriais, são utilizadas na passagem e na distribuição dos dutos que acomodarão os fios e cabos elétricos. Fabricadas de polipropileno, na cor amarela, estão disponíveis em dois modelos: 4x2 (retangular) e 4x4 (quadrada), adequadas a qualquer tipo de interruptor ou tomada. Maior espaço interno garante a acomodação adequada da fiação. As "orelhas" da caixa servem para fixá-la e ajustá-la com firmeza e permitem a regulagem em paredes de gesso simples ou duplo. Com entrada para eletroduto flexível nos diâmetros nominais (bitolas) de 20 mm (ffi") e 25 mm (ffi"), a caixa dispensa o uso de abraçadeiras, o que agiliza a instalação. Roberto Aimi, diretor Executivo, informa que a Tramontina trabalha para o desenvolvimento dos lojistas e oferece materiais de apoio de acordo com a necessidade de cada revenda. Quanto à correta utilização dos produtos, Roberto avisa que "as caixas de embutir para drywall são parte de um projeto mais completo. A Tramontina se preocupa em orientar balconistas e eletricistas para que especifiquem e adquiram os produtos corretos", diz.

GRUPO PERLEX

A Perlex possui uma linha completa de portas sanfonadas com quatro medidas e cinco cores diferentes que se adequam a composição da decoração dos ambientes. Segundo Antonio Ros, diretor Comercial, o diferencial da linha de portas é a robustez. "É a porta com maior quantidade de PVC do mercado. Sua estrutura foi desenvolvida submetida a testes com mais de 10.000 manobras de abertura e fechamento. Outro diferencial é que as portas Perlex são embaladas em caixa de papelão para maior proteção e facilidade no manuseio e armazenamento do revendedor para garantia da qualidade até a instalação." Para as portas e forros a Perlex recomenda a exposição do próprio produto e uma amostra dos diversos acabamentos para escolha do consumidor final. "O Grupo Perlex disponibiliza amostras e Expositores de portas sanfonadas", informa Ros. Quanto à instalação, Ros recomenda utilizar um profissional para a garantia de uma instalação e alinhamento perfeitos.", diz.

PRECON

A Precon tem um mix de produtos com mais de 500 itens na linha da Precon Material de Construção. Além das telhas de PVC PreconVC, o mix é composto por tubos e conexões em PVC, blocos de concreto celular autoclavado, argamassas, rejuntes flexíveis, telhas de fibrocimento, portas sanfonadas, placas divisórias, placas modulares, acessórios em PVC As portas sanfonadas são práticas e têm alta durabilidade. Com acabamentos em diversas cores e padrões, atendem a diferentes necessidades da construção civil, além de valorizar e personalizar ambientes. Elas não propagam fogo, são imunes a cupins, fungos, umidade e corrosão, além de serem uma ótima opção para instalação rápida e otimização de espaços. Uma novidade é que estamos trazendo o modelo Hanna, que é bem conhecido das Revendas atrelado à marca PreconVC. Já as placas divisórias são adequadas para dividir e otimizar os espaços. As placas modulares são usadas em forração. A aplicabilidade é ampla, atendendo desde hospitais até os mais diversos segmentos da indústria. São imunes aos cupins, fungos e corrosão. As placas de PVC PreconVC não propagam chamas, não sofrem ignição e atendem às exigências brasileiras de segurança ao fogo, conforme NBR 15575 – Edifícios Habitacionais – Desempenho – e diretriz Sinat 07.

Santa Clara
Louças Sanitárias

ceramicasantaclara.ind.br
Indústria e Comércio de Louças Santa Clara LTDA
Rua Araxá, 715 - Distrito Industrial
38180-305 - Araxá - MG
34. 3661-4740 | 34. 3664 - 7733

CONFIBRA

A Confibra produz forros de PVC e seus respectivos acessórios e placas modulares de PVC (entre outros produtos). Como diferencial nessa linha de produtos, está a qualidade 100% certificada e normatizada – que permite maior segurança na instalação, durabilidade e manutenção dos produtos. Quanto à exposição dos produtos, Sergio Formicola,Gerente de Vendas | Divisão PVC + Polietileno da Confibra informa que "como ideal de exposição está a instalação do produto em parte da loja – mas sabemos que nem sempre o revendedor possui espaço físico para isso. Nesses casos, recomendamos a amostragem do material ou a utilização de expositores, permitindo o manuseio do produto pelo consumidor." E recomenda que a instalação sempre deve ser realizada por profissional especializado, que fará o cálculo correto para a perfeita instalação dos forros de PVC. "Normalmente, a própria revenda faz a indicação do profissional especializado indicado para a instalação." Otimismo é a palavra de ordem na Confibra. A perspectiva para 2017 é de um leve crescimento (acompanhando a tendência de mercado), mas que ainda não pode ser definida como um real aumento de vendas; porém, as perspectivas para 2018 são melhores."

PLASBIL

Os forros de PVC da Plasbil são indicados para instalações internas de áreas comerciais, residenciais e industriais. O destaque é a linha de forros texturizados e relevo rústico. Disponível em cores modernas e nos tons de madeira

Produto Tecnoperfil

Placa divisória Precon

clássicos aliam a elegância do rústico e do amadeirado à versatilidade do PVC. Os forros de PVC da Plasbil não propagam fogo, são imunes aos cupins, resistentes à umidade, proporcionam economia na obra, maior durabilidade, praticidade de instalação e manutenção, além de contribuir para preservação do meio ambiente. A empresa aposta no crescimento do mercado, "principalmente por causa da possibilidade de criar um ambiente diferenciado e aconchegante. Ao oferecer requinte, beleza e acabamento de alto padrão aliados aos já conhecidos diferenciais do PVC como durabilidade, facilidade de instalação, manutenção e limpeza, o forro de PVC aparece como a melhor escolha para quem procura soluções práticas, duráveis, e conômicas, explica o Diretor Odil Léo Bianchini.

TECNOPERFIL

Os produtos de destaque da Tecnoperfil são as portas sanfonadas em PVC (Linha Tecnodoor), e os forros de PVC Tecnoperfil, que apresentam os seguintes diferenciais: seguem rigorosamente as Normas ABNT, portanto, apresentam maior espessura, aumentando a resistência; Não propagam chamas; Facilidade de instalação;Imune ao ataque de cupins; Não requerem pintura (economia); Resistente à umidade. Para atender ao ponto de venda, Fernando de Andrade, gerente Comercial da Tecnoperfil informa que "o revendedor dispõe, mediante solicitação, de painel auto-expositor especiamente desenvolvido especialmente para o ponto de venda. E acrescenta: "Pelo motivo da instalação

ser fácil e rápida, e acompanhar folheto completo de instruções, quaisquer profissionais ligados à construção civil conseguem instalar." Quanto ao mercado, Fernando se mostra otimista. "Estamos escutando várias expectativas de melhoria até o final deste ano, entretanto o cuidado para fugir do endividamento também tem aumentado, significa que os aumentos nas vendas devem acontecer, porém de forma tímida, principalmente até o final deste 2017."

BCF

A BCF possui diversas opções de modelos e cores a sua gama de Portas Sanfonadas, desde as cores lisas, como Branca, Bege e Cinza e padrão madeiras nobres como Cerejeira, Mogno, Imbuia com opção de fechamento com Trinco e/ou Fechadura. Destaque para a Porta Plus BCF, nas cores Carvalho Prata e Wengué, acompanhando as tendências da decoração e dos móveis em geral. Além das Portas Sanfonadas, a BCF fabrica também o Box Sanfonado, Biombos Hospitalares e outras soluções como Plast Roll, uma Porta de Enrolar de PVC para fechamentos de armários, gabinetes e móveis em geral. Já na parte de Forros de PVC, tem a TWB empresa do grupo onde também tem a maior opção em cores e modelos do mercado, forros lisos, frisados, geminados 200mm x 8 mm, inclusive seus acessórios como o perfil estrutural de PVC que substitui o tradicional tubo metálico Metalon. A distribuição dos produtos BCF é nacional e a empresa adota uma política de fidelização com seus revendedores por região com total transparência. A BCF não concorre com a distribuição, ela se compromete com o mercado e procura racionalizar e monitorar as vendas por regiões e Estados priorizando sempre a revenda. A BCF possui grande gama de cores e modelos no mercado nacional.

INFIBRA

A atuação da Infibra no segmento de forros e portas de PVC vem desde 2010. A empresa lançou produtos em medida padrão e todos na cor branca, que possuem maior procura. No caso das portas sanfonadas, a empresa opta, também, pelas cores bege, cinza e marrom. Os forros e as portas sanfonadas de PVC, produzidos pela Infibra, se destacam pela facilidade na instalação das peças, o que proporciona rapidez na execução e redução no custo da obra, aliado à resistência e durabilidade. As portas sanfonadas, por exemplo, são leves e de fácil fixação, que podem ser utilizadas tanto em estruturas de madeiras quanto metálicas.

A Infibra é praticamente nova no segmento de PVC, mas já tem colhido bons resultados. Por serem produtos de baixo valor aquisitivo e com grande resposta de desempenho, acreditam que tende a crescer cada vez mais.

A tradição em **novo tempo!**

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

Imagens meramente ilustrativas.

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

Plastifluor®

VALORIZANDO OS AMBIENTES

A exibição das esquadrias, de alumínio, PVC, aço ou madeira exige um espaço específico no ponto de venda para mostrar o produto e permitir ao comprador o seu manuseio. Mas, o mais importante, é vender produtos certificados para que o cliente não tenha problemas após a instalação, principalmente quanto à estanqueidade

ALUMASA

A Alumasa conta com uma ampla gama de produtos desenvolvidos com alta tecnologia para garantir a qualidade e a exclusividade que o mercado exige. Do portfólio, a empresa destaca a Janela de Correr 2 Folhas Móveis com Blackout. "Esse é um modelo criado exclusivamente para atender à demanda do programa Minha Casa Minha Vida. Desenvolvido com qualidade e tecnologia, o resultado é incrível e inovador, unindo sofisticação, baixo custo, beleza e funcionalidade em uma única peça", orgulha-se Diovane Bittencourt, gerente de vendas da Região Sul. Ele explica que o diferencial dessa janela está nas cortinas de blackout, que substituem as venezianas ou as palhetas de alumínio geralmente, utilizadas nas esquadrias convencionais. Bittencourt considera que produtos instalados facilitam a visualização e estimulam os consumidores, e, por isso, recomenda que as revendas adotem essa tática. "A presença de um promotor também facilita na hora de tirar dúvidas dos clientes e auxiliá-los em suas decisões", indica. Segundo ele, na atual situação econômica e po-

INFORMAÇÕES DE OBRAS EM PROJETO E CONSTRUÇÃO NO BRASIL!

Segmentos de atuação:

COMERCIAL

Comunitárias
Cultural e lazer
Empreendimentos
Comercias/Mistos
Galpões
Grande Comércio
Hídricas
Justiça
Saúde
Terminais
Transportes aéreo
Turismo
Viárias

INDUSTRIAL

Agroindustrial
Alimentos e Bebidas
Consumo
Energia e Telecomunicação
Ferrosos e Não Ferrosos
Materiais de Construção
Mecânica e Elétrica
Petróleo e Afins
Saneamento Básico
Sistema de Poluição

RESIDENCIAL

Condomínios de Casas
Edifícios Residências

LOCALIZAÇÃO COMPLETA | ESTÁGIO DA OBRA E CRONOGRAMA DE EXECUÇÃO
DESCRIÇÃO DETALHADA DA OBRA | VALOR DE INVESTIMENTO | TELEFONE E E-MAIL
CONTATOS COMERCIAIS E TÉCNICOS | GEOMAPEAMENTO

INFO ITC

A ORIGEM DOS GRANDES NEGÓCIOS.

A Ferramenta online mais completa do Brasil.

www.itc.etc.br/11 3825-7511

lítica do país, inúmeros fatores impactam no ramo da construção civil, e os empresários precisam de informações que ofereçam mais segurança para que possam tomar decisões. "Fica arriscado traçar um caminho e realizar um planejamento mais assertivo e coerente nesse cenário", pondera. Bittencourt, contudo, está otimista com o futuro. "O Brasil deve apresentar alguma melhora em 2018, com as limitações fiscais e a economia em fase de recuperação", encerra.

EBEL

A Ebel aposta em portas e janelas quadriculadas como produtos que mais encantam os clientes. Para o diretor comercial da marca, Eli Cintra, hoje os consumidores não abrem mão da qualidade, durabilidade e aparência das esquadrias. Por isso, os poucos que antes optavam por janelas de aço já migraram para as soluções em alumínio. "Nossas linhas quadriculadas se adaptam a vários estilos e segmentos e dão um toque elegante e sofisticado aos ambientes. O acabamento que conseguimos atingir, sem dúvida, é um dos nossos diferenciais", conta Cintra. O executivo avalia o ano com otimismo. "Normalmente há um curto periodo, entre novembro e janeiro, em que há um impacto sazonal sobre as vendas. Mas, pela evolução que observamos no segundo semestre de 2017, é provável que seja imperceptível", considera.

Para as revendas, Cintra recomenda: "A melhor forma de expor é por meio de uma equipe atenta e bem treinada". Ele explica que as lojas que implementam uma dinâmica de atendimento com um time preparado e focado no cliente atingem resultados imensamente melhores que outros varejos que apenas esperam a escolha do potencial cliente. "Hoje em dia, também as esquadrias são vendidas de forma consultiva. Percebemos que simplesmente dispor os produtos na loja não é suficiente para surpreender os clientes e converter mais vendas", afirma.

FIXTIL

Com foco em acessórios para janelas, A Fixtil indica duas linhas de produtos: as Tranquetas e os Fechos para esquadrias de madeira, com acabamento niquelado e em tamanho padrão, que são produtos muito comuns para fechamento de esquadrias de madeira e janelas de abrir; e o Porta-cadeado para janelas com parafuso, com acabamento zincado, indicado para reforçar a segurança das janelas.

INTEGRAL

A Integral, marca do Grupo Astra, vem trabalhando, em 2017, com dois lançamentos na linha de esquadrias de alumínio: a porta de giro com lambri e a janela de correr com persiana integrada. A porta de giro com lambri tem design diferenciado, maior resistência e facilidade de limpeza. Além da possibilidade de uso convencional, em ambientes internos, o produto é apropriado também para entrada de residências, por causa da estética sofisticada que valoriza o imóvel, aliada à resistência superior às portas convencionais de alumínio. Disponível na cor branca, apresenta pintura eletrostática, excelente acabamento e alta resistência à oxidação. Esse produto está disponível em três tamanhos – 210 cm x 80 cm, 210 cm x 90 cm e 210 cm x 100 cm – e pode ser instalado com abertura para o lado direito ou esquerdo. Quanto a janela de correr com persiana integrada, além de manter o imóvel seguro, permite o controle da luminosidade do ambiente com bloqueio total ou parcial, pro-

1. Produto Alumasa
2. Produto Ebel

"O Brasil deve apresentar alguma melhora em 2018, com as limitações fiscais e a economia em fase de recuperação"

DIOVANE BITTENCOUR, gerente de vendas Região Sul da Alumasa

porcionando atenuação sonora. São duas folhas móveis, produzida de alumínio, com acabamento em pintura eletrostática branca resistente à oxidação, tem sistema de vedação e com fechos embutidos na cor preta. Está disponível para o mercado em duas versões, com recolhedor manual de fita da persiana ou acionamento por controle remoto, ambas nos tamanhos 120cm x 120 cm e 120 cm x 150 cm. Como estratégias para impulsionar as vendas, Joaquim Coelho, diretor comercial da Astra, lembra que a Integral dispõe de expositores-padrão e, também, atende a projetos específicos de acordo com a necessidade da loja. "Procuramos destacar o produto dentro da loja de maneira que o consumidor possa tocar a esquadria, testar e avaliar o funcionamento", conta. Por isso, é importante que, para o atendimento ao consumidor, o vendedor da loja saiba onde o produto será instalado, ou seja, qual o tipo de habitação e, principalmente, qual o local. "As normas preveem adequações das esquadrias de acordo com o tipo de imóvel, e as características naturais de cada região do país. É muito importante o revendedor sempre consultar o catálogo da Astra/Integral, onde encontrará as tabelas que contêm todas essas informações", recomenda Coelho. O executivo também reforça que as esquadrias, assim como todo produto com algum componente de vidro, são frágeis e requerem cuidado especial no transporte, manuseio, estocagem, instalação etc., e que essas informações vêm explicadas na embalagem do produto. O diretor conta que, no geral, as esquadrias de alumínio não são produtos sazonais, porém são itens diretamente atingidos pelos altos e baixos do mercado como um todo. "Isso porque o maior volume de vendas dessa linha está

> *"Normalmente há um curto período, entre novembro e janeiro, em que há um impacto sazonal sobre as vendas. Mas, pela evolução que observamos no segundo semestre de 2017, é provável que seja imperceptível"*
>
> **ELI CINTRA,**
> **diretor comercial Integral**

PRATELEIRA

1. Produto Ramassol
2. Produto Fixtil
3. Produto Sasazaki
4. Show Room Integral

diretamente ligado às construções de novas moradias. Nessa fase de instabilidade, em que houve uma retração nas novas construções, o que tem segurado o mercado são as vendas para reforma das residências", revela. Para ele, as construtoras vêm reunindo condições que levarão a uma melhora significativa nos próximos meses. "Do ponto de vista macro existem dois indicadores importantes: geração de emprego, que está superando as expectativas para esse ano, e financiamento, com a queda de juros", analisa. Coelho revela que a retomada do crescimento da construção civil garante a evolução do setor como um todo, inclusive do mercado de varejo de materiais para construção, em que a atuação da empresa é mais forte. "Por isso, acreditamos que o mercado de esquadrias de alumínio vai voltar a crescer".

Para Coelho, diante desse cenário devem despontar, na frente, as empresas que prezam pela qualidade e atendem às normas e aos programas em vigor. Por isso, reforça que a Astra/Integral é afiliada da Afeal – a Associação Nacional dos Fabricantes de Esquadrias de Alumínio – e cumpre, rigorosamente, os padrões estabelecidos pela entidade, pela norma 10.821 da ABNT e por programas governamentais, como o PBQP-H – Programa Brasileiro de Qualidade e Produtividade do Habitat. "Além disso, nossos produtos são testados em laboratórios acreditados pelo Inmetro, o que nos garante ainda mais a oferta de uma linha de qualidade e confiança para as revendas de materiais para construção em todo o país", conclui.

RAMASSOL

A Ramassol destaca a linha Quality-Sol, de portas e janelas de aço prontas para instalação. Para a empresa, o principal produto da linha é a janela de correr com 150 cm de largura x 100 cm de altura, com grade quadriculada, da qual destaca os diferenciais: fabricada de aço galvanizado, que não enferruja; pintura eletrostática a pó; vidros de 3 mm instalados na peça com borrachas de E.P.D.M., a mesma utilizada na indústria automobilística; vedação especial com escovas para impedir a entrada de água, ar e poeira; perfis mais robustos; trilho inferior modelo cascata, que elimina o uso de pingadeiras; e garantia especial de sete anos, que atende à Norma Técnica 10.821 da ABNT.

A gerente de marketing Briele Ramalho Moreira explica que o trabalho de exposição no varejo é primordial, pois é a oportunidade de apresentação dos produtos ao consumidor para promover a venda. "Portanto, o produto deve estar em ordem visualmente, ou seja, bem organizado, limpo e com os materiais de merchandising aplicados. Os itens devem estar bem iluminados, pois gera maior valorização e faz uma grande diferença visual, atraindo os olhares dos clientes", diz. Ela também fala da importância de disponibilizar as peças de merchandising. "Além de induzir os clientes à compra e destacar a marca perante o concorrente, os materiais orientam, auxiliam e expõem as vantagens dos nossos produtos, gerando rotatividade, diminuindo estoque e aumentando nossas vendas nas lojas", ressalta.

Briele revela que não tem impacto de sazonalidade no segmento, mas o início do ano há um reflexo. "Isso ocorre em razão de as lojas de materiais de construção abastecerem os estoques antes do término do ano e de necessitar de um período de rotatividade para uma nova reposição", avalia. Sobre o mercado, ela percebe que a economia como um todo impactou as empresas e a construção civil, que vinha em uma crescente. "Mas, neste ano de 2017, percebemos uma nítida e positiva recuperação nas vendas, fazendo com que retomássemos nossos investimentos e perspectivas de crescimento", finaliza.

SASAZAKI

Considerada a empresa de portas e janelas de aço e alumínio que mais lança inovações, sendo a primeira do setor de esquadrias metálicas a obter a certificação NBR ISO 9001, pelo seu Sistema de Gestão da Qualidade, a brasileira Sasazaki entende que as pessoas estão cada vez mais atentas ao bem-estar, principalmente em grandes centros urbanos por causa do estresse do dia a dia. Nesse contexto, a empresa acredita que esquadrias com incrementos tecnológicos, adequadas às normas, que facilitem a vida do indivíduo e que tragam o conceito de casa inteligente estão cada vez mais próximas à realidade do mercado. Como tendência, a Sasazaki nota que os contrastes de grandes vãos e pequenos vãos estão cada vez maiores: apartamentos pequenos e grandes casas/apartamentos estão em alta, o que exige versatilidade dos fabricantes de esquadria. "Por isso, a Sasazaki tem feito investimentos em projetos adequados às normas vigentes e às necessidades de mercado", explica Alberto Gomes Ruiz, gerente nacional de vendas – Segmento Varejo. Ele exemplifica com as duas novas linhas lançadas recentemente: Kompacta, feita de aço e AlumiSlim, de alumínio. E são indicadas para quem está construindo ou reformando e que busca qualidade a um preço que caiba no bolso. As linhas reúnem esquadrias para todos os ambientes de uma casa, com pintura de acabamento na cor branca, vidros instalados e opções de modelos com grade. "Com o mesmo padrão de qualidade dos demais produtos Sasazaki, as portas e as janelas AlumiSlim e Kompacta são submetidas aos testes que garantem o desempenho, tais como resistência contra esforços e arrombamentos, rajadas de vento, cor-

"Além de induzir os clientes à compra e destacar a marca perante o concorrente, as peças de merchandising orientam, auxiliam e expõem as vantagens dos nossos produtos, gerando rotatividade, diminuindo estoque e aumentando nossas vendas nas lojas"

BRIELE RAMALHO MOREIRA,
gerente de marketing Ramassol

"Mesmo com a recessão econômica, o público tem buscado opções de produtos que apresentem o máximo de conforto e garantam uma boa durabilidade, e, nesse segmento, temos um excelente custo-benefício."

ENIO FEREIRA, gerente comercial Atlântica

rosão, etc.; ausência de infiltrações de água ou transbordamento para o lado interno do ambiente; abertura e fechamento sem deformação ou mau funcionamento (no mínimo 10 mil vezes); e redução de ruídos sonoros", afirma Ruiz. Outro destaque fica para as Portas Internas da Linha Aluminium. "Trata-se de uma revolução no mercado, por ser as primeiras portas internas padronizadas de alumínio, que trazem as facilidades e a beleza desse material ao produto. São inúmeras vantagens, tais como facilidade de limpeza, resistência à umidade, às pragas e aos cupins, não desplaca a lâmina, não estufa e não apodrece", relata o gerente. Ele também lembra que a empresa dispõe ainda de portas pivotantes de alumínio, que trazem sofisticação à entrada da casa, e que podem ser encontradas em diversas medidas e acabamentos. A Sasazaki está presente em cerca de 5 mil pontos de venda por todo o Brasil. Para atuar nessa capilaridade, Ruiz revela que é necessário atuar de forma diferenciada em cada região, considerando as características particulares de cada uma. "Como parte do suporte às lojas, promovemos ações regionais nas revendas, contamos com promotores e oferecemos várias opções de showrooms, em tamanhos adequados para atender a pequenos, médios e grandes lojistas", conta. A empresa disponibiliza catálogos das suas linhas e auxilia o revendedor na exposição dos produtos nos pontos de venda. "Os vendedores e os representantes são responsáveis pelas orientações em relação à melhor utilização do espaço de exposição e pela reposição das peças nas lojas, além de ser encarregados de, juntamente com a área de marketing, analisar o mix de produtos mais adequado ao ponto de venda, detectar as necessidades de cada revenda e, a partir daí, caso haja interesse do cliente, solicitar o fornecimento de expositores e de material de apoio às vendas", detalha Ruiz. "Os revendedores contam, ainda, com uma equipe de administração de vendas dedicada a auxiliá-los em qualquer tipo de necessidade relacionada a vendas, por meio do nosso 0800", continua. A empresa também investe em treinamentos para as revendas, e, para aprimorar essa frente, lançou o Book de Treinamentos Sasazaki, que tem a expectativa de fortalecer o relacionamento com os clientes e capacitar as equipes de vendas das lojas. As primeiras ações ocorreram em março e a companhia tem como meta treinar 8,5 mil pessoas até o final do ano. O formato apresentado pela indústria foi desenvolvido com base em informações obtidas em campo, junto aos clientes. A formação, destinada a proprietários de lojas, gerentes, coordenadores, vendedores e promotores é composta por quatro módulos, com temas técnicos e relacionados a produtos e vendas. Todos são in loco e sem custos para os clientes. "Mais completo, o módulo de Produtos é ideal para equipes que não são treinadas há tempos ou nunca tiveram acesso ao benefício, pois apresenta toda a linha e atributos de valor das esquadrias Sasazaki. Quanto ao Quiz de Produtos tem um formato mais dinâmico e recicla o conhecimento dos profissionais das lojas. Mais dinâmicos, o Quiz O Cliente Quer Saber aborda as dúvidas frequentes dos clientes no momento da compra; enquanto o Quiz de Vendas traz o passo a passo do processo de venda para equipes com bons conhecimentos em esquadrias e precisam de um treinamento diferenciado", informa o executivo. Perguntado sobre o mercado, Ruiz considera que há uma demanda reprimida das obras que precisam ser feitas, especialmente de manutenção, e espera crescimento nas vendas, principalmente nos últimos meses deste ano. "As portas e as janelas de aço e alumínio da Sasazaki são muito bem aceitas por atenderem às expectativas do mercado. Com mais de 850 tipos de esquadrias, conseguimos atender às mais variadas necessidades dos consumidores em todo o Brasil, o que nos permite projetar bons resultados", afirma. Ele relata que a Sasazaki conta com linhas que permitem a personalização do produto pelo consumidor, itens prontos para instalação – com pintura de acabamen-

"As portas e as janelas de aço e alumínio da Sasazaki são muito bem aceitas por atenderem às expectativas do mercado. Com mais de 850 tipos de esquadrias, conseguimos atender às mais variadas necessidades dos consumidores em todo o Brasil, sejam os que buscam produtos mais econômicos ou mais sofisticados, o que nos permite projetar bons resultados"

ALBERTO GOMES RUIZ, gerente nacional de vendas da Sasazaki

to e vidro instalado –, opções de esquadrias econômicas e de ótima qualidade, além de soluções sofisticadas com fechadura biométrica ou acionamento por controle remoto. "Confiamos que o cenário irá melhorar e esperamos que o governo mantenha uma agenda positiva, com medidas que tragam benefícios a muitos setores, dentre eles, o de material de construção. Renda, emprego e crédito são fundamentais para o aquecimento das vendas no varejo. Assim, os empresários e a população se sentirão mais seguros para investir naquilo que necessitam – o que, para nós, em função do setor em que atuamos, pode ser uma obra ou reforma. Além disso, a retomada da construção civil, uma política habitacional consistente e recursos para financiamento da moradia ou manutenção da mesma são estratégias fundamentais para benefício do segmento", declara o executivo.

ATLÂNTICA

A Atlântica destaca a grande procura pela nossa linha Magnum, produtos direcionados ao médio e ao alto padrão, que se destacam pela qualidade da estrutura e acessórios mais elegantes e práticos. "Mesmo com a recessão econômica, o público tem buscado opções de produtos que apresentem o máximo de conforto e garantam uma boa durabilidade, e, nesse segmento, temos um excelente custo-benefício. Optar por uma esquadria de alumínio Magnum é um upgrade, que valoriza o imóvel e melhora a vida de todos os moradores", destaca Enio Ferreira, gerente Comercial. Segundo o gerente, historicamente, as vendas aumentam após outubro em decorrência de vários fatores: "A aproximação do período de chuvas, onde as esquadrias de outros materiais como ferro e madeira começam a se tornar fonte de infiltração e desconforto no ambiente; o saque do 13º salário que proporciona meios financeiros para adquirir materiais de qualidade; e, por fim, o período de férias, que permite aos moradores acompanhar de perto a reforma." Quanto à exposição dos produtos, a Atlântica recomenda que portas, vitrôs e venezianas sejam colocadas em cavaletes, na posição vertical, e permitem ao cliente ter uma experiência prévia com os fechos, trincos e mecanismos da persiana integrada. "Para peças com medidas menores que possibilitam uma abordagem "pegue e leve", como o basculante e o maxim-ar, construímos ilhas (pilhas), que facilitam a visualização e manuseio das peças por parte do vendedor e do consumidor. Importante ressaltar que nossos produtos têm cantoneiras de proteção para evitar que os cantos machuquem os transeuntes quando empilhados na horizontal", finaliza.

A PRIMEIRA **IMPRESSÃO** É A QUE FICA

A marca do produto é muito importante na hora de o consumidor procurar no ponto de venda, mas uma embalagem atrativa, funcional e fácil de ser identificada vai ajudar bem mais nas vendas. É por isso que as empresas têm investido cada vez mais no desenvolvimento de embalagens mais práticas, seguras e atrativas

Um estudo realizado pela Confederação Nacional da Indústria (CNI) mostra que 75% das empresas que optaram por investir no design da embalagem de seus produtos perceberam aumento nas vendas. Além disso, 41% também relataram redução nos custos de produção. Por que, então, o empresário brasileiro ainda tem dificuldades de compreender o poder da embalagem para o sucesso nas vendas?

Para o designer, professor da ESPM e consultor da Ibema Papelcartão, Fábio Mestriner, trata-se de uma questão de cultura empresarial. "De maneira geral, as empresas acham que o que fazem – o seu produto – é só o que está dentro da embalagem. As empresas não sabem que, para o consumidor, o produto é formado pelo conteúdo e embalagem. Os dois são indissociáveis e compõem essa entidade complexa chamada produto", explica.

Pensando nisso, a Cascola, pertencente à multinacional Henkel, reformulou recentemente algumas embalagens, como explica Claudio Amadio, gerente da marca Cascola: "A Cascola desenvolve embalagens diferentes para cada produto do seu portfólio. A marca avalia pontos como fórmula, aplicação, visibilidade nos pontos de venda (PDV), informações visíveis nos rótulos e sustentabilidade", diz.

O pequeno empresário pode até torcer o nariz ao pensar em investir em embalagem, com medo de enfrentar altos custos. Mas é importante salientar que algumas alternativas de materiais podem reduzir o custo final. Pela facilidade e o baixo custo de produção e por não requerer equipamentos de envase caros e complexos, Mestriner indica a embalagem de papel-cartão, mais acessível a esse público. "Para o consumidor, não existe embalagem de empresa grande ou pequena. A embalagem da pequena empresa pode ser grande aos olhos dos consumidores", analisa. O Ibema Supera e o Ibema Speciala – produtos âncora da empresa – são opções ideais para embalagens nas quais o objetivo seja aliar qualidade e economia, recomenda o designer. Isso porque as especificações oferecem a possibilidade de produzirembalagens com o melhor produto em termos de rigidez e com menor quantidade de papel-cartão.

A mesma pesquisa mostra ainda que, entre produtos semelhantes, o consumidor elege aquele com a embalagem mais atraente e prática – e que está disposto a experimentar uma marca nova se sua embalagem se encaixar nesses critérios. Para Fabio, a maior dificuldade que impede o pequeno empresário inovar e invistir na embalagem é a falta de informação. Ele cita ainda o case da Nugali, marca de chocolates da cidade de Pomerode, em Santa Catarina, que buscou no design de embalagens uma forma de valorizar seu produto. A empresa investiu em uma nova roupagem, mais clean e que transmite a qualidade, a pureza e a sofisticação desse produto,

tendo como resultado um aumento de vendas. Com isso, o produto ganhou destaque e passou a ser visto como produto Premium, posicionado com maior valor agregado. No caso de um produto para o segmento da construção civil, passar segurança é um dos motes dos fabricantes, segundo Amadio, da Cascola: "As principais preocupações norteiam, primeiro, a segurança do consumidor. Nossa embalagem tem que ser adequada para o tipo de produto e sua fórmula. Também precisa ter clareza nas informações e de ser visualmente atrativa, destacando nossos diferenciais de sua composição e eficácia. Outro ponto importante para a empresa é a sustentabilidade. A Henkel tem metas públicas estabelecidas para a redução de sua pegada ambiental." Como exemplo, Amadio cita a embalagem da linha de selantes Cascola Flexite 50g que foi simplificada. "Reformulada, a embalagem consiste apenas na própria bisnaga, eliminando a cartela de papelão, blister plástico e bico aplicador. Com a mudança pensada e realizada pela equipe brasileira em 2012, foi possível eliminar o consumo anual de 10,4 toneladas de papel e 6,6 toneladas de plástico. O sucesso do projeto brasileiro foi replicado para outros 14 países, incluindo México, Espanha, França e Itália, para marcas irmãs da Cascola", esclarece Amadio.

"As principais preocupações norteiam, primeiro, a segurança do consumidor. Nossa embalagem tem que ser adequada para o tipo de produto e sua fórmula. Também precisa ter clareza nas informações e de ser visualmente atrativa, destacando nossos diferenciais de sua composição e eficácia."

AMADIO, da Cascola

TENDÊNCIAS **DO MERCADO**

À medida que a dinâmica das sociedades urbanas evolui, o mercado de embalagens cresce e ganha importância globalmente. O que tem acontecido por causa da necessidade de as marcas em desenvolver estruturas de embalagens únicas, tanto para se diferenciarem na gôndola quanto para ajudar a formar e apoiar a identidade da marca. Segundo Marcus Vinícius Carvalho, gerente de Marketing para Alimentos e Embalagens de Especialidades para América Latina da Dow, entre as tendências em embalagens quatro se destacam:

1 MAIOR PRATICIDADE PARA O CONSUMIDOR – no Brasil, os fatores que impulsionaram o mercado de embalagens nos últimos anos são a maior participação da mulher no mercado de trabalho e o crescimento da urbanização (leia-se tempo de deslocamento). Uma das consequências é a demanda por alimentos que possibilitem economia de tempo na hora de prepará-los. O Relatório de Estilo de Vida dos Brasileiros de 2016, da consultoria Mintel, identificou que 28% dos consumidores tendem a cozinhar mais em casa do que comer fora, o que reforça essa tendência. Com isso, espera-se que o aumento no volume do mercado varejista de produtos lácteos, molhos de cozinha e alimentos de conveniência, como refeições prontas e carne processada, permaneça nos próximos anos.

2 EVOLUÇÃO TECNOLÓGICA E CREDIBILIDADE – novas tecnologias e o avanço da mobilidade são cada vez mais presentes na mente das empresas e dos consumidores. Estima-se, por exemplo, que 50% dos norte-americanos estejam interessados em escanear uma embalagem de alimentos para aprender mais sobre a procedência do que estão consumindo. Embora o preço ainda seja fator chave nas decisões de compra dos consumidores, a confiança da marca também desempenha um papel fundamental e cada vez maior nesse processo. Com isso, as empresas têm a chance de alavancar a credibilidade, criar lealdade e ampliar o portfólio de produtos bem além das categorias tradicionais.

3 O GRANDE CRESCIMENTO DO E-COMMERCE – um fator de grande relevância para o setor é crescimento do e-commerce, que permite às marcas explorar as oportunidades de design e personalização, ao mesmo tempo em que mapeiam e endereçam os desafios de eficiência. Cada vez mais consumidores fazem compras online e esperam ter uma experiência positiva em todo o processo. Além do design da embalagem, que deve servir para reforçar a marca e seus valores, a resistência é crucial para que o produto chegue de maneira íntegra até o consumidor.

4 SUSTENTABILIDADE – o mesmo relatório da Mintel identificou que, quando o preço e a qualidade percebidos dos produtos são iguais, há uma tendência cada vez maior de os consumidores se voltarem para atributos ecológicos ou de uso alternativo como fator decisivo de compra. Isso já é realidade em muitos mercados e as marcas não podem ignorar esses dados ao desenvolver suas estratégias de posicionamento e marketing. É esperado que as empresas

assimilem os desafios da sociedade às próprias estratégias de negócios, endereçando, por exemplo, as mudanças climáticas. Uma das iniciativas nessa linha é a cartilha "Embalagem e Sustentabilidade – Desafios e Orientações no Contexto da Economia Circular", desenvolvida pela Dow e a Associação Brasileira de Embalagem (ABRE). Nela consta o " Jogo do Infinito", que traz ideias e sugestões para solucionar os principais desafios relacionados às embalagens, que vão desde a matéria-prima, passando por desenvolvimento de embalagens educativas, aprimoramento da estrutura de gestão de resíduos e maior envolvimento do consumidor. Um exemplo é a sugestão para incluir, nas embalagens, informações sobre os impactos de se aquecer o produto no micro-ondas ou no forno convencional De maneira geral, as embalagens atuais estão sendo desenvolvidas de forma a entregar conveniência, segurança e funcionalidade aos consumidores; manter os alimentos saudáveis e inserir processos que sejam mais sustentáveis e circulares. Nessa jornada pela atenção do consumidor, além do design, ganha importância, também, a comunicação mais clara e que ajude o consumidor a fazer a escolha de compra melhor e de forma mais consciente. As opções e tecnologias são muitas. O desafio é criar produtos que os consumidores anseiam e, ao mesmo tempo, as soluções que as marcas precisam, desde o desenvolvimento até a reciclagem ou reutilização. As embalagens têm

potencial para tornar o ciclo de vida mais simples, mais econômico e mais eficiente. E, mais uma vez, o exemplo da Cascola é referência. "A seleção de materiais para a embalagem é importante em diferentes aspectos, como produção mais sustentável, rótulos adequados para cada tipo de produto, facilidade para o descarte e exposição no PDV", finaliza Claudio Amadio.

A Alza agradece a todos os lojistas e parceiros por mais uma vez receber o prêmio de Melhor Produto do Ano.

PRODUTO VOTADO
2017
MIX dos melhores produtos do ano

CAMPEÃO
FERRAMENTAS DE TRANSPORTE
ALZA

(46) 3527 3000
comercial@alza.com.br

SILICONE VEDACIT É OURO

O Silicone Vedacit foi premiado pela ABRE (Associação Brasileira de Embalagem) na categoria Inovação Tecnológica em Embalagem. Único no Brasil com pressurização, o design diferenciado dispensa o uso de aplicador tornando a utilização mais fácil e precisa, além da possibilidade de ser reaproveitado, pois não permite a entrada de ar, que endurece o produto, inutilizando-o.

"É com muita satisfação que a Vedacit recebe essa conquista. O Silicone Vedacit é o único no mercado com essa tecnologia, que não necessita da pistola de aplicação. Essa facilidade garante ao consumidor a utilização em locais de difícil acesso e aumenta o controle de vazão na hora de selar quinas e juntas, possibilitando o aproveitamento em diversas situações, superfícies de vidros, metais, mármores e cerâmicas", afirma Bruno Pacheco, gerente de produtos da Vedacit.

A empresa responsável pelo desenvolvimento da embalagem é a Pande, que reforçou o diferencial do produto mantendo o vínculo com os demais itens do portfólio da Vedacit, rejuvenescendo a identidade visual da marca, mantendo a relevância para os consumidores e utilizando material 100% reciclável.

Essa é a 17ª edição do Prêmio ABRE da Embalagem Brasileira. Por meio de suas categorias são premiadas inovação, tecnologia, design e sustentabilidade. Além dessas características, a avaliação considera aspectos como harmonia e clareza das informações, apelo de venda, ergonomia, funcionalidade, sistema de abertura e fechamento e aproveitamento do produto.

MÓDULO EMBALAGEM

Avalia a embalagem como um todo levando em consideração aspectos como a inovação, harmonia e clareza das informações, apelo de venda, ergonomia, funcionalidade, sistema de abertura e fechamento, aproveitamento do produto, sustentabilidade, entre outros.

EMBALAGEM DE PRODUTOS EM GERAL - SILICONE VEDACIT

Vencedor Ouro: Pande

Design: Pande

Brand owner: Vedacit

Desafios: Desenvolver uma embalagem de silicone que dispensasse o uso de aplicador (pistola). Resultados: Desenvolvimento de um tubo pressurizado com bico exclusivo de fácil aplicação. O Silicone Vedacit é o único no Brasil com a tecnologia de pressurização, o que torna a aplicação muito mais fácil. Sela, cola e veda. Além de demonstrar a facilidade de aplicação do novo bico, as novas embalagens da linha de Silicone Vedacit reforçam o diferencial do produto com os novos claims, com destaque para o "aplicômetro", que indica o grau de dificuldade de aplicação dos produtos da Vedacit. Diferentemente dos produtos tradicionais, caso o produto não seja todo utilizado, ele não endurece e não ocorre entupimento do bico, podendo ser aplicado diversas vezes. Sem perder o vínculo com as embalagens atuais da linha Vedacit, o layout da linha de Silicone rejuvenesceu a identidade visual da marca para continuar sendo relevante para seus consumidores. A embalagem utiliza material 100% reciclável.

Critérios de Avaliação/ Módulo Embalagem: Inovação, Diferenciação / Inovação tecnológica, Ergonomia / Estrutura / Empilhamento / Transporte, Funcionalidade (eficiência do sistema de abertura e fechamento, melhor utilização e aproveitamento do produto), Qualidade (segurança, resistência, matérias-primas, impressão), Apelo de venda frente ao público alvo, Clareza das informações / Beleza e harmonia, Adequação à sustentabilidade.

TRANSPORTE

Outra ação da Vedacit foi adequar-se à nova resolução nº 5.232 que regula o Transporte Terrestre de Produtos Perigosos. A preocupação em seguir rigorosamente as normas reforça o comprometimento com o consumidor. Vedacil, Acquella Stone e Neutrol são alguns dos produtos com as embalagens homologadas. "Incentivamos o consumidor a proteger a casa e seus objetos com nossos produtos e é obrigação oferecê-los com segurança e qualidade.", afirma Bruno Pacheco, gerente de produtos da Vedacit. Elaborada com base nas recomendações da Organização das Nações Unidas (ONU), adotadas como referência em diversos países, a nova resolução exige mudanças principalmente na embalagem, sinalização e operação de transporte.

ÓTIMO PARA QUEM COMPRA.

EXCELENTE PARA QUEM VENDE.

Lojista, todos os nossos produtos são certificados e aprovados pelo Inmetro. Isso lhe garante credibilidade e segurança na hora da venda, evitando transtornos e multas.

Onde **tem credibilidade, tem Solis.**

Solis AQUECEDOR SOLAR

Entre o Sol e Você.

www.solis.ind.br

2018

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

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

EXPOLUX
Feira Internacional da Iluminação
De: 24 e 27 de abril
Local: Expo Center Norte – Pavilhões Verde e Vermelho, São Paulo – SP
expolux.com.br

GLASS SOUTH AMERICA
Construção, Tecnologia, Acessórios e Decoração
De: 09 a 12 de maio
Local: São Paulo Expo – São Paulo/SP
glassexpo.com.br

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

M&T EXPO
Máquinas Industriais, Máquinas para a Construção
De: 05 a 08 de junho
Local: São Paulo Expo Center – São Paulo/SP
mtexpo.com.br

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

FEITINTAS
Feira da indústria de Tintas
De: 12 a 15 de setembro
Local: São Paulo Expo, SP
feitinhas.com.br

FESQUA
Feira Internacional de Esquadrias e Ferragens
De: 12 a 15 de setembro
Local: São Paulo Expo, SP
fesqua.com.br

FISP
Feira Internacional de Segurança e Proteção
De: 03 a 05 de outubro
Local: São Paulo Expo, SP
www.fispvirtual.com.br

ajrorato.ind.br

Presente na sua vida.

Cabe na sua casa.

VENCEMOS O PRÊMIO MELHOR PRODUTO DO ANO REVISTA REVENDA

1º LUGAR - Armário para Banheiro em MDF, PP, OBS
Armário Mônaco Suspenso 2 Gavestas + Gavetões

1º LUGAR - Armário para Cozinha em MDF, PP, OBS
Armário Aconchego BEJING

1º LUGAR - Pia de Material Sintético
Pia RORALIT Mármore Sintético Granitada Tanque Sintético Granitado Duplo

2º LUGAR - Armário e Espelho para Parede
Armário Viena suspenso 2 gavetas + gavetão (Espelheiro com 1 lâmpada LED)

21º MELHOR PRODUTO DO ANO

2017 MIX

A. J. RORATO

COM NOSSOS PRODUTOS CHEGAMOS MAIS LONGE. COM NOSSAS PARCERIAS, MUITO MAIS ALTO.

ÁGUA É TUDO

MELHOR PRODUTO 21º DO ANO

É DA AMPLA

NO SEGMENTO DE CAIXA D'ÁGUA DE POLIETILENO, CISTERNA E CAIXA D'ÁGUA DE FIBRA DE VIDRO.

NO SEGMENTO DE TUBO E CONEXÃO PARA ÁGUA FRIA.

A Fortlev agradece a todos os lojistas e parceiros pelos grandes resultados no **Prêmio Melhor Produto do Ano**. Fomos vencedores em reservatórios e destaque em tubos e conexões para água fria. Um trabalho feito diariamente com inovação e qualidade em cada parceria, de norte a sul do país.

FORTLEV®

www.**fortlev**.com.br | fortlevbrasil

É MUITO MAIS CAIXA D'ÁGUA