ED. 344 | MAIO 2019 | ANO XXXI
WWW.GRUPOREVENDA.COM.BR

NOVA REVENDA construção

MATERIAL ELÉTRICO

O grande mix de produtos permite aumentar o giro na revenda

ESPECIAL NORDESTE

A força emergente!

FECHADURAS

A proteção também pede design



E MAIS: CHUVEIROS E DUCHAS • ENTREVISTA PARANAPANEMA • VOZ DO VAREJO



UMA DAS PROPRIEDADES DO COBRE PARANAPANEMA É CONDUZIR PARA UM FUTURO VALIOSO

A Paranapanema é uma empresa que, dia após dia, extrai forças e aprendizados de cada desafio vivido. Somos a única produtora de cobre eletrolítico do Brasil e a maior em semimanufaturados.
Como a resistência do cobre está em nossa razão de existir e de trabalhar, hoje planejamos novos ciclos com otimismo e confiança.

O COBRE TRANSFORMA O MUNDO.
A PARANAPANEMA TRANSFORMA O COBRE.

www.paranapanema.com.br
vendas@paranapanema.com.br
(11) 2199-7500

PARANAPANEMA Caraíba ELUMA

grupo Revenda

MAIO 2019 | Edição 344

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)

DIRETOR COMERCIAL/HEAD DATAMKT CONSTRUÇÃO
Newton Guimarães (newton.guimaraes@datamkt.com.br)

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

GERENTES DE CONTAS
Andrea Barioni (andrea.barioni@revenda.com.br)
Marli Moço (marli@revenda.com.br)
Juliana Tagliapietra (juliana@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)

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

INTELIGÊNCIA DE MERCADO
Jessica Oliveira
(jessica.oliveira@revenda.com.br)

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:

estudioduplaideiadesign.com.br

EDITORA: Alessandra Cacioli
REVISÃO: Cida Silva
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.

Impresso na Gráfica Anália Franco

NOVOS TEMPOS, **NOVA ERA!**

A sociedade mudou?
Claro! Para melhor?
Nem tanto...
Ela está vivendo uma grande transformação: a era da **conectividade.**
Agora, basta contratar um "digital influencer" que o consumidor (os que acompanham, é claro) vão correndo pesquisar e comprar o produto.
Antigamente, era barato anunciar na televisão e as empresas gastavam grande parte das verbas produzindo comerciais lindíssimos, porém, longos demais.
Por que toco nesse assunto, quando, cada vez mais, se olha para o futuro?
Para mostrar a você, caro revendedor/leitor, que a sua participação na revista Revenda Construção continua sendo muito importante.
Com a falta de comerciais criativos (ou muito caros), ficou mais fácil para os fabricantes partir para os meios digitais para vender os seus produtos.
Mas, e se o consumidor não encontra o produto. Ou, quando encontra, tem outra dezena de similares no mesmo ponto de venda?
É aí que entra a **revista Revenda Construção.** Há mais de 30 anos levamos formação e informação para milhares de revendedores de materiais de construção espalhados por esse imenso Brasil. Mostramos como vender, quando vender e o que vender.
É o mínimo que podemos fazer para que eles confiem em nosso editorial. Nossas páginas se transformam na bandeira da luta pelo informação com isenção, algo que sempre fiz questão de manter tremulando, quando fundei a revista; quando lutei com meu amigo Jair Saponari para fazer a UD da construção, que se transformou na Feicon; quando lancei um anuário da indústria da construção; quando criei o Ranking de Conceito & Imagem da Indústria; quando criei o Melhor Produto do Ano (aqueles que proporcionavam a melhor rentabilidade no ponto de venda); quando criei o Prêmio Excelência Atacadista Distribuidor, para reconhecer o excelente trabalho que esses profissionais realizam para levar os produtos aos mais longínquos recantos do Brasil.



Enfim, fui pioneiro em muitas coisas no mundo editorial do segmento para o mercado de materiais de construção.
Tirei um período sabático. De longe, assisti ao crescimento e ao envolvimento que as mídias digitais alcançaram. E vi que era hora de voltar. Voltar para continuar falando com o balconista, nosso leitor, e os revendedores de materiais de construção de todo o Brasil. Não vou falar para as grandes redes de home centers, que cresceram muito nos últimos anos.
E cresceram porque o Brasil não para. Passa por crise, como acontece de tempos em tempos, mas continua crescendo.
Mas, o revendedor médio e o pequeno, que representam 92% das lojas, têm de abrir a sua lojinha todos os dias, faça sol, faça chuva; com inflação ou sem inflação; com crise ou sem crise.
Voltei à direção comercial do Grupo Revenda porque posso contribuir muito para melhorar o relacionamento que as indústrias devem ter com os revendedores.
Our core business, como diriam os digital influencers...

Um beijo no coração de todos
José Wilson Vieira de Andrade

Garthen®

Conheça nossa completa linha Sopradores, Picadores, Trituradores e equipamentos para jardim, acesse nosso site e confira!

www.gmeg.com.br



Triturador de resíduos organicos



Picador e Triturador forrageiro



Sopradores e Sugadores de folhas

Produtos Agrícolas e para Jardinagem

/gmegoficial

@gmegoficial

47 2103.4150

MOTOMIL®

Eletroplas®

Garthen®

GMEG

Revenda

EDIÇÃO 344 | MAIO 2019 | ANO XXXI



Foto: Shutterstock



12

MATERIAL ELÉTRICO
Grande variedade de produtos possibilita maior rentabilidade



24

A VOZ DO VAREJO
Modelos de lojas que têm, no material elétrico, o grande foco



36

NORDESTE
Região importante para o segmento da construção civil em números



46

FECHADURAS
Não basta ser segura. Tem, também, de ter design



52

CHUVEIROS E DUCHAS
Vem chegando o frio... E os fabricantes aquecem as vendas



78

ENCONTRO DE LÍDERES
Indústria e varejo reunidos para melhorar a relação comercial

06 | ENTREVISTA
56 | AGROBOI
60 | FEIRA DA CONSTRUÇÃO
82 | AGENDA

ERRATA
O Marketing da Perflex Metais informa que o Filtro Fácil, citado na reportagem sobre Acessórios para Cozinha, edição 341, não faz mais parte da linha da empresa.



Por Roberto Ferreira / Fotos Fabio Andrade



A ELUMA
É UM ATIVO MUITO IMPORTANTE

Fábio Esteves de Carvalho tem 42 anos, casado, dois filhos – um menino de 10 anos e uma menina de 7 anos – formado em Engenharia e pós e MBA em Administração. Natural de Ribeirão Preto, interior do estado, aos 11 anos a família se mudou para São Paulo. Está há três anos na Paranapanema, atuando como diretor Comercial, mas, com seu 1,97m de altura, bem que poderia ser requisitado para os times de basquete ou vôlei, caso a empresa precisasse de um bom pivô/central. Tem grande experiência no mercado de materiais para a construção. Trabalhou no Grupo Votorantim e morou seis anos na China, cuidando da operação de metais da companhia. Era para ficar três anos, mas ficou seis, pois a Votorantim comprou uma empresa de cimentos na China, com cinco fábricas, e a estadia se prolongou. Voltou ao Brasil para cuidar da marca Matrix, de argamassa básica, distribuída a granel em grandes obras. Antes de assumir o cargo na Paranapanema, também desenvolveu projetos para outras empresas, inclusive chinesas. Em entrevista exclusiva à revista Revenda Construção, Fábio Esteves de Carvalho, conta os planos da empresa, as dificuldades enfrentadas nos últimos anos, e o modelo de negócio tubos e conexões de cobre da Eluma, empresa do Grupo Paranapanema.

Revista Revenda – A marca Eluma é o principal produto da Paranapanema?

Fabio Esteves de Carvalho – Para o varejo, sim. Os tubos e as conexões são fabricados com a marca Eluma destinados para água, gás e incêndio, muito comercializados no varejo específico e alguns multicanais, e, também, temos a linha de refrigeração de ar condicionado para residências ou indústrias, que é muito significativa para a empresa e vendidos nas lojas especializadas. A receita líquida com barras, tubos, laminados, arames, conexões e outros da marca Eluma, em 2018, cresceu 37% na comparação com 2017.

Quanto esse segmento representa para a Paranapanema?

Eu diria que as nossas vendas diretas para o varejo representa em torno de 15% a 20% do faturamento da empresa, ou seja, é um número relevante. Tudo o que vendemos é via o canal revenda, temos pouco volume de vendas diretas. E, maioria das nossas vendas é feita por meio de revendedores especializados em hidráulica ou refrigeração.

Qual é o mix de produtos?

A Paranapanema é a única produtora nacional de cobre primário, responsável pela produção e a comercialização de cátodos, vergalhões, fios trefilados, laminados, barras, tubos e conexões de cobre e suas ligas. A Paranapanema é, hoje, a maior produtora brasileira de cobre. Nossa fábrica está instalada em Dias d'Ávila, na Bahia, onde temos uma refinaria de minério de cobre para refinar o cobre bruto que vem do Chile, um dos nossos maiores fornecedores. O minério é transformado em cobre, com 99,9% de grau de pureza. Esta é uma das nossas linhas de negócios. Ou é vendido no mercado, para outras empresas de produtos que levam cobre, como fios e cabos elétricos, por exemplo, ou é transformado em placas que vão servir para fazer os vergalhões e os arames utilizados na fabricação de fios e cabos, que, também, são vendidos no varejo. Toda a linha de produtos transformados é comercializada com a marca Eluma, que contempla os tubos e as conexões de cobre e, também, os laminados de cobre e latão podem ser utilizados na indústria automotiva, e, até mesmo, na parte de balísticas. Temos a linha de barras e arames de cobre e latão, que, também, tem boa participação. Eu diria que o nosso portfolio é bastante completo.

Como é o processo de transformação?

O cobre é uma Commodity. Vem muito do Chile, um dos maiores produtores mundiais. Esta matéria é extraída da mina e, depois, concentrado, com uma pureza de 28% a 30% de cobre. Esse material é comprado pela Paranapanema, que o transforma em material eletrolítico, com 99,9% de pureza, comprovada pelo registro da London Metal Exchange de grau A, requisito decisivo para competir no mercado internacional.

"A Paranapanema é a única produtora nacional de cobre primário, responsável pela produção e a comercialização de cátodos, vergalhões, fios trefilados, laminados, barras, tubos e conexões de cobre e suas ligas."

FABIO ESTEVES DE CARVALHO

Os produtos Eluma também são fabricados na Bahia?

Não, apenas o fio e o vergalhão são feitos na unidade da Bahia, onde temos o smelter, que é a refinaria. As barras de cobre são transportadas para a nossa fábrica de Santo André, onde são feitos os tubos, e para a cidade de Serra, no Espírito Santo, onde são feitas as conexões. Da Bahia sai uma placa que é transportada por cabotagem, ou via terrestre, para a fábrica de Santo André. A unidade da Eluma recebe o material bruto, leva para o forno onde é fundido, passando por vários processos para ser conformado nos tubos. Temos uma linha de tubos retos de grandes diâmetros para serem utilizados nos sistemas de gás, água e elétrico, e outra tecnologia, exclusiva no Brasil, chamada de Cast & Roll, que faz os tubos de menor diâmetro, mais flexíveis, aplicados nos sistemas de refrigeração. Essas são as duas linhas em Santo André. Em Serra, no Espírito Santo, são feitas as conexões. A Paranapanema tem cerca de 2.800 funcionários diretos e a unidade da Bahia responde pelo maior número de funcionários.

Qual é a participação da Eluma no mercado de tubos e conexões de cobre?
Não temos dados tão precisos do mercado porque esse é um mercado onde os dados não são tão transparentes, mas acredito que a nossa participação está em torno de 55%, de share em tubos, o que é bem representativo, e a linha de conexões tem em torno de 80% de share. Nossa produção é em torno de 50 toneladas, por mês, de tubos e conexões.

Qualidade é o grande diferencial?
Os tubos e as conexões que fabricamos com a marca Eluma possuem uma grande vantagem sobre outros produtos ou concorrentes, porque são fabricados 100% com matéria-prima da própria Paranapanema, que tem alto grau de pureza, por ser a única empresa brasileira que transforma o cobre bruto. A marca Paranapanema é registrada na Bolsa de Londres, onde temos que seguir regras rígidas internacionais, e isso faz com que os nossos produtos tenham uma pureza e qualidade excelentes, e podem ser comercializados em qualquer parte do mundo. Exportamos tubos e conexões não só para a América Latina, como, também, para os Estados Unidos, mercado muito exigente, que reconhece a nossa qualidade. Mas, temos concorrentes fortes no Brasil, que faz o mercado ser bastante competitivo.

Como a empresa trabalha o ponto de venda?
Por ser um produto mais nobre, pelo custo em relação a outros produtos do segmento, a participação grande no mercado é construída junto com os nossos parceiros, as revendas especializadas em materiais hidráulicos, que distribuem os nossos produtos ao usuário final, seja construtoras ou cliente. Além das revendas especializadas, também, os nossos produtos são encontrados em lojas de médio e grande porte, em algumas regiões do país. Nós não fornecemos, diretamente, os nossos produtos para grandes obras. As vendas para as grandes construtoras não são tão frequentes por causa do volume de peças que eles precisam, então, entregamos por meio das próprias revendas.



"A Paranapanema desenhou, em 2016, uma plataforma digitalizada de CRM para conhecer melhor os nossos clientes e os instaladores dos nossos produtos. Nós queremos desenvolver uma plataforma de relacionamento com os instaladores, porque sabemos da importância que eles têm na decisão de utilizar os nossos produtos."

FABIO ESTEVES DE CARVALHO

A empresa passou por momentos difíceis em 2016/2017, mas, mesmo assim, foram realizados investimentos?
Boa parte dos nossos investimentos, senão a maioria, foram destinados à garantia operacional das nossas unidades, modernizando os processos para ter melhor desempenho. Viemos de uma grande crise, em 2017, e, agora, estamos num processo de investir em nossas operações, mais até do que normalmente fazíamos. Nossos investimentos são fortes, principalmente na Bahia. Trocamos muitos equipamentos obsoletos, ou com a vida útil no fim. Essa troca foi crucial para modernizar os processos. Ao longo dos anos de 2016/2017 e início de 2018, fizemos as alterações na planta da Bahia, que precisou ficar parada durante 74 dias no primeiro semestre. O importante é que a Paranapanema não interrompeu, em nenhum momento, o volume de entregas para os seus clientes, garantindo os compromissos firmados com os clientes. Foi uma operação muito grande e, agora, a planta voltou a performar muito bem, nos possibilitando aumentar a produção, ampliar a participação no mercado, que, também, está pedindo mais produtos.

Investimentos, também, no relacionamento com os clientes?
A Paranapanema desenhou, em 2016, uma plataforma digitalizada de CRM para conhecer melhor os nossos clientes e os instaladores dos nossos produtos. Nós queremos desenvolver uma plataforma de relacionamento com os instaladores, porque sabemos da importância que eles têm na decisão de utilizar os nossos produtos. Iniciamos, este ano, um projeto em parceria com a LG, para levar treinamento técnico às principais instaladoras de ar-condicionado do Brasil. Temos um caminhão para os treinamentos dos revendedores parceiros. Esse processo de relacionamento com os instaladores já começou e vai ser realizado anualmente.

ELÉTRICA E ELETRÔNICA

Tecnologia, precisão e segurança para medições, instalações e reparos profissionais!



Assista aos vídeos e siga a VONDER nas redes sociais!

@vonderferramentas

É bom trabalhar com

vonder®

Criteriosos ensaios técnicos para resultados mais precisos! ***A escolha é sua e a qualidade é VONDER!***

Os produtos da Eluma são comercializados em todo o Brasil? Como é feita a distribuição?

O CDPC da Paranapanema no Rio de Janeiro está localizado na cidade de Itatiaia e ocupa um galpão empresarial de 3.000 m², tendo capacidade de, aproximadamente, 2.200 toneladas. Quanto ao da Bahia, em Dias d´Ávila, ocupa um espaço de 1.800 m² e conta com capacidade de armazenamento de, aproximadamente, 400 toneladas. Ambos os CDPCs recebem produtos Caraíba, vindos da Bahia, e não os Eluma. Além disso, a Paranapanema tem um CDPC em Santo André, mas trata-se de um escritório e não unidade de venda. Não temos outros pontos intermediários para a distribuição aos clientes finais. Trabalhamos com atacadistas para a pulverização dos nossos produtos em, aproximadamente, 3.000 clientes do segmento construção civil. A Paranapanema atende a cerca de 5.000 clientes em todo o Brasil. A tendência é estabilizar, pois queremos dar todo o suporte aos atuais clientes. O grande foco para 2.019 é não só atender bem os clientes, como, também, o usuário final, grande multiplicador de opinião dos nossos produtos.



TECNOLOGIAS

MOLDAGEM AUTOMÁTICA DE CONEXÕES (SERRA, ES).
Sistema de moldagem automático em areia verde, que proporciona rendimento metálico superior aos sistemas de moldagem convencional.

CAST & ROLL (SANTO ANDRÉ, SP).
De origem italiana, é a mais avançada tecnologia de laminação do país, aplicada na fabricação de tubos de cobre sem costura. Com o Cast & Roll, o rendimento é mais alto e há melhor aproveitamento da matéria-prima.

CONTIROD (DIAS D'ÁVILA, BA).
A Paranapanema é a única empresa nacional a usar essa tecnologia na produção de vergalhões, que têm baixo impacto ambiental e maior eficiência energética.

CONFORM (SANTO ANDRÉ, SP).
O sistema usa cartuchos aquecidos para modelar vergalhões.

O preço do cobre torna o produto elitista?

O cobre tem uma dificuldade muito grande porque tem o preço atrelado à Bolsa de Londres, que tem variação diária de preço. Então, casar essas variações com o preço final de venda é muito desafiador transferir essa volatilidade ao ponto final, o consumidor, e isso exige estratégias de preço muito críticas. Não podemos ter grandes oscilações e, para isso, o planejamento é muito importante para o desempenho do ano. Quando o preço do cobre aumenta muito, sofremos mais, porque temos concorrentes que fazem produtos de outros materiais que podem substituir os nossos. O grande desafio é evitar isso.

Como se constrói a marca?

A marca é construída com qualidade, consistência e relacionamento sólido com os parceiros. Costumo dizer que não é o proprietário da casa, ou apartamento, que vai definir se vai ser colocado tubo de cobre ou outro material na sua obra. Então, o nosso cliente principal não é o consumidor final, e, sim, o instalador que vai falar das qualidades e propriedades do cobre. Há 30 anos, quando meu pai foi comprar um apartamento, ele batia na coluna e sentia que a instalação era de cobre, sinal de solidez. Esta é a imagem que queremos devolver aos produtos de cobre: a solidez, durabilidade. Fizemos, recentemente, um estudo de mercado para conhecer mais a marca Eluma e ficou muito claro que é uma marca muito forte, reconhecida não só no Brasil como, também, em outros países. Quando comecei a viajar para outros países, eu fiquei espantado em saber que a Eluma já foi líder de mercado em Israel. A marca é, de fato, um ativo muito importante para a empresa.

A Eluma pensa em desenvolver outros produtos de cobre?

Nesse momento, não. Claro que, com todo esse processo que a empresa passou nos últimos anos para devolver à empresa sustentabilidade financeira e modernização operacional, e com essas questões já resolvidas, passamos a olhar mais à frente com nossas soluções para a construção civil. Os grandes players de mercado em nosso segmento realmente têm feito um movimento para ter soluções completas para uma residência. A Paranapanema não está ligada diretamente ao varejo pulverizado, então, é muito difícil para nós fazer ações nesse sentido. O cobre é o DNA da Paranapanema, então, queremos levar as soluções de tubos e conexões que fabricamos ao consumidor, ao instalador e à rede varejista.

MEDIDORES DE DISTÂNCIA A LASER

Máxima tecnologia, precisão e versatilidade para medições internas e externas! Extremamente leves e compactos, de fácil portabilidade e manuseio!

LANÇAMENTOS



MDV 120C

- Conta com 4 pontos de referência para medição: frontal, meio, traseiro e dispositivo para cantos;
- Realiza medições de distância, contínua (trena eletrônica), área, volume, Pitágoras (6 tipos de medidas), medição de máximo e mínimo, adição e subtração;
- Faixa de medição: 0,05 m a 120 m.



www.vonder.com.br



Conheça a linha completa e os diferenciais de **cada produto!**

Baixe um aplicativo leitor de QR CODE e assista ao vídeo do modelo VD 040 pelo seu smartphone!





Assista aos vídeos e siga a VONDER nas redes sociais!

@vonderferramentas

É bom trabalhar com

vonder®

Os melhores resultados no trabalho profissional aparecem com os equipamentos certos! **A escolha é sua e a qualidade é VONDER!**



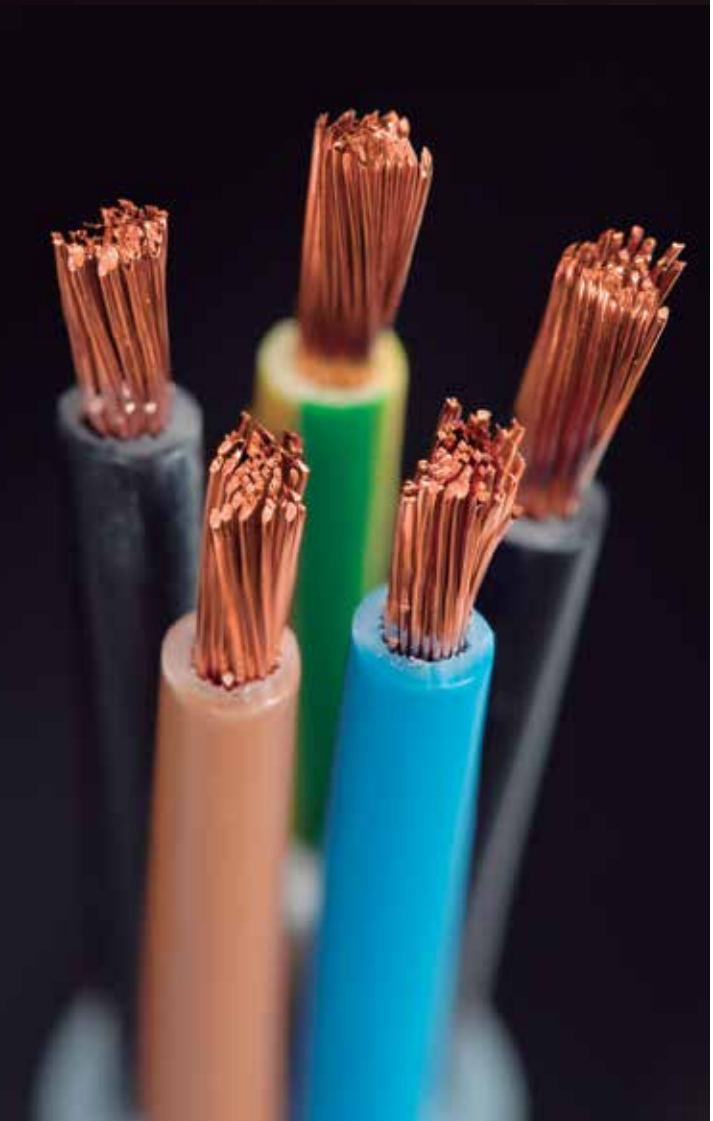
INFORMAÇÕES TÉCNICAS CORRETAS
ILUMINAM O SETOR



AMANCO · BRASFORT · ELÉTRICA PJ MATERIAIS ELÉTRICOS · FAME · 29 ANOS ILUMI MATERIAIS ELÉTRICOS a marca do lar brasileiro.

KRONA TUBOS E CONEXÕES · LAMESA FIOS E CABOS ELÉTRICOS · LORENZETTI Mais do que você imagina · RADIAL · SIL · Zagonel Tecnologia eficiente





Em 2018, o Painel Comportamental do Consumo de Materiais de Construção, realizado pelo DataMkt Construção, desde 2014, completou seu quinto ano consecutivo entrevistando, no total, 4.086 consumidores que haviam realizado obras e reformas residenciais no último ano.

Em todos esses anos, as reformas elétricas foram o terceiro tipo de obra mais realizada, perdendo, apenas, para a pintura e a troca de pisos e revestimentos.

Para esse artigo, vamos nos ater ao perfil mais recente desse consumidor, considerando o Painel de 2018, que entrevistou 900 consumidores que haviam realizado obras/reformas residenciais no período de setembro de 2017 a agosto de 2018.

Segundo a pesquisa, do total de entrevistados, 83,7% pintaram as residências, seguidos por 70,2%, que trocaram pisos e revestimentos, e, por 64,3%, que reformaram a parte elétrica, considerando a troca de chuveiros elétricos, disjuntores, quadros de distribuição, fios e cabos, eletrodutos/conduítes, lustres, luminárias, sistemas elétricos ou de iluminação etc.

Qual, então, o perfil da obra/reforma realizada por esses consumidores?

A maioria deles pesquisaram os materiais, que seriam comprados para a obra, antes de seu início, nas Lojas Físicas de Materiais de Construção, com 66,6%; seguidas pelos sites dos fabricantes, com 30%; pelos e-commerces de materiais de construção, com 28,5%; pelos tablóides de ofertas, por 24,6%, e, apenas para ficarmos nos cinco meios mais consultados, pelo YouTube, com 20,5%, como podemos ver no gráfico completo, com leituras por classes sociais.

Interessante notarmos que consumidores da classe A foram os que mais visitaram as Lojas Físicas de Materiais de Construção, consultaram os sites dos fabricantes, os e-commerces e o Youtube, enquanto os consumidores da classe B foram os que mais consultaram os tabloides de ofertas de materiais de construção.

Porém, é notório que quanto maior a classe social, maior é o número de meios consultados: a classe A consultou uma média 4 meios; a classe B, uma média de 3,3 meios, e, a classe C, uma média de 3 meios.

Porém, quando chega o momento da compra, quais os tipos de canais que foram os mais utilizados?

Para os entrevistados que reformaram a parte elétrica, o principal canal de compra foram as Lojas de Bairro (pequenas, médias e multicategorias), utilizadas por 59,4% desse perfil de consumidor; seguidas, empatadas tecnicamente, pelas Lojas Especializadas em Materiais Elétricos, por 44,9% e Home Centers/Lojas Grandes, por 43,3%, apenas para ficarmos nos três principais.

Vemos, então, a importância das lojas de proximidade e das lojas especializadas para esse público, essa última, empatada tecnicamente, com o segundo tipo de canal mais utilizado pelos consumidores de maneira geral: Home Centers/Lojas Grandes.

Também, nesse caso, há diferenças por classe sociais. As Lojas de Bairro são mais frequentadas por consumidores da classe C, com 64,5%; seguidas pela classe B, por 51,1%, e, por último, pela classe A, por 41,7%. Diferentemente, as Lojas Especializadas em Materiais Elétricos são mais frequentadas por consumidores da classe B, com 52%, e classe A, com 51,8%; seguidas pela classe C, com 41%. Por fim, os Home Centers/Lojas Grandes, significativamente mais frequantados pela classe A, com 74,4%; seguidos pela classe B, com 45,7%, e, pela classe C, com 40,2%.

Podemos afirmar que: as lojas de proximidade são o destino preferencial dos consumidores de menor poder aquisitivo que reformaram a parte elétrica, enquanto, as lojas de maiores dimensões, são as preferidas pelos consumidores de maior poder aquisitivo. Porém, essa é uma constante em todas as pesquisas, independentemente do tipo de obra realizada.

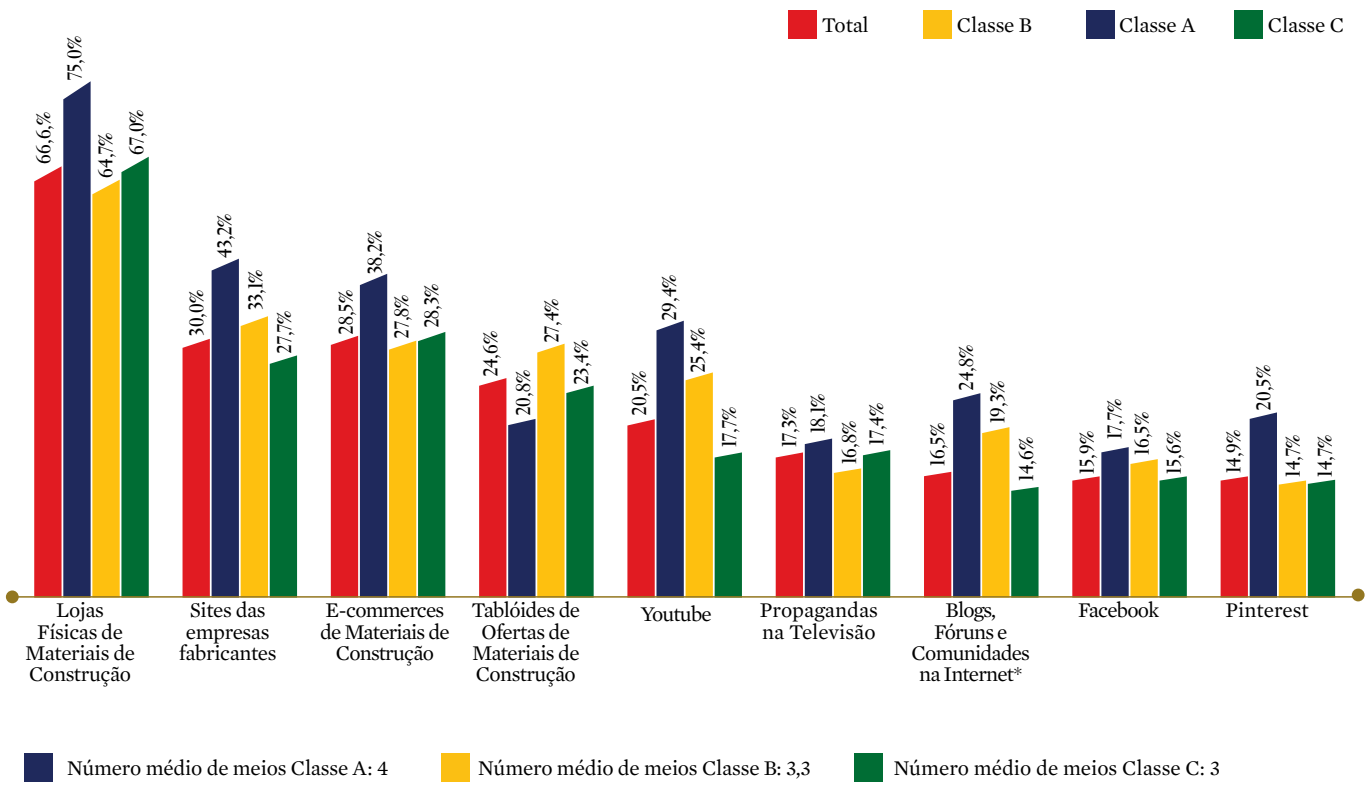
Por outro lado, é sempre bom frisar a importância das lojas com um caráter mais técnico de atendimento, como as especializadas em materiais elétricos, o segundo tipo de canal mais utilizado por esse perfil, com destaque para as classes A e B.

De qualquer maneira, esse é mais um indicativo do quanto os consumidores valorizam um atendimento bem preparado, principalmente, quando falamos de materiais elétricos, extremamente associados á segurança das famílias.

E isso pode ser oferecido, com o preparo técnico dos vendedores e balconistas, independentemente do perfil e tamanho da loja, porém, com um ponto imprescindível: revender, apenas, as melhores e mais seguras marcas e produtos do mercado.

Newton Guimarães, Head DataMkt Construção, sistema de inteligência de mercado cogerido por Leroy Merlin, Eucatex, Votorantim Cimentos, Deca

TIPOS DE MEIOS UTILIZADOS PARA PESQUISAS POR QUEM REFORMOU A PARTE ELÉTRICA



Base absoluta 575/Base ponderada: 580 – (consultas anteriores ao início da obra por quem reformou parte elétrica)
*construção, reforma e decoração

Fonte: Painel Comportamental do Consumo de Materiais de Construção 2018 – DataMkt Construção

QUEM COMPARA QUALIDADE **SEMPRE PEDE LAMESA.**



MAIS SEGURANÇA
E TRANQUILIDADE
PARA SUA OBRA

LAMESA
CABOS ELÉTRICOS

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

CORRENTE DO BEM

UM TOUR PELOS MELHORES PRODUTOS MATERIAL ELÉTRICO

A venda de materiais elétricos é grande no mix de produtos de uma revenda. Mas, cuidado: é preciso estar atento às normas e certificações dos itens em exposição e, vendedores treinados para ajudar os clientes.



AMANCO

A empresa destaca os seguintes produtos produtos voltados à rede elétrica no seu portfólio.

Eletroduto Rígido: usados para acomodação e condução de fios, cabos e outros dispositivos. São aplicados de maneira permanente ou temporária, em instalações elétricas prediais de baixa tensão. Fabricados de PVC não propagante de chamas. Eletroduto Corrugado: os produtos dessa linha podem ser instalados embutidos (em paredes e lajes) ou aparentes (em locais protegidos). A grande flexibilidade deles permite ainda que sejam curvados com facilidade mantendo a qualidade e a resistência. EletroAmanco: aplicados de maneira temporária ou em instalações elétricas prediais de baixa tensão que precisem estar facilmente acessíveis para manutenções.

Quadros de Distribuição e Caixas de Passagem: disponíveis nas versões liso e mosaico, são fáceis de instalar, com entradas nas bitolas de 25 mm e 32 mm para eletrodutos. As caixas de passagem organizam a fiação e cabeamento elétrico.

Adriano Andrade, diretor Comercial da Mexichem Brasil, destaca o bom momento que a empresa atravessa: "Os números de 2018 ainda não estão fechados, mas, estimamos que a empresa tenha apresentado expansão de 8% a 12% ante o faturamento de R$ 1,35 bilhão de 2017." E acrescenta que a Amanco vai continuar investindo. "Para 2019, estão previstos investimentos de US$ 8 bilhões ,em uma extrudora para tubo de infraestrutura, na unidade de Sumaré e US$ 20 milhões, na melhora de desempenho e automação de equipamentos nas demais unidades", confirma.

E a expectativa da retomada do meercado é um fator decisivo para os investimentos: "Após viver o pior momento, o setor de construção no Brasil deve apresentar uma retomada, ainda que discreta, no médio prazo. A falta de grandes obras de infraestrutura e de ações concretas de atuação dos agentes fomentadores ainda causam efeitos no setor. O desemprego é outro fator que afeta o mercado, pois atrasa a decisão de investir em imóveis novos e em lançamentos pelas construtoras.Porém, o consumo das famílias tem melhorado de forma perceptível, mesmo que lentamente, porque o índice de reformas como alternativa à troca de imóvel tem aumentado.Nós trabalhamos com a perspectiva de que o PIB (Produto Interno Bruto) do país cresça pelo menos 3% este ano. Porém, acredito que a melhora significativa de cenário ocorrerá em 2020.A Mexichem Brasil está em sintonia com este cenário e projeta elevar seu faturamento em pelo menos 15% neste ano, superando em cinco vezes o crescimento do setor de materiais de construção", finaliza.

IFC/COBRECOM

Gustavo Verrone Ruas, diretor da IFC/COBRECOM, destaca os seguintes produtos: "Materiais Encartelados 'Medida Certa' em embalagens com 25 metros, que é um dos nossos principais lançamentos, e o Cabo Solarcom; Materiais Encartelados 'Medida Certa' em embalagens com 25 metros. Ideal para os consumidores que desejam fazer pequenas reformas, ou seja, é uma opção para quem quer comprar fios e cabos elétricos em pequenas quantidades. Além disso, o material permite ao lojista ter mais rentabilidade com a venda fracionada."

Os Materiais Encartelados ficam expostos nas lojas em Displays Expositores de forma organizada e funcional. As embalagens são de Blister de plástico PET e possuem informações técnicas dos produtos para facilitar o consumidor a decidir pela compra em função da aplicação.

Cabo Solarcom – Fabricado com a sua cobertura nas cores preta, vermelha e verde/amarela, o produto foi criado e testado a partir dos mais criteriosos padrões internacionais. Outras características do composto poliolefínico da isolação e cobertura: alta resistência a raios UV e ao ozônio; é antichama; com baixa emissão de fumaça e não produz gases tóxicos e corrosivos, pois é livre de halogênio; tem ótima resistência mecânica e é muito resistente a óleos minerais, ácidos e amônia.



Gustavo enfatiza que a empresa está preocupada em produzir fios e cabos elétricos seguros, confiáveis e de muita qualidade. "Por

isso, investe, constantemente, na modernização dos equipamentos que possuem tecnologia de ponta. Também, realizamos aperfeiçoamentos constantes em nossos processos para atender às exigências do mercado e garantir a satisfação de nossos clientes. A qualidade é um dos três pilares de sustentação da IFC/COBRECOM – segurança e tecnologia são os outros – e, por isso, o investimento continuará sendo constante em 2019. Também, vamos aprimorar, sempre, um alto nível de serviço junto aos clientes."

Quanto ao aquecimento do mercado, Gustavo acredita que o aumento nas vendas será gradativo. "Avaliamos que o mercado está em busca de posicionamento crescente por ter ficado muito tempo estagnado por causa da crise econômica que o país passou nos últimos anos. Estamos com boas expectativas de crescimento na demanda de fios e cabos elétricos nos próximos meses."

CONDUCAB

A Conducab destaca-se no cenário por fornecer cabos elétricos de energia e especiais sob medida adequado à realidade de cada projeto, dentre os quais: Cabos Comando Blindados, AFT, AFD, AFS, Instrumentação, Cabos para alarme Incêndio, Balizamento para circuitos luminosos, dentre outros.

Miguel Machado, diretor Comercial, destaca a preocupação da empresa em investir para conquistar mercado. "Desde o seu início, a Conducab vem se destacando nacionalmente. É válido destacar que, no último ano, apesar das dificuldades inerentes ao cenário nacional, foram realizados investimentos e aquisições de maquinários que possibilitaram o aumento em 20% da capacidade produtiva. Além disso, nos preocupamos com a reengenharia de processos; e o investimento concentrado em recursos humanos por meio de treinamentos, capacitação e valorização de funcionários e colaboradores, pois acreditamos que é somente a partir da formação e valorização que poderemos galgar bem mais que números, a satisfação de nossos clientes, sejam internos e externos", diz.

Para 2019, a Conducab aposta na linha de cabos comando/controle blindados de fita de cobre, considerando o "time" de investimento do setor. "A finalidade é oferecer produtos de alta performance e qualidade com menor custo e prazo para entrega. Em relação a linha de cabos de energia, o foco está concentrado nos cabos de bitolas maiores", explica.

EXATRON

A Exatron apresenta a mais nova linha de produtos, a Linha Elétrica MyX, que tem, como principais características, design, qualidade e praticidade. Pode ser montada de acordo com a necessidade do cliente, pelo fato de ser composta de diversos itens, tais como: tomadas, interruptores, conexões RJ45, RJ11, HDMI, coaxial, carregadores USB, Interruptores Touch, Dimmers, Campainhas, sensores de presença da Exatron, líderes de mercado.



Martins Prado, do Marketing da empresa, ressalta que a Exatron é a marca mais vendida de Relés para Iluminação no Brasil pelo nono ano consecutivo e, ainda, é a marca mais vendida em Sensores de Presença no Brasil, pelo décimo sexto ano consecutivo.

Com investimento de R$ 25 milhões, a sede da Exatron está em novo endereço, no Parque Canoas de Inovação, RS, ocupando área de 11.000m². A empresa, que completou 34 anos em novembro de 2018, foi uma das primeiras a se instalar no PCI.

FAME

"Tivemos um ano com excelente destaque no segmento, com ênfase na Linha Evidence, que se se consolida, cada vez mais, no setor de material elétrico com crescimento constante em pontos de vendas. Analisamos o mercado, em 2019, com mais oportunidades por causa do otimismo na economia, e, com a proximidade do inverno, os indicativos de produtos sazonais como duchas, chuveiros, torneiras elétricas etc. Vamos ter uma elevação considerável nas vendas e consequentemente acompanhar esta evolução com gama de produtos para a estação que se aproxima", explica Cláudio Habir, gerente de Vendas



A exposição no ponto de venda é uma preocupação grande da Fame, como explica Habir: "Nosso vendedor trabalha um diferencial muito grande junto ao PDV; a Fame se preocupa com o pós-venda, onde estamos, sempre, com exposições constantes para garantir giro e visibilidade do produto junto aos consumidores e parceiros comerciais."

LAMESA

A Lamesa destaca a linha de Cabos Flexíveis classe 5, reconhecida nacionalmente, pela qualidade absoluta.

Silvio José de Carvalho, gerente Comercial, informa que a Lamesa fez consideráveis investimentos, no ano passado, em novas máquinas e equipamentos, para nosso parque industrial, aumentando a capacidade instalada.

E outros lançamentos estão previstos: "Pretendemos entrar, neste ano, com a linha de cabos coaxiais, cabos livres de halogêneos, e, já estamos colocando em disponibilidade para a venda nossa linha de cabos fotovoltaicos, que recebeu a nomenclatura de Lametox Solar", explica.



Quanto ao mercado, a Lamesa teve crescimento considerável de vendas nos meses de janeiro e fe-

vereiro. “E sentimos um bom aquecimento do mercado; acreditamos que teremos alguns alto e baixos, em 2019, em relação ao mercado, porém, temos confiança e estamos otimistas que será um ano positivo para nosso setor”, encerra.



MARGIRIUS

A MarGirius oferece uma ampla variedade de produtos eletroeletrônicos, que está em constante alta. São interruptores e tomadas residenciais, LED drivers, sensores de presença, relés fotoeletrônicos, sistemas de controle remoto, plugues, tomadas, disjuntores, interruptores diferenciais residuais (IDR), protetores contra surtos elétricos (DPS), quadros de distribuição entre muitos outros.

Os interruptores e as tomadas residenciais são apresentados em três linhas: Clean e Sleek, com estilo clássico, e Infiniti, com design contemporâneo. De acordo com o modelo, além dos módulos mais tradicionais, foram incluídas funções diferenciadas, como a luz de emergência, tomadas USB, balizadores, interruptores duplos, conjuntos para móveis planejados, e outras, agregando praticidade, comodidade e sofisticação aos ambientes. Entre os produtos destinados à iluminação, destacam-se os LED drivers para plafons e painéis, com potências de até 25W. Nessa linha, foram desenvolvidos modelos com saída isolada ou não isolada da rede elétrica, e com ou sem conector. Os sistemas de controle remoto proporcionam soluções práticas para automação residencial e comercial, em aplicações, como, o acionamento da iluminação e o comando a distância de bombas e motores.

No segmento de proteção, a MarGirius dispõe de protetores contra surtos elétricos para portões eletrônicos, lâmpadas LED e equipamentos eletrônicos em geral. Uma das novidades é o dispositivo “Salva contatos”, que prolonga a vida útil dos interruptores que acionam lâmpadas LED, evitando o desgaste prematuro por causa da elevada corrente inicial.

A MarGirius busca, continuamente, proporcionar aos revendedores, além dos produtos mais conhecidos pelo mercado, muitos outros itens, fabricados a partir da necessidade dos instaladores e consumidores, que se tornam grandes oportunidades para potencializar as vendas.

RADIAL

Os produtos de maior relevância são os interruptores e as tomadas das linhas Pollar e Pérola, porque possuem um ótimo custo- beneficio, além de design simples e sofisticado.



“Acreditando neste sucesso, levou para a Feicon Batimat 2019, essas linhas na cor preta. Essa aposta aconteceu para renovar nossa gama de produtos com opções mais modernas. Outra novidade é a linha Mármore que, também, conta com interruptores e tomadas e se apresenta mais prática no momento da instalação do que as convencionais”, destaca Cintia Braga, do Marketing.

Dentre os novos produtos lançados na Feicon, a Radial apresenta toda a linha de soluções em materiais elétricos, como Plugues, Soquetes, Plafons, Interruptores e Tomadas de diversos modelos e voltagens, Extensões, Filtros de Linha, Sensores e Quadro de Distribuição. A empresa atua neste ramo desde 1975 e conta com um parque fabril moderno e atualizado. Os produtos da Radial têm certificado de conformidade reconhecido pelo INMETRO, e Cintia destaca que a meta é manter o padrão de qualidade Radial e explorar as novas tendências que os consumidores buscam no mercado.

TRAMONTINA



Para uso residencial, a Tramontina ampliou a já conhecida linha de placas e interruptores Liz, com o lançamento da tonalidade grafite, que vem se juntar a outras seis cores: azul- jeans, bege, fendi, ouro-velho e verde- ardósia, além da branca.

As placas de design contemporâneo estão disponíveis nos formatos 4x2 (3 postos) e 4x4 (6 postos). Na cor branca, as placas da linha Liz têm cinco diferentes configurações, com acabamento brilho.

A Liz segue o conceito de modularidade já utilizado nas linhas Giz, Tablet, Lux2, Lizflex, Conduletes e Plastibox, que utilizam os mesmos módulos largos e de toque suave e silencioso, nas cores branco brilho e grafite, formando conjuntos elegantes e multiplicando as opções para combinar com todos os tipos de decoração. Para atender às mais diversas aplicações em indústrias, a Tramontina anuncia o lançamento de Plugues e Tomadas Industriais. A linha é composta de plugues móveis, tomadas de acoplamento, tomadas de embutir e de sobrepor. Os produtos são confeccionados de termoplástico de engenharia autoextinguível, com propriedades isolantes, que evitam a propagação de chamas, e têm elevada resistência mecânica. As partes metálicas recebem tratamento da superfície, que protege o material da corrosão e permite excelentes conexões elétricas.Um dos destaques são os plugues móveis e as tomadas de acoplamento com sistema de fácil aplicação e desmontagem inteligente, que reduz o tempo de instalação. Outra facilidade é que, após conectados os cabos, o prensa cabo integrado pode ser apertado com as mãos, sem o uso de qualquer ferramenta.

Investimentos - O desenvolvimento de produtos, cada vez mais seguros e eficientes, é uma condição básica para a fabricação de materiais elétricos e é notável que, na última década, os processos fabris evoluíram, principalmente em máquinas que aumentam a



A sociedade sempre está em busca de alternativas para facilitar o dia a dia e nós não somos diferentes!

É pensando nisso que apresentamos uma **nova** alternativa para você: **a linha Vivaz!**

Vivaz

lançamento 2019

FEICON BATIMAT
REFERÊNCIA QUE INSPIRA CONSTRUÇÃO QUE TRANSFORMA

Agradecemos sua presença que foi fundamental para o sucesso de nosso stand na Feicon 2019.

Obrigado!

ILUMI
MATERIAIS ELÉTRICOS
a marca do lar brasileiro.

ilumibrasil

www.ilumi.com.br

produtividade e a confiabilidade dos processos. A Tramontina investe, continuamente, na aquisição de maquinário de ponta, principalmente, células de injeção de plástico e alumínio, que hoje compõem um parque fabril moderno, com alta tecnologia, para que possa oferecer produtos confiáveis, seguros e duráveis, normatizados, com preços competitivos e adequados à realidade do segmento.

Avaliação do mercado - Vivemos num mundo onde a eletrônica, a rapidez da internet e as facilidades técnicas estão transformando a vida de todos, e a Tramontina não está alheia a isso. Os consumidores buscam funcionalidade dentro de casa e os itens de automação cada vez mais se integram ao cotidiano das pessoas. Durabilidade, facilidade de instalação, flexibilidade de integração a diferentes projetos, modularidade, adequação à variedade de produtos eletrônicos disponíveis, matérias-primas de maior resistência mecânica, química e a intempéries, além do design, são pontos relevantes no desenvolvimento de novos produtos.

LEDVANCE

A LEDVANCE está lançando a LEDVANCE SMART+, a primeira lâmpada LED inteligente, controlada por celular. Essa tecnologia possibilita o total controle da iluminação pelo smartphone, via Bluetooth, sem precisar sair do sofá. Você poderá controlar a luz da sua lâmpada SMART+ por meio de um dispositivo conectado tablet, smartphone ou por comando de voz. E, ainda, ligar, desligar, alterar a cor e controlar a intensidade da luz através do seu celular, sem a necessidade de qualquer equipamento adicional. Basta conectar a LEDVANCE SMART+ em um soquete de base E27 e habilitar o Bluetooth do seu smartphone!

Vantagens da lâmpada LEDVANCE SMART+:Maior alcance de sinal: até 100 metros; Menor tempo de resposta aos comandos enviados via smartphone; Você pode criar um sistema de controle inteligente da sua casa, adicionando dispositivos com tecnologia Bluetooth mesh, como termostatos, assistentes de voz, sensores, entre outros

A LEDVANCE é um dos principais fornecedores de iluminação geral do mundo para profissionais e consumidores finais. Surgiu do negócio de iluminação geral da OSRAM, e oferece uma ampla linha de luminárias LED para diversas áreas de aplicação, um dos maiores portfólios de lâmpadas LED do setor, além de produtos à iluminação tradicional.



SOPRANO

Este ano, a Soprano tem dois grandes lançamentos. Os painéis Fotovoltaicos e a Linha Atria de interruptores e tomadas. Os painéis fotovoltaicos poderão ser adquiridos, em



forma de kit, ou individualmente.

A linha Atria, dos interruptores e tomadas, foi pensada para combinar com todos os ambientes, possui design exclusivo, privilegiando a versatilidade. A linha é composta por placas, suporte 2x2 e 4x4 e com diversas opções de módulos como comunicação, conexão USB, interruptores, tomadas, entre outros.

"Todos os anos investimos muito em produtos novos quanto nos produtos em linha. No ano de 2018 recebemos os prêmios Prêmio "Os Produtos do Ano 2018" – Revista Eletricidade Moderna, Prêmio "Top of Mind – Melhor Produto do Ano" – Revista Revenda Construção. Na parte institucional, a Soprano foi agraciada com o prêmio Melhores Empresas para se trabalhar no Rio Grande do Sul, pontuando a 20ª colocação na categoria médio porte. Este ano, recebemos a homologação da CEMIG e as certificações do INMETRO. Além de homologações e certificações, estamos investindo em um novo laboratório para testes de produto. Vamos concorrer novamente do GPTW - Melhores empresas para se trabalhar - este ano", informa Marcelo Gerhardt, diretor da Soprano.

"Minha avaliação do mercado é que, apesar de 2018 ter registrado uma retração do PIB da construção Civil (pelo quinto ano seguido), o último trimestre do ano passado registrou uma elevação do Índice de Confiança da Construção em quase 5%, muito motivada pelo resultado das eleições. Essa maior confiança ficou ilustrada pelo aumento de lançamentos residenciais e o aumento da capacidade instalada das industrias do setor", acrescenta Marcelo.

Com a confiança elevada, 2019 iniciou para a Soprano com um crescimento de 2 dígitos no sell in do varejo no primeiro bimestre. "Porém, a instabilidade política, que não permite a evolução das reformas, prejudicou o sell out do mercado, e nos vemos agora, aos mesmos patamares de 2018. Porém, acredito que com a evolução do quadro político e a certeza do encaminhamento da reforma da previdência, o mercado retomará a força do início do ano e fecharemos 2019 com um crescimento expressivo" , finaliza.

KRONA

A linha elétrica da Krona ficou mais completa com o lançamento do novo Quadro de Distribuição, em março.

Com design clean e moderno, os Quadros de Distribuição Krona alinham beleza e segurança nas instalações residenciais e comerciais. São destinados à proteção mecânica de dispositivos elétricos e ao encaminhamento de cabos e condutores em instalações elétricas de baixa tensão. Sua insta-

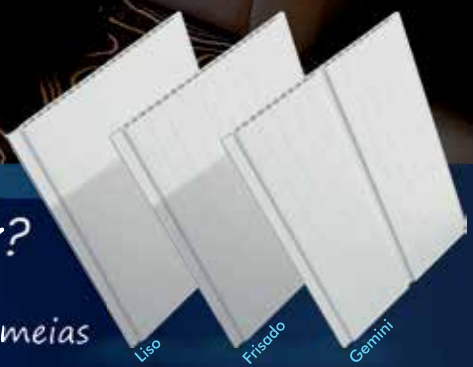


FORRO DE PVC É
FORTLEV

novaforma PLÁSTICOS

Por quê usar o forro de PVC Fortlev?

a) Produto normatizado
b) Melhor custo benefício
c) Não propaga chamas
d) Leve e resistente
e) Maior número de colmeias
f) Qualidade FORTLEV
g) Todas as alternativas estão corretas





Conheça
nossa linha
de Produtos:

Caixas Multiuso



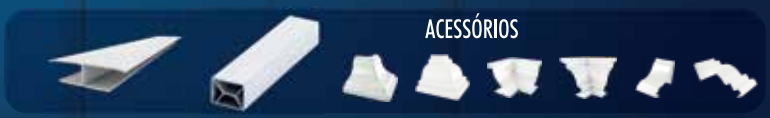


Porta Sanfonada

ARREMATES



ACESSÓRIOS



novaforma PLÁSTICOS
UMA EMPRESA DO GRUPO

FORTLEV

Tels: (27) 3236-8555 • (27) 99271-8877 SAC Digital
falecom@novaformapvc.com.br



lação pode ser feita em paredes de alvenaria e drywall.
Entre suas principais características, estão: versatilidade: compatíveis com disjuntores padrão DIN ou Nema; fácil manuseio: abertura da porta em 180º, com opção de inversão do sentido de abertura; fácil instalação: barramento permite fixação nos 4 lados do quadro; sistema de trilho por simples encaixe; Segurança: produzidos de PVC rígido antichama; mais espaço interno para organização do cabeamento.
A tampa com design diferenciado, gera leveza ao ambiente, e a superfície lisa facilita a limpeza.



INTERNEED

O lançamento de 2019 é a Linha de extensão axial. Um diferencial é a embalagem em "pote" permitindo a reutilização da embalagem, sem gerar lixo. Reduzindo o impacto no meio ambiente. Rodrigo R. Ribeiro, gerente Administrativo,Vendas e Marketing, destaca que, mesmo com a instabilidade do mercado, no ano passado, "investimos na estrutura da empresa. Foram adquiridas duas injetoras de plástico e embaladoras de produtos. Essas ações foram feitas pensando na retomada de faturamento em 2019. Este ano, adquirimos todo o maquinário para iniciarmos a fabricação de fios e cabos, objetivando maior competitividade nas linhas de extensões e posteriormente o desenvolvimento de uma linha de fios", explica. E ressalta que o mercado da construção civil anda muito instável. "Diretamente ligado ao grande desemprego no país."

TIGRE

A Tigre possui portfólio amplo e completo, com soluções eficientes e seguras para a instalação de energia elétrica. Dentre os produtos, destaque para o Quadro de Distribuição Slim, com design moderno, combinando com qualquer ambiente. O produto é montado em módulo e atende ao padrão de disjuntor (DIN) das instalações elétricas residenciais e comerciais. Além disso, por ter componentes fixados por simples encaixe, permite montagem mais rápida, sem comprometer a eficiência da instalação.
"Outro produto que podemos destacar é a linha Tigreflex, que tem como principal produto o eletroduto de PVC corrugado flexível. É de fácil instalação, já que é possível curvá-lo para realizar mudanças de direção sem amassar, tem marcação metro a metro e dispensa conexões reduzindo custos de mão de obra e prazos na execução das instalações. Recentemente, a Tigre lançou uma nova bobina do Tigreflex que desenrola sem se desfazer e, assim, facilitar o manuseio. Também otimiza o frete, além de melhorar o empilhamento e a exposição no ponto de venda", diz Rene Kuhnen, gerente de Marketing de Produtos.



Investimentos –"A nova campanha publicitária traz um filme que destaca a linha de materiais para o setor. Entendemos o Grupo Tigre como um todo e a expectativa, para esse ano, é positiva. Temos alguns lançamentos para o primeiro semestre e nosso objetivo é seguir oferecendo um amplo portfólio para atender à demanda dos consumidores, e ampliar as vendas do setor. Além disso, seguimos com nosso plano estratégico de investimento de cerca de R$ 600 milhões, até 2020, em diversas áreas da empresa", encerra Rene.

SIL



A SIL Fios e Cabos Elétricos, empresa líder de mercado no segmento de cabos e fios de baixa tensão, apresentou a linha de produtos AtoxSIL Solar. Com isolação e cobertura resistentes a chama e com baixa emissão de fumaça e gazes tóxicos na presença de fogo, o cabo é destinado a sistemas fotovoltaicos, sendo também resistente à salinidade, radiação UV e umidade.
"O crescimento da utilização da chamada 'energia limpa' é fundamental, não só em termos ambientais, mas operacionais pois essa energia está disponível em grande quantidade no Brasil, desde um grande centro urbano até em localidades isoladas na Amazônia. Além disso não depender apenas da energia elétrica convencional potencializa ainda mais a alternativa fotovoltaica", destaca Nelson Volyk, gerente de Engenharia de Produto da SIL.
O Cabo AtoxSil Solar levou em conta na sua concepção o crescimento das instalações fotovoltaicas no Brasil, que fazem do nicho uma oportunidade cada vez mais proveitosa. Segundo dados da Renewable Energy Policy Network for the 21th Century (REN21) - órgão multinacional de difusão de conhecimento sobre energias renováveis que conta com o apoio, entre outras organizações, da ONU, associações industriais e governos de todo o mundo - o Brasil é o 10º país que mais investe em energia solar no planeta.
Mercado – "Percebemos que o ano passado já foi de pequena melhora para o mercado de materiais de construção e a expectativa é positiva. Com o andamento das reformas econômicas que se fazem necessárias, a tendência é a retomada do investimento e reaquecimento do mercado. Nós da SIL conseguimos fazer de 2018 um ano positivo e a meta é crescermos 10% no volume de produção em 2019, um número audacioso, mas possível. Falando especificamente do nosso segmento, é necessário observar as externalidades e a flutuação do câmbio, diretamente ligado à variação do preço do cobre, nossa matéria prima", Pedro Morelli, gerente Comercial e Marketing da SIL.

ESCADAS E PLATAFORMAS

Acessibilidade, versatilidade e segurança para diferentes tipos de trabalhos em altura!

LANÇAMENTOS



Sempre utilize equipamentos de proteção individual (EPI).

IMAGENS ILUSTRATIVAS. TODOS OS DIREITOS RESERVADOS. PROIBIDA A REPRODUÇÃO SEM AUTORIZAÇÃO.

www.vonder.com.br

Assista aos vídeos e siga a VONDER nas redes sociais!

@vonderferramentas

Baixe um aplicativo leitor de QR CODE e assista ao vídeo da Plataforma Dobrável pelo seu smartphone!

ACESSE

É bom trabalhar com

vonder®

Os melhores resultados no trabalho profissional aparecem com as ferramentas certas! ***A escolha é sua e a qualidade é VONDER!***

POR ROBERTO FERREIRA / **FOTOS** FÁBIO ANDRADE









BRILHO NAS LOJAS **ESPECIALIZADAS**

Lojas especializadas na venda de itens para o segmento de materiais elétricos estão se destacando no mercado. Com grande variedade de produtos, e áreas de vendas, cada vez, maiores, as lojas atraem público que busca segurança e design.
Conheça a AREA e a Elétrica PJ, duas lojas especializadas de São Paulo.

ATENÇÃO ESPECIAL À ELÉTRICA

C&C





A rede de home center C&C Casa e Construção trabalha com, praticamente, as marcas-referência do mercado, além de marca própria, a Casanova, de luminárias e acessórios.

O espaço dentro das lojas é bem definido, como informa Leandro Rodrigues, gerente Comercial das categorias de construção. "São áreas específicas dentro das lojas: elétrica, dividida em duas exposições, pensando no momento e na fase da obra ou na reforma do consumidor, exemplo elétrica técnica está no primeiro momento de compra e elétrica complementar; no segundo momento, voltado para as linhas de acabamento, exemplo: linha de interruptores e tomadas, na qual está próxima a linha de iluminação , com luminárias, pendentes, abajures e lâmpadas", diz.

Roseli Santos, assistente de Categoria, explica que a rede trabalha com diversos fabricantes. "Trabalhamos com as melhores marcas do mercado, como HDL, Pial, Fame, Schneider, Iriel, entre outras. Na iluminação, além de marcas diversas, trabalhamos com Casanova, marca própria C&C, com luminárias e acessórios."

E Leandro aproveita para destacar a participação dos vendedores: "De forma geral, os vendedores são qualificados para sanar as dúvidas dos clientes, mas, também, disponibilizamos promotores das marcas para atendimentos especiais."

E Roseli diz que, como "são produtos complementares, onde, geralmente, vende-se em conjunto, como por exemplo, interruptor de tomada e fios condutores, são peças que têm boa saída em todas as unidades."

A C&C Casa e Construção destaca a importância dos produtos para os consumidores, como diz Leandro: "Por ser uma etapa muito importante de qualquer obra, são itens relevantes e significativos para a rede. Geralmente, são itens comprados na fase de acabamento, e, para isso, oferecemos diversidade nas opções de produtos, com linhas e produtos que atendam todas as necessidades dos consumidores, também pensando em custo-benefício."

A C&C oferece serviço de mão de obra, com indicação de profissionais qualificados para instalações e consertos, e as marcas podem disponibilizar, dependendo do tipo de produtos, assistência técnica.

"Trabalhamos com as melhores marcas do mercado, como HDL, Pial, Fame, Schneider, Iriel, entre outras. Na iluminação, além de marcas diversas, trabalhamos com Casanova, marca própria C&C, com luminárias e acessórios"

LEANDRO RODRIGUES, GERENTE COMERCIAL DAS CATEGORIAS DE CONSTRUÇÃO.

ELÉTRICA AREA



UMA LUZ QUE **BRILHA**

Localizada em uma das vias mais movimentadas da capital, a Marginal Tietê, o novo empreendimento do grupo AREA Distribuidora de Material Elétrico pretende estabelecer uma nova experiência para o cliente final na compra de materiais elétricos. Com mais de 4.000 m² de showroom, o cliente tem todo conforto, praticidade e segurança no atendimento personalizado, e milhares de produtos à disposição.

"Aqui, o cliente encontra o que procura", diz Gustavo de Almeida, gerente de Marketing do Grupo AREA.

Há mais de 20 anos distribuindo as melhores marcas de materiais elétricos, a AREA Distribuidora Materiais Elétricos atende a serviços de baixa e média tensão, de acordo com as necessidades dos clientes em instalação e manutenção industrial, comercial, predial e residencial.

Fundada em março de 1996, o nome AREA é criado da junção das iniciais dos fundadores: Alexandre Alamino, Ricardo Carvalho (em memória), Edison Lemos e Anderson Arantes. Os quatro amigos que, ao receberem como verbas rescisórias apenas uma linha telefônica e uma agenda de clientes, utilizaram as próprias experiências de mais de uma década atuando no segmento e iniciaram a sociedade de sucesso.

"Atualmente, somos uma das maiores distribuidoras do Brasil. A AREA possui unidades em Sorocaba, Mogi Guaçu, Itapeva, Manaus e matriz, na capital de São Paulo. A distribuição de todos os produtos é feita pela própria frota de carros e caminhões para realizar entregas imediatas em todas as regiões do país. Com funcionários altamente qualificados, nosso atendimento é personalizado a cada cliente, visando o que temos de melhor em produtos para suprir as necessidades do negócio de cada um deles", diz Gustavo.

A Elétrica AREA começou com uma loja na rua Anhanguera, na Lapa; depois, foi para a rua Achiles, na Barra Funda, em seguida à rua dr. Moisés Karan, também, na várzea da Barra Funda, Até então, era apenas distribuidora de material elétrico. "O trabalho era B2B. Então, fizemos uma pesquisa de mercado e identificamos a possibilidade de investir em uma loja física para atender o consumidor final e abrimos a AREA Marginal Tietê", explica o gerente.

A loja da Marginal Tietê, que completou um ano no dia 1º de maio, é referência. Toda a obra foi realizada pelo escritório de arquitetura Candossin e Cabana, especializados em lojas de materiais de

QUALIDADE

SEGURANÇA

LANÇAMENTO: QUADRO DE DISTRIBUIÇÃO

A PARTE ELÉTRICA DA SUA OBRA NUNCA ESTEVE TÃO COMPLETA.



A família elétrica Krona está cada vez mais completa. Os novos **Quadros de Distribuição** aliam beleza e segurança em instalações residenciais e comerciais. É muito benefício em um único produto.

Antichama **Fácil instalação** **Design moderno**

TENHA UMA EXPERIÊNCIA EM REALIDADE AUMENTADA

1. Baixe o app **Krona RA**
2. Aponte a câmera para a imagem do **Quadro de Distribuição**
3. E veja o **Quadro de Distribuição** de uma nova maneira

QUEM QUESTIONA USA KRONA

Água fria • Água quente • Esgoto • Esgoto série reforçada • Elétrica • Acessórios

krona.com.br asuaobra.com.br

KRONA TUBOS E CONEXÕES

construção, que privilegiou a área de exposição de produtos e atendimento.
"Temos cerca de 70 colaboradores em vendas e, no total, são 180 funcionários diretos. Também, é a única loja de materiais elétricos que fica aberta de segunda a sábado das 8 horas às 20 horas. Temos grandes vizinhos, como Leroy Merlin, Sodimac e Telhanorte, que, também, atendem nesse horário e, por isso, queremos ter o mesmo horário de atendimento. Temos concorrentes diretos que são as lojas de materiais elétricos, mas somos a única especializada na Marginal Tietê. Fizemos pesquisas internas que mostram que novos clientes vieram por causa da nossa especialidade em materiais elétricos. Aqui é muito mais barato porque temos um poder de compra muito grande", explica Gustavo.
Além de trabalhar com produtos de grandes fabricantes, a loja dispõe de um espaço especial chamado Elite, destinado a arquitetos, designers, decoradores e profissionais de elétrica, que poderão mostrar aos seus clientes o funcionamento de sistemas de iluminação, do mais simples ao mais tecnológico. "Temos a sala técnica de experimentação, que poucas lojas têm. É totalmente tecnológica, com interruptores inteligentes, e possibilidade de comandar todo o sistema de luz da casa remotamente. O consumidor tem uma experiência real dos sistemas de iluminação disponíveis no mercado. Sistemas que podem ser controlados por tablets e smartphones. Nesse espaço, ele vivencia os diferentes sistemas disponíveis no mercado. Temos uma ligth designer para cuidar, especialmente, do espaço", avisa o gerente de Marketing.
Também uma área especial para os arquitetos apresentar seus projetos foi alocada na loja. "O consumidor terá acesso aos projetos e poderá ter referências para a sua residência", diz.
O modelo de negócio da Marginal Tietê é atacado, varejo, telemarketing e, também, atendem pequenos lojistas da região. "A Elétrica AREA está entre as 10 maiores distribuidoras de materiais elétricos do Brasil e queremos chegar entre as 5 melhores. Para isso, estamos planejando um Centro de Distribuição próprio (atualmente, está na loja da Marginal Tietê) para atender a todas as unidades. As entregas são feitas em todo o Brasil. O nosso maior volume de vendas é físico e televendas. Estamos projetando um crescimento significativo em torno de 20 a 30% mensais. A meta era atingir R$ 1 milhão de faturamento mensal antes de completar um ano. E a meta já foi atingida. A projeção é continuar crescendo 20% por mês, aqui, na matriz. Ainda estamos desenvolvendo nosso e-commerce e, por enquanto, o atendimento é online. A plataforma digital da Elétrica AREA está sendo estruturada para ter, também, a loja virtual", complementa Gustavo.
Também tem linha completa de EPIs e ferramentas técnicas para profissionais.
A partir de maio, passa a funcionar o clube AREA, um clube de vantagens para todos os clientes que acumularão pontos que poderão ser trocados por produtos.
A Elétrica AREA, também, se preocupa com o atendimento. "Não só acolhedor, com café, em épocas sazonais realizamos ações com food truck, e treinamentos presenciais para eletricistas.
Hoje, o cliente não vai até a loja física sem antes fazer a própria pesquisa mercadológica na internet e chega na loja bem preparado. Aqui, não temos leigos. Quando o cliente entra na loja, ele será atendido por um vendedor técnico que vai lhe mostrar o melhor.
O nosso diferencial é uma área de iluminação e temos uma light designer da loja. Aqui, o cliente poderá sair com um projeto completo, totalmente gratuito, para a sua casa e sentir, nesse ambiente, como ficará instalado na sua residência. Atendemos não só a arquitetos, como, também, engenheiros, instaladores que fazem a compra completa.



"Atualmente, somos uma das maiores distribuidoras do Brasil. A AREA possui unidades em Sorocaba, Mogi Guaçu, Itapeva, Manaus e matriz, na capital de São Paulo."

GUSTAVO DE ALMEIDA, GERENTE DE MARKETING DO GRUPO AREA.

MAZOLA

Uma maneira criativa de mostrar ao consumidor que eletricidade não é um bicho-papão será feita por um personagem especialmente criado pela Elétricas AREA. Trata-se do eletricista Mazola , uma série com oito episódios que será colocada na web, em que ensinarão, aos nossos clientes, a manusear e instalar os produtos elétricos.
"Aventuras do Eletricista Mazola, personagem que será interpretada pelo radialista da Band FM, Edson França, irá ensinar a solucionar problemas de materiais elétricos com as melhores marcas, nossos parceiros. Ele vai vestir um macacão azul com a personalização da AREA. Além de tratar do tema de maneira cômica, a informação será a mais séria possível, pois o eletricista, o instalador, e o engenheiro, tanto homem quanto mulher, gostam de receber instruções de um profissionais.
A partir de maio, quando a Elétrica AREA da marginal Tietê completa um ano, vamos desenvolver uma plataforma totalmente interativa. O eletricista Mazola é o nosso cliente que procura soluções para os próprios problemas. E de uma maneira criativa. E encontra isso na Elétrica AREA", explica.



O MIX mais completo de produtos para o seu negócio!

Mais de 2 mil itens:

Ferramentas
Hidráulica
Jardinagem
Elétrica
Utilidades
EPI's

BRASFORT®

BRASFORTFERRAMENTAS

www.**brasfort**.net.br

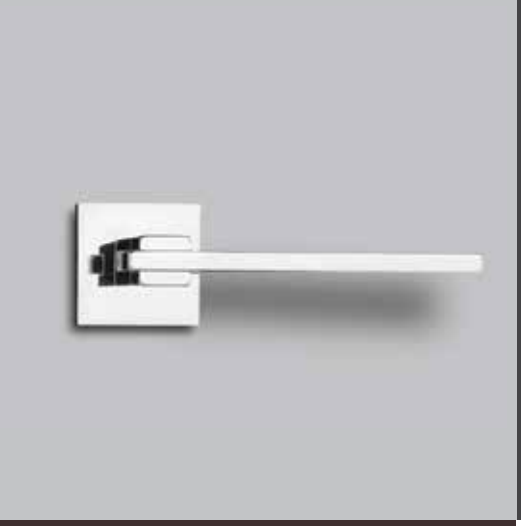
ELÉTRICA PJ

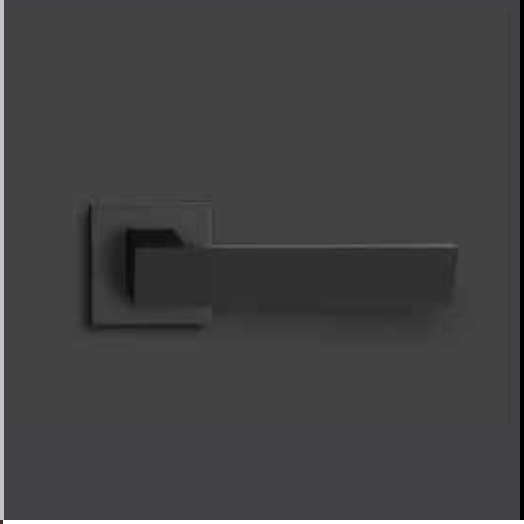






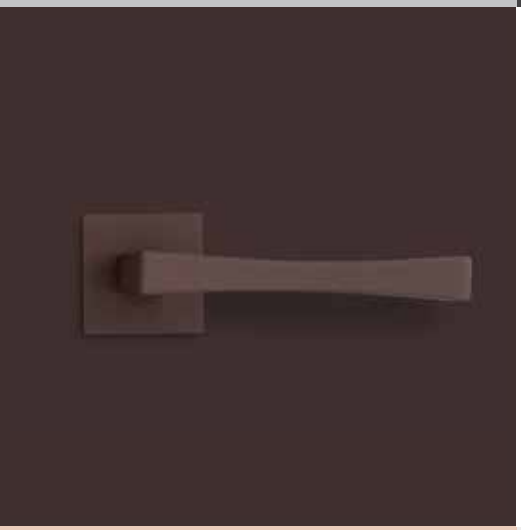
SOBERANA NO BAIRRO





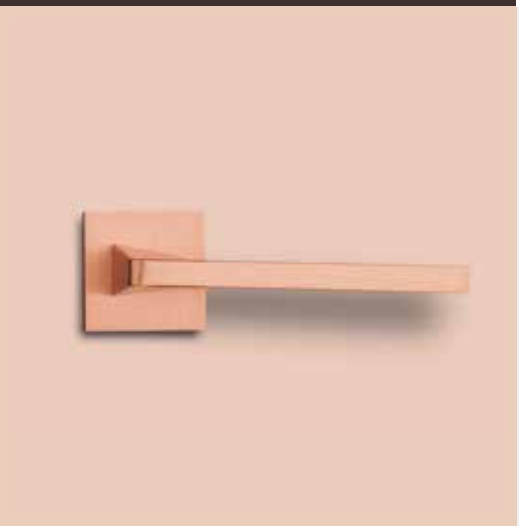
PADO

Mais que produtos, tranquilidade!



Acabamentos que combinam com você.

Encontre a sua combinação perfeita.
Acesse: www.pado.com.br/estudio







/Padobr

@Padobr

www.pado.com.br





No bairro da Vila Leopoldina, zona Oeste de São Paulo, os moradores sabem que na Elétrica PJ podem encontrar os produtos de elétrica que precisam. De simples lâmpadas de LED até realizar projetos especiais para residência, comércio ou condomio.

Empresa do Grupo Mater, a Elétrica PJ vem atuando, desde 1987, dentro dos mais elevados padrões de atendimento, como distribuidora de materiais elétricos e soluções que englobam gestão de itens e projetos técnicos, dinamizando as operações e reduzindo os custos de aquisição.

Com uma gama completa de produtos, a Elétrica PJ conta com os principais fornecedores do mercado, promovendo uma distribuição de qualidade, atendimento especializado, levando soluções e conhecimento aos clientes de todos os segmentos: indústria, terciário, comércios, instaladores e eletricistas.

Detentora de uma estrutura logística preparada para atender a clientes em todo o território nacional, a Elétrica PJ entende a complexidade das operações das empresas, bem como a dinâmica de seus negócios e por meio desse know how, oferece modalidades de fornecimento na medida de suas necessidades.

Renan Neves, gerente da Unidade Leopoldina, conta que a loja funciona no formato atual desde 2015, mas, o ponto existe há muitos anos.

"O nosso foco é material elétrico, iluminação, cabeamento e temos, também, toda a linha de EPIs e ferramentas especiais para o segmento de material elétrico", informa.

O público consumidor da Elétrica PJ é o mais eclético, como destaque Renan: "Atendemos tanto o profissional que trabalha com eletricidade, os moradores do bairro, condomínios de prédios, que cresceu muito nos últimos anos, até mesmo os transeuntes, pelo fato de termos uma frente de loja muito grande, chamativa, e as pessoas lembram de comprar o produto que precisam."

Localizada na rua Mergenthaler, 192 - Vila Leopoldina, são 600 m² de vendas e, também, tem depósito atrás da loja.



"Trabalhamos com 6.000 itens, mas, em geral, com o estoque, temos 30.000 itens. Nossos vendedores são bem treinados para dar suporte técnico aos clientes e, na loja, somos em nove vendedores e mais 70 vendedores na distribuição (venda por telefone). A venda presencial é muito forte; formato check out, que é o autoatendimento, e ainda o formato telefone e internet"

RENAN NEVES, GERENTE DA UNIDADE LEOPOLDINA

Funciona de segunda a sexta das 8 horas às 19 horas e aos sábados das 8 horas às 14 horas.

Realiza entregas na Grande São Paulo, no Litoral, na região de Campinas e, dependendo do valor do pedido, não tem custo.

"Trabalhamos com 6.000 itens, mas, em geral, com o estoque, temos 30.000 itens. Nossos vendedores são bem treinados para dar suporte técnico aos clientes e, na loja, somos em nove vendedores e mais 70 vendedores na distribuição (venda por telefone). A venda presencial é muito forte; formato check out, que é o autoatendimento, e ainda o formato telefone e internet", explica o gerente.

A Elétrica PJ tem duas unidades, Vila Leopoldina e Butantã, ambas em São Paulo. Em termos de serviço, trabalham com um arquiteto especialista em ambientes industriais e comerciais para desenvolver projetos. "Também temos um arquiteto a fim de auxiliar os consumidores que necessitam de um projeto especial para a sua residência", diz.

A venda presencial é muito forte na loja, principalmente, o autoatendimento. São 3 checkouts, para melhor fluxo. Como cortesia, fornecem café e água para os clientes.

As dúvidas técnicas dos clientes são esclarecidas pelos vendedores técnicos, que atendem no balcão. "Trabalhamos com as maiores marcas do mercado, os melhores fabricantes. Temos toda linha de infraestrutura, e quando não temos, podemos encomendar. No setor de iluminação, também, temos bastante opções", diz.

A Elétrica PJ tem um comitê de compras, formado por gerentes das lojas, que tomam as decisões de incorporar novos produtos, sempre, pensando nas duas unidades. Para conhecer as novidades do mercado, os funcionários das lojas frequentam as principais feiras do segmento e recebem treinamento, oferecido pelos fabricantes, nas próprias unidades.

QUALIDADE E RECONHECIMENTO

Para acompanhar a evolução de seus negócios, a empresa se engaja para uma constante renovação e otimização dos procedimentos técnicos e comerciais.

Uma das conquistas, foi a CERTIFICAÇÃO ISO 9001/2008, que garante:

- a qualidade dos serviços prestados aos nossos clientes;
- o cumprimento dos quesitos estabelecidos;
- a melhoria contínua dos processos, em prol de atendimento e satisfação

FITA FORTE

DUPLA FACE
TRANSPARENTE





A MAIS FORTE DO MERCADO

- FÁCIL APLICAÇÃO
- MAIS RESISTENTE
- FIXAÇÃO PERMANENTE



SUBSTITUI:
PREGOS
PARAFUSOS
REBITES
ABRAÇADEIRAS

Acesse: www.ADERE.com

ADERE® Colou, tá colado. 100% COM VOCÊ

UM TOUR PELOS MELHORES PRODUTOS
MATERIAL ELÉTRICO

INVISTA NA TECNOLOGIA

O especialista em iluminação, Antonio Pazzeto, alerta os revendedores para realizar uma análise criteriosa dos fornecedores, optando por revender produtos de empresas estabelecidas no mercado e certificadas

"Para a comercialização de materiais de iluminação, o lojista deve se atentar a três etapas fundamentais: a compra, a exposição na loja e a abordagem de vendas. No momento da compra, o primeiro passo é uma análise criteriosa dos fornecedores. Isso significa optar por empresas estabelecidas no mercado, que ofereçam produtos de excelente qualidade, com ISO 9001, idôneas, cumpram todas as obrigações fiscais e tributárias, além de oferecer atendimento pós-venda, SAC e apoio técnico ao revendedor. No caso das lâmpadas, a certificação do Inmetro é obrigatória, mas, quando falamos das linhas de luminárias e dos plafons, em que o certificado não é exigido, é, ainda, mais importante ter confiança na origem do produto. Passada a definição dos parceiros, é o momento de escolher o mix mais adequado a cada loja, região e perfil de consumidor. Na maior parte das revendas, há três linhas fundamentais de lâmpadas que não podem faltar: halógenas, indicadas para a fase inicial das obras, por exemplo; as fluorescentes compactas, que devem ser adquiridas somente de fornecedores que integrem o programa de logística reversa do Ministério do Meio Ambiente; e as lâmpadas de LED. Em luminárias, as principais linhas são os plafons de sobrepor, plafons de embutir e refletores. A exposição dos produtos deve ocorrer em ambientes bem iluminados, sempre com embalagens visíveis, que contenham toda informação ao consumidor e que permitam que o teste da lâmpada ocorra sem necessidade de abertura. A utilização de expositores adequados e a organização por temperatura de cor e potência facilitam o autosserviço. Na hora da venda, é fundamental que os atendentes saibam dar informações sobre o uso e o consumo de cada tipo de lâmpada, mostrando as vantagens e as diferenças entre os produtos. Dessa forma, é possível mostrar a vantagem de mudar de tecnologia, substituindo lâmpadas fluorescentes por LED, por exemplo. Outro fator importante é estar atento às novas tecnologias, a exemplo das linhas inteligentes autodimerizáveis, uma tendência no setor."

Antonio Carlos Pazzeto
diretor Comercial Ourolux





AS MELHORES MARCAS E OS MENORES PREÇOS **DE MATERIAIS ELÉTRICOS EM UM SÓ LUGAR.**

MP2

*A **PJ** conta com **50 anos** de ótimo relacionamento com os principais fabricantes do país, para levar até você qualidade, agilidade e preço baixo.*
*Conte com a **PJ** no seu projeto de elétrica, e se precisar de uma mãozinha, não deixe de consultar os nossos especialistas técnicos.*

O maior estoque de materiais elétricos do nordeste, em Jaboatão dos Guararapes.

A **Elétrica PJ** está presente em **Jaboatão dos Guararapes** com estoques e estrutura logística preparada para atender todo o nordeste, trazendo as melhores negociações e as maiores marcas do mercado, como Amanco e Legrand.

AMANCO legrand®

ELÉTRICA PJ
MATERIAIS ELÉTRICOS

Rodovia BR 101, km 86 - SUL - Prazeres
Jaboatão dos Guararapes / PE - CEP: 54335-000

eletricapj.com.br

(81) 3479-7100
comercialpe@eletricapj.com.br

UM PERFIL DOS CONSUMIDORES E LOJISTAS **NORDESTINO**

Iniciamos pelo Nordeste uma sequência de artigos sobre comportamento regional de consumo e de vendas de materiais de construção. Na próxima edição, da mesma maneira, aprofundaremos os comportamentos do Sudeste; do Sul, na edição de setembro, e, fechando esse ciclo de artigos exclusivos, do Centro-Oeste, em novembro. Vamos, então, iniciar a nossa viagem pelo Nordeste.

Consideraremos dados do Painel Comportamental do Consumo de Materiais de Construção 2018, realizado pelo DataMkt Construção – sistema de inteligência de mercado cogerido por Leroy Merlin, Eucatex, Votorantim Cimentos e Deca –, que entrevistou 900 consumidores de materiais de construção no Brasil, e que haviam realizado reformas/obras residenciais de setembro de 2017 a agosto de 2018, sendo 185 entrevistas no Nordeste, divididas entre Bahia, Ceará e Pernambuco.

Essa é uma amostra extremamente segmentada e qualificada, já que, 86% pintaram a residência durante a obra; 72,2% trocaram pisos e revestimentos; 58,7% reformaram a parte elétrica; 52,1% reformaram a parte hidráulica; 48,4% realizaram obras básicas estruturais (levantar cômodos ou paredes, cobrir as residências etc.), e, 37,4% realizaram outros tipos de obras, como, por exemplo, troca de portas e janelas, gabinetes e espelhos para banheiro, gabinetes para cozinha, troca de metais sanitários, entre outros, numa média de 4 tipos de atividade por cada entrevistado.

Logo, podemos ver que foram obras de grandes proporções.

Desses entrevistados, 57,4% alegaram terem sido os responsáveis pelas decisões de compras e 42,6% alegaram terem influenciado a decisão de compra. Caso o entrevistado não se encaixasse numa dessas duas alternativas, encerrávamos a entrevista.

A maioria dos consumidores nordestinos, ou, 64,3%, decidiram realizar a obra em busca de maior conforto para a família; 57,1% queriam deixar as residências mais novas e bonitas; 47,2% queriam resolver problemas básicos/estruturais (problemas elétricos, hidráulicos, azulejos descolados, tacos soltos, infiltrações, rachaduras nas paredes, goteiras etc.); 28,3% queriam aumentar o espaço para a família, e, 27,9%, deixar a casa mais funcional para a família, porém, sem aumentá-la, apenas para ficarmos nas cinco principais razões.

Vemos que a preocupação dos nordestinos com conforto adquire maior peso para a decisão de realização das obras, inclusive, a frente de questões apenas estéticas ou dos problemas a serem resolvidos.

Isso deve ser pensado na abordagem dos clientes da região: discursos que valorizem o conforto proporcionado pelos produtos vendidos.

Antes de iniciar a obra, que na média da região levou 4,1 meses, entre a decisão de realizar a obra e seu início efetivo, os meios mais consultados para buscas de informações e comparações de produtos foram: as lojas físicas de materiais de construção, por 74,5%; tabloides de ofertas de materiais de construção, por 22,8%; sites das empresas fabricantes, por 20,9%; e-commerces de materiais de construção, por 18,5%, e, apenas para ficarmos nos cinco principais meios consultados, propagandas na TV, por 18,2%.

Podemos concluir, por esses dados, que os nordestinos passam mais tempo planejando a obra, já que a média Brasil é de 3,7 meses, e, se apoiam mais nas lojas físicas, nos tabloides de ofertas de materiais de construção e nas propagandas de TV do que o resultado Brasil, durante esse mesmo período. Por outro lado, ainda considerando as quatro regiões do Brasil, acessam menos os sites dos fabricantes e os e-commerces de materiais de construção, conforme o gráfico 1.

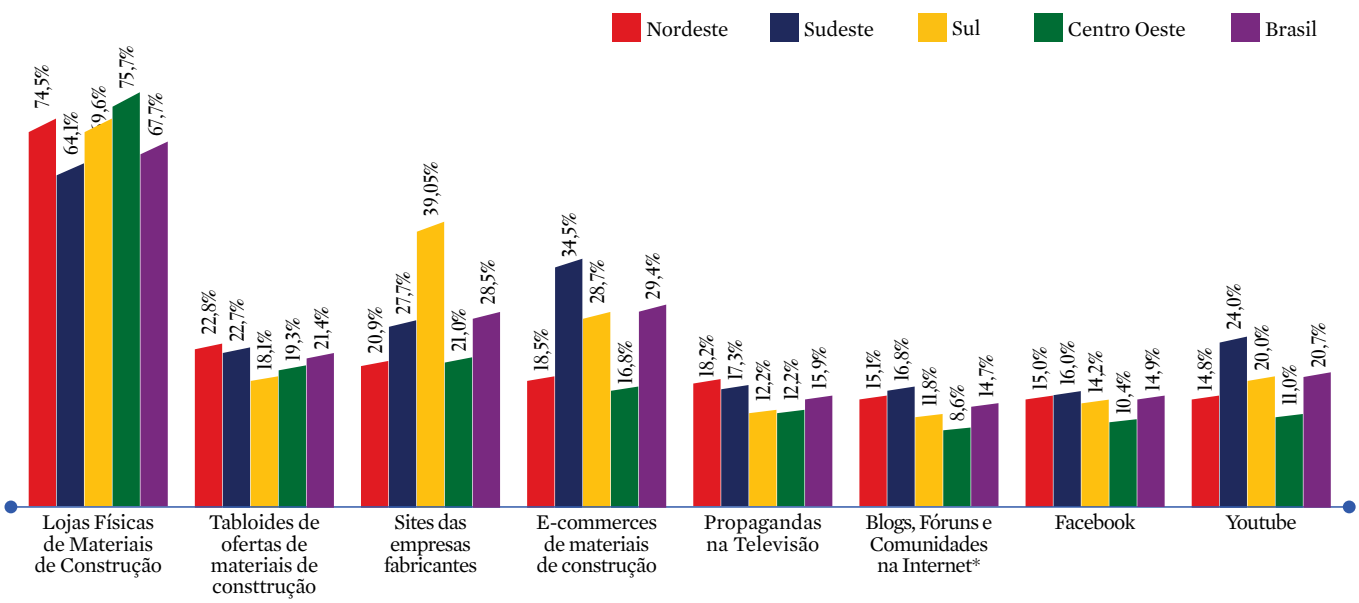
Nesse gráfico, vemos que, em relação às mídias sociais, estão em linha com o restante do Brasil na utilização de blogs especializados e o Facebook, porém, significativamente abaixo, quando da utilização do YouTube.

Mas, e quando chega o momento da compra? Quais são os principais canais de compra utilizados no Nordeste?

Segundo os entrevistados, as Lojas de Bairro (pequenas, médias e multicategorias) foram as mais utilizadas por 53%, seguidas pelos Home Centers/ Lojas Grandes, por 41,7%; pelos Depósitos de Materiais Básicos (que vendem somente areia, tijolos, pedras, cimento, telas, arames etc.), por 31,8%; pelas Lojas de Tintas, por 28,5%, e, apenas para ficarmos nos cinco principais, Lojas de Revestimentos Cerâmicos, por 27,6%.

Nota-se, nesse caso, em relação às Lojas de Tintas, uma queda significativa no uso desse canal em relação ao resultado

PRINCIPAIS MEIOS DE CONSULTA
DURANTE O PERÍODO DE PLANEJAMENTO DA OBRA



Amostra Absoluta: 901/ SE 416 / S 183 / NE 185 / CO 117 - NT: Apenas os oito meios mais citados – Resultados apresentados a partir dos principais meios NE

Fonte Painel Comportamental do Consumo de Materiais de Construção 2018 – DataMkt Construção

Oferecer o melhor é nossa prioridade

PARA QUE A SUA INSTALAÇÃO TENHA QUALIDADE E DURABILIDADE, A CENSI DESENVOLVE SEUS PRODUTOS DENTRO DO MAIS ALTO NÍVEL DE EXIGÊNCIA, QUE VÃO DESDE A MATÉRIA-PRIMA ATÉ A EMBALAGEM, SEMPRE OFERECENDO AOS CONSUMIDORES O QUE HÁ DE MELHOR NO MERCADO.



Linha de Produtos Hidrossanitários



Linha de Conexões e Reparos para Registros



Linha Gás

CENSI

QUEM QUER O MELHOR, ESCOLHE CENSI.

Rua Bahia, 4385 - Salto Weissbach - Blumenau - SC +55 47 3331-0500
vendas@censi.com.br

CONHEÇA OS NOSSOS LANÇAMENTOS.

/CensiBrasil
www.censi.com.br

Brasil, já que essas lojas foram usadas por 38,8% dos brasileiros, e, também, ainda, entre todas as regiões pesquisadas, o Nordeste é aquela em que, proporcionalmente, as Lojas de Revestimentos Cerâmicos obtiveram o maior destaque.

Em relação ao tipo de loja mais usada, as lojas de proximidade ou vizinhança, ou, como chamamos no segmento, Lojas de Bairro, o nordeste está rigorosamente em linha com o Brasil, já que esse formato de loja foi, também, o mais utilizado para compra, por 53,6%.

E, já que a Loja de Bairro é assim tão importante, vamos mergulhar no perfil desses lojistas nordestinos.

AS LOJAS DE BAIRRO NORDESTINAS

Segundo a pesquisa Panorama Lojista de Bairro 2018, realizada em agosto passado, e que entrevistou 360 Lojistas de Bairro (multicategorias de 1 a 4 checkouts), sendo 120 no Nordeste, divididos nos estados da Bahia e Pernambuco, entre seis categorias de produtos estimuladas, Materiais Elétricos foi considerada muito importante para o faturamento da loja, por 46,7%; seguida por Materiais Hidráulicos, com 44,2%; Tintas e Acessórios, com 42,5%; Materiais Básicos, com 40%; Louças Sanitárias, com 31,7%, e, Pisos e Azulejos, com 30%, conforme podemos ver no gráfico 2.

Interessante notarmos que, ao cruzarmos dados do Painel Comportamental com dados da pesquisa Panorama Lojistas, percebemos a menor importância de pisos e azulejos para os revendedores de bairro nordestinos, ao passo que as Lojas de Revestimento Cerâmico possuem, segundo os consumidores do Painel, maior penetração durante as compras para as obras pelos consumidores.

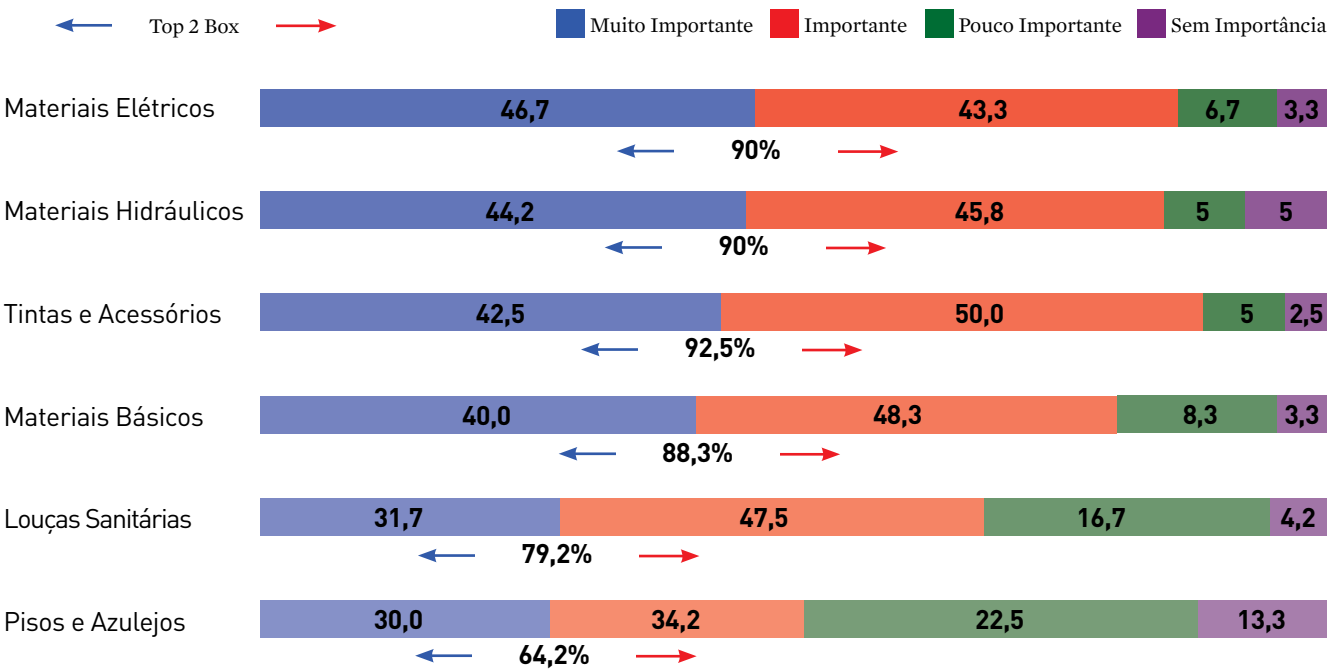
Também é relevante o fato de que, a mesma pergunta feita para os lojistas de bairro do Sudeste e Sul, indica, na média, uma maior dependência dos revendedores nordestinos dessas seis grandes categorias, ao considerá-las muito importante: 32,8%, no Sudeste; 37,1%, Sul, e, 39,2%, no Nordeste.

Isso pode significar uma oferta menor de mix de produtos para os clientes, uma maior dependência de categorias destino, com menores margens, e uma menor oferta de outras categorias, muitas vezes compradas por impulso, mas que contribuiriam com melhores margens para o negócio. Talvez, um aprofundamento dos fornecedores – indústrias, mas, principalmente, atacadistas –, nesse ponto, aliado a um trabalho de diversificação do mix de produtos possa melhorar a rentabilidade e a saúde financeira dos lojistas de bairro nordestinos.

Num momento crítico da recuperação econômica, em que dados das mais confiáveis fontes indicam para mais um ano de tímido desempenho, expandir as vendas fortalecendo os varejistas do setor em regiões mais sensíveis pode ser uma excelente iniciativa.

Porém, isso somente faz sentido, desde que acompanhado de treinamentos aliando gestão com técnicas de venda.

IMPORTÂNCIA NO FATURAMENTO DAS LOJAS DE **SEIS GRANDES CATEGORIAS**



Fonte Panorama Lojistas de Bairro 2018 – DataMkt Construção
Amostra: 120

30 de Julho a
02 de Agosto
2019

FIERGS

PORTO ALEGRE - RS

Terça a Sexta: 13h às 20h

Construsul

22ª Feira Internacional da Construção

INOVAÇÃO - TECNOLOGIA - LANÇAMENTOS



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

APOIADORES CONSTRUSUL 2019

REALIZAÇÃO:
SUL EVENTOS
FEIRAS PROFISSIONAIS

O NORDESTE, NA VISÃO PROFISSIONAL

Uma das maiores regiões do país vem sendo afetada pela dificuldade econômica vivenciada pelos brasileiros, em geral, e, dessa maneira, vem afetando profissionais de todos os segmentos, que perderam seus empregos e, em muitos casos, não têm conseguido retornar ao mercado de trabalho. Além de comprometer a situação de determinados segmentos empresariais, a exemplo da Indústria da Construção, a qual está com milhares de obras paralisadas ou andando em ritmo menos acelerado que o normal, além de estar com os negócios retomando aos poucos, o que é um dos fatores para a diminuição dos investimentos realizados pelo empresariado em geral.

Segundo constatou a reportagem, em pesquisa realizada nos estados de Alagoas e Pernambuco, existe bastante estoque de imóveis novos, o que está fazendo empresários diminuir os preços de seus produtos, flexibilizar o pagamento da entrada e perder um pouco da margem de lucro, para manter as suas empresas em atividade, por isso, muitos deles votaram no presidente eleito Jair Bolsonaro, acreditando em melhoras para a economia, em geral, e, sendo assim, o reflexo seria sentido no segmento. Entretanto, o estoque vem diminuindo e o poder de barganha do cliente em muitos casos, também, o que forçará em breve ter aumento nos preços dos imóveis.

GESTOR

Para Rafael Brito, Secretário de Estado do Desenvolvimento Econômico e Turismo (Sedetur) de Alagoas, o cenário econômico ainda é de muita incerteza. "Temos demandas prioritárias para o avanço econômico e precisamos destravar as pautas que ainda não avançaram, impedindo o crescimento e a geração de empregos no Brasil como um todo. No entanto, em um cenário de crise, os números de investimentos em Alagoas podem ser considerados positivos. Com uma linha de frente estratégica formada pelo Programa de Desenvolvimento Integrado de Alagoas (Prodesin), aliado a regimes especiais, voltados para o setor atacadista e Centros de Distribuição, o Estado, por meio da Secretaria de Desenvolvimento Econômico e Turismo (Sedetur), vem ocupando posição diferenciada no processo de atração de novos negócios. Tudo isso, graças a táticas pautadas na desoneração do Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços (ICMS) e à concessão de benefícios locacionais específicos. Em 2018, tivemos 55 empresas instaladas com benefícios concedidos pelo governo do Estado. Isso representou aproximadamente R$ 300 milhões investidos, gerando cerca de 60 mil empregos entre diretos e indiretos", destacou.

Em relação à Reforma da Previdência, Brito diz ser favorável, mas, de uma forma diferente da apresentada pelo governo federal. "Acredito que a Câmara acertou no momento em que fez alterações para proteger os agricultores rurais e o Benefício de Prestação Continuada (BPC). Entretanto, falta uma discussão mais ampla. O que muita gente não entende é que o comércio de várias cidades depende desse repasse. Consequentemente, diversos empregos são gerados por meio dessa renda", argumentou.

Sobre a reforma tributária, o secretário diz ser extremamente favorável. "É importante que se encontre uma nova fórmula para o cálculo. Hoje, é absurdamente custoso, para uma empresa, cumprir a legislação tributária e as diferentes interpretações. Indo além, é importante que, também, seja mudado a forma de tributação para geração de novos empregos. Quando o empresário investe na criação de uma nova empresa, são estabelecidos novos postos de trabalho e, consequentemente, o desenvolvimento social. É danoso uma política em que o empresário paga cada vez mais impostos sobre novos postos de trabalho", diz.

EMPRESÁRIOS

Conforme o empresário Felipe Zaidan, diretor da Zaidan Gestão de Imóveis, o Brasil vive um momento econômico de grandes mudanças e todos precisam entendê-las, para modificar a maneira de agir. "A nova economia, ou economia 2.0, como muitos a denominam, mostra que empresários e pessoas tendem a compartilhar espaços e locais, assim como construtores devem focar em construir empreendimentos com unidades menores e foquem na comodidade dos próprios projetos, pois muitas pessoas, nos dias atuais, estão morando sozinhas e passam boa parte do dia trabalhando em casa, ou então se alimentam mais fora do que em sua residência", citou.

Já o empresário e presidente da Associação das Empresas do Mercado Imobiliário de Pernambuco (Ademi-PE), Gildo Vilaça Filho, o momento é de retomada do mercado imobiliário. "Isso acontece pela condição geral da economia, que vem melhorando, onde existe um otimismo crescente e que aos poucos, vai alavancando o mercado. O que percebemos é que os níveis de estoques estão cada vez mais baixos e, em breve, vai haver

uma escassez. Com a lei da procura e da oferta, a tendência é ocorrer um aumento dos preços, por isso é essencial para quem busca comprar seu imóvel, agora, agilizar esse processo, pois os preços ainda se encontram em queda", pontuou.

Segundo o presidente do Sindicato dos Corretores de Imóveis do Estado de Pernambuco (Sindimóveis-PE), Lourenço Novaes, o setor vive um momento de otimismo e, aos poucos, os negócios estão sendo retomados. "A eleição do presidente Jair Bolsonaro animou as pessoas e muitas estão procurando realizar o sonho da casa própria, por meio de comprar um imóvel na planta ou usado, onde vem tendo uma certa facilidade na hora de pagar o valor de entrada, com ampla flexibilidade na negociação realizada", afirmou.

De acordo com o presidente do Sindicato da Indústria da Construção Civil no Estado de Pernambuco (Sinduscon-PE), José Antonio Lucas Simón, o governo local, por meio da Compesa, está sendo retomada a Parceria-Público- Privada(PPP) da Região Metropolitana do Recife, a qual realizará obra de saneamento básico, assim como se encontra em execução os serviços do Arco Metropolitano, que estão sendo recuperados trechos da BR 101. Além disso, o presidente da Caixa Pedro Guimarães, esteve reunido conosco e discutimos a retomada do Programa Minha Casa Minha Vida, que é bastante importante para o setor em geral, e, assim, geramos, aproximadamente, 80 mil empregos em Pernambuco.

Por fim, o empresário disse estar otimista com o presidente Jair Bolsonaro, por ter prometido realizar as reformas necessárias para o crescimento econômico do Nordeste, e afirmou que o estado teria maior presença na economia e isso favoreceria o fortalecimento da atividade econômica em geral.

Para o empresário e diretor da Plataforma Engenharia Rafael Melo, o momento econômico é de retomada, mas, é importante saber ter paciência e humildade com clientes e parceiros em geral, para poder realizar negócios interessantes e que agradem a todos os lados envolvidos.

O presidente do Sindicato da Indústria da Construção no Estado de Alagoas (Sinduscon-AL), Alfredo Brêda, diz que a mudança de rumo na presidência é importante para o país e o Nordeste em especial, pois nossa economia não é tão pujante como outras no país, mas, acreditamos que o governo federal investirá maciçamente em nossa região, por meio de programas como o MCMV, o qual gera milhares de empregos e oportunidades para os nordestinos. "Sempre somos o primeiro a entrar em crise econômica e o último a sair, por isso, defendemos que ocorram tantos investimentos no setor habitacional, pois somos essenciais para gerarmos indicadores positivos na nossa economia", ressaltou.

Sobre a reforma da Previdência, o empresário disse ser totalmente favorável a mesma o que servirá para corrigir distorções sociais existentes, além de ser um dos principais instrumentos da retomada do crescimento econômico do Brasil. "Considero as privatizações promovidas pelo governo federal e estadual, um dos principais instrumentos neste momento, pois modificarão para melhorar a qualidade de serviços essenciais para a sociedade local, como é o caso do Aeroporto Zumbi dos Palmares", salientou.

Para o presidente do Conselho Regional de Economia de Alagoas(Corecon-AL 12ª Região), Marcos Calheiros, a retomada do crescimento no Nordeste, depende de fatores da política macroeconômica, como inflação baixa, redução do déficit público, juros baixos e reforma previdenciária, além da privatização dos aeroportos, que estimulará a vinda de mais turistas, e ampliará as instalações de novos equipamentos. "O grupo espanhol, que adquiriu o aeroporto internacional Zumbi dos Palmares, em Maceió, assim como os demais do bloco Nordeste, tende a investir na modernização, além da ampliação física e de equipamentos das concessões conquistadas, por, aproximadamente, R$ 2 bilhões, indo de encontro da falta de condições da União de investir nesses aeroportos. Serão gerados milhares de empregos diretos e indiretos para os nordestinos", afirmou.



Alfredo Brêda, Felipe Zaidan, Gildo Vilaça Filho, José Antonio Lucas Simón, Lourenço Novaes, Marcos Calheiros, Rafael Brito e Rafael Melo

GUIA DE COMPRAS

Empresas que estão participando desta edição, com informações sobre os produtos fabricados e os contatos comerciais.

LINHA DE PRODUTOS: peneiras profissionais 100% aço em diamêtros de 20, 25, 30, 40, 55 e 70 cms e diversos tipos de telas

CONTATO COMERCIAL:
(11)2292-4810 / 2618-5638
comercial@acastellano.com.br

LINHA DE PRODUTOS: Fitas Adesivas/ Fitas Crepe de Uso Geral, Automotiva e Imobiliária / Fitas Dupla Face de Massa Acrílica, Espuma, Papel e Polipropileno/ Fita Antiderrapante/ Fita para Demarcação de Solo/ Silver Tape / Fita de Alumínio/ Fita Isolante/ Veda Rosca/ Espuma de Vedação/ Fita Kraft / Aplicador de Fitas/ Feltros Auto Adesivos.

CONTATO COMERCIAL: 0800 701 29 03
email: contatos@adere.com

LINHA DE PRODUTOS: Tubos / Conexões / Acessórios para condução de água fria, água quente, esgoto e gás / Reservatórios / Produtos para áreas externas (jardinagem e duchas)/Banheiros (acessórios, caixas de descarga e assentos sanitários) / Perfis, condutores e conexões para captação pluvial / Elétrica (eletrodutos, quadros de distribuição e caixas de passagem) / Produtos para combate a incêndio

CONTATO COMERCIAL: SAC - 0800 701 8770 / atendimento.comercial@mexichem.com / www.amanco.com.br

LINHA DE PRODUTOS: Produtos para assentamentos e revestimentos / Rejuntamentos / Acabamentos: Massas, Texturas e Tintas / Produtos de limpeza .

CONTATO COMERCIAL: www.macxcola.com.br
(71) 3394-1368 - (81) 3542-1462 - (77) 3427-6095
vendas@macxcola.com.br

LINHA DE PRODUTOS: Organização e Segurança, Preparação de Superfície, Trinchas, Rolos e Pads, Kit de Pintura, Decoração de Ambientes Bricolagem, Pintura Artística, Complementos e Ferramentas, Limpeza, Acessórios para banheiro, Decoração, Jardinagem

CONTATO COMERCIAL: (81) 99299-1665 | André Mesquita | andre.mesquita@atlas.com.br

LINHA DE PRODUTOS: Ferramentas / Hidráulica / Jardinagem / Elétrica / Utilidades / EPI's.

CONTATO COMERCIAL: www.brasfort.net.br
contato@braft.com.br - Sac: sac@braft.com.br

LINHA DE PRODUTOS: mecanismos para caixas acopladas, Assentos Sanitários, Engates, Torneiras de Boia, Linha Gás, Tubos Extensíveis, Conexões, Reparos para Registro

CONTATO COMERCIAL: www.censi.com.br / vendas@censi.com.br / (47) 3331-0500

LINHA DE PRODUTOS: MRO, Distribuidora de Materiais Elétricos,Instalação, Iluminação, Fios e Cabos,EPI e EPD, Telecom, Automação, Solar, Motores, Ferramentas

CONTATO COMERCIAL: (81) 3479-7100
vendaspe@eletricapj.com.br
www.eletricapj.com.br

LINHA DE PRODUTOS: Tubos de cobre sem costura e conexões de cobre e bronze para instalações industriais, hidráulicas (água quente e fria), combate a incêndio, gases combustíveis e gases de uso medicinal.

CONTATO COMERCIAL: (11) 2199-7500
vendas@paranapanema.com.br

LINHA DE PRODUTOS: Interruptores, tomadas, plugues, quadros de distribuição, disjuntores, fitas isolantes, caixas versáteis, duchas, torneiras e acessórios para banheiro

CONTATO COMERCIAL: www.fame.com.br
Tel. (11) 3478-5600 – SAC 0800 0158500

LINHA DE PRODUTOS: Pistolas de pintura elétrica / Bombas de água / Ferramentas de bancada / Ferramentas elétricas / Ferramentas Gamma Pro / Ferramentas Hobby / Ferramentas Pneumáticas / Ferramentas a bateria / Roçadeiras Motosserras / Geradores / Máquinas de solda / Compressores de ar / Linha de acessórios

CONTATO COMERCIAL: 0800 979 0199
Email: vendas@gammaferramentas.com.br

LINHA DE PRODUTOS: Compressores de ar / Grupo Geradores / Furadeiras de bancada e Coluna / Serras para alumínio e ferro / Ferramentas manuais e elétricas / Motobombas / Lavadora de alta pressão e alta vazão / Cortadores de grama / Produtos para jardinagem e agricola

CONTATO COMERCIAL: Camila Gastaldi
(47) 2103-4150 / comercial@gmeg.com.br

LINHA DE PRODUTOS: Marca de abrasivos, brocas e insumos para solda para o mercado profissional. Discos de corte, desbaste, diamantados, discos de lixa, rebolo, brocas de aço rápido e alvenaria, ponteiras e serras copo

CONTATO COMERCIAL: www.heavyduty.com.br
(41) 4042-7435 | vendas@heavyduty.com.br

LINHA DE PRODUTOS: Materiais Elétricos em geral,Tomadas, Interruptores, Extensões, Plafons, Filtros de Linhas, Caixas e Quadros de Distribuição, Canaletas, Pinos, Adaptadores, Soquetes

CONTATO COMERCIAL:
ilumi@ilumi.com.br - (19) 3572-2299

LINHA DE PRODUTOS: Fabricante e comerciante de maçanetas, fechaduras e ferragens.

CONTATO COMERCIAL: www.imab.com.br
(11) 4662-7500 - imab@imab.com.br

LINHA DE PRODUTOS: Linha de tubos e conexões para instalações de esgoto, água fria e quente, linha de acessórios para a construção civil e linha elétrica

CONTATO COMERCIAL:
contato@krona.com.br / (47) 3431-7800

LINHA DE PRODUTOS:
Fios/Cabos Elétricos

CONTATO COMERCIAL:
vendas@lamesa.com.br | (19) 3623-1518

LINHA DE PRODUTOS: Duchas, chuveiros e torneiras elétricas, aquecedores de água a gás e elétrico, louças, assentos, plásticos e metais sanitários, purificadores de água, lâmpadas, refletores, painéis e spots LED, fluorescentes compactas e de alta potência.

CONTATO COMERCIAL: 0800 015 0211
www.lorenzetti.com.br

LINHA DE PRODUTOS: Botas, Coturnos, Sapatos e Tênis de Segurança

CONTATO COMERCIAL: Raquel Ramos
(32) 3693-4036 | faleconosco@marluvas.com.br

LINHA DE PRODUTOS: Forro de PVC com uma linha ampla de acessórios. Caixa Multiuso muito mais resistente. Porta Sanfonada forte e duradoura. Qualidade, satisfação e reconhecimento de todos os lojistas. Uma empresa do Grupo Fortlev.

CONTATO COMERCIAL:
falecom@novaformapvc.com.br
(27) 3236-8555 | (27) 99271-8877 Sac Digital

LINHA DE PRODUTOS: Metais para portas, cadeados e acessórios

CONTATO COMERCIAL: www.pado.com.br /
3004 5757 / pvp@pado.com.br

LINHA DE PRODUTOS: Interruptores e Tomadas / Plafons / Soquetes / Plugues / Extensões Filtros de Linha / Automático de nível / Sensores.

CONTATO COMERCIAL: www.radial.ind.br /
Telefone: (11) 3756-0299 / sac@radial.ind.br

LINHA DE PRODUTOS: Fios e cabos elétricos até 1 kV / Cabos de energia / Cabo Solar / Cabos de Controle / Cabo Solda / Cabos Coaxiais / Cabos de Som

CONTATO COMERCIAL: www.sil.com.br
Fone: (11) 3377-3333 – SAC 0800 55 0008

LINHA DE PRODUTOS: Fechaduras, Cadeados, Puxadores de Porta, Kits para Porta de Correr, Fechaduras Eletrônicas e acessórios de portas.

CONTATO COMERCIAL:
Márcio Luiz Tavares da Silva, Gerente Comercial
marciol@stam.com.br – Fone: (22) 2525-1000

LINHA DE PRODUTOS: Abrasivos, Adesivos, Vedantes, Lubrificantes, Tintas, Impermeabilizantes, Limpeza, Equipamentos e Acessórios para Pintura, Ferramentas de Corte, Ferramentas Manuais, Ferramentas Elétricas, Construção Civil, Ferramentas Agrícolas, Jardinagem e Pulverização, Ferragens, Fitas, Fixadores, Máquinas e Equipamentos, Medição, Segurança e Solda.

CONTATO COMERCIAL: Fone: (41) 2101-0550
Email: contato@vonder.com.br

LINHA DE PRODUTOS: Duchas | Torneiras | Iluminação profissional LED para indústrias, iluminação pública e áreas esportivas

CONTATO COMERCIAL:
www.zagonel.com.br | (49) 3366-6000



PORTA FECHADA. SÓ PARA AS FEIAS!

As fechaduras precisam ter bom espaço de exposição no ponto de venda. Com apelos, cada vez mais, estéticos, além do bom desempenho, despertam a atenção dos consumidores.



ASSA ABLOY

Com participação bienal, a ASSA ABLOY Brasil, líder mundial em soluções para abertura de portas, mostrou suas novidades recentemente.

Por intermédio das marcas Yale, La Fonte, Papaiz, Silvana, Metalika e Vault, a ASSA ABLOY Brasil apresentou, na Feicon, os principais lançamentos e o amplo portfólio em abertura de portas, em barreiras físicas e controle de acesso.

Em 2019, a expectativa em relação ao evento é positiva. "A geração de novos negócios, fortalecimento da marca, ampliação do networking e a fidelização do relacionamento com nosso público foram o foco da participação da ASSA ABLOY Brasil na FEICON", afirma Roberto Almeida, diretor Comercial e Marketing do Grupo.

No total, foram apresentados, aproximadamente, 400 produtos, que representam uma pequena fatia da gama completa de itens ofertados pelas marcas da ASSA ABLOY Brasil.

Yale - Com um toque de tecnologia, a linha de produtos Yale (fechaduras digitais, olho mágico digital e cofres eletrônicos) foi desenvolvida para atender as necessidades distintas dos clientes, de maneira inteligente, segura e inovadora.

Os produtos destaques são as fechaduras digitais RL Yale: YDF 40 RL, YDF 30 RL, YRD 256 RL e YRD 221 RL. Com os novos integrantes da família Yale, é possível fazer a substituição de fechaduras mecânicas pela digital sem grandes alterações na porta, pois seu trinco é rolete adaptado para fechaduras digitais.

LaFonte - Líder em fechaduras e ferragens de alto padrão, a La Fonte conta com a força e a tradição de um século de existência no Brasil. Todos os produtos são reconhecidos por design, acabamento diferenciado, alta qualidade e robustez, exigidos ainda no processo de fabricação.

Para celebrar 100 anos de atuação no mercado brasileiro, a Creative Collection é o principal lançamento da La Fonte. A Linha Creative Collection foi desenvolvida para pessoas que buscam sofisticação e harmonia para os projetos arquitetônicos.

A nova linha da La Fonte apresenta 8 novos acabamentos e oferece mais liberdade de combinação de guarnições, maçanetas e acabamentos, atendendo às necessidades de arquitetos, decoradores e formadores de opinião.

Papaiz - Presente em mais de 20 países, a Papaiz é conhecida como uma empresa que dita tendências ao abranger em seu portfólio cadeados, fechaduras residenciais, linha moveleira, dobradiças e acessórios.

Um dos principais lançamentos da marca mais lembrada em cadeados é o Cadeado Bluetooth Papaiz Smart. Inédito no mercado e com design inovador, o novo produto da Papaiz tem comunicação via bluetooth, permitindo sua abertura por meio do seu smartphone, sem que você precise decorar a senha ou carregar a chave.

Silvana - Prestes a completar 55 anos de atuação e com forte presença nas regiões Nordeste e Norte do país, a Silvana possui mais de 700 produtos entre fechaduras residenciais, dobradiças, puxadores de porta, ferrolhos, olho mágico, armadores de rede, tarjetas, porta-cadeados, correntes e acessórios, como números residenciais e abraçadeiras.

Para destacar a inovação somada à qualidade, o principal item a ser apresentado será a Fechadura Digital SDD 165, que possui maçaneta reversível para portas com abertura direita ou esquerda, fechamento automático, cadastro de, até, 50 usuários e abertura por senha ou chave.

Com mais de 20 anos de atuação no desenvolvimento de barreiras físicas, soluções de controle de acesso e sistema integrados de alta segurança, a Vault oferece uma gama de equipamentos e softwares de alta qualidade e desempenho, que atuam em conjunto para proteger e administrar o acesso às áreas de circulação restrita.



FECHADURAS VOUGA

O carro-chefe da empresa são as **fechaduras especiais.** "Nosso diferencial é atender às necessidades dos clientes em toda a linha residencial, para laboratórios e empreendimentos comerciais. Trabalhamos, diariamente, para que os clientes saiam satisfeitos, e o lema é nunca deixar uma porta sem fechadura Vouga, para nós todo cliente é importante", explica Renata Martins, diretora de Produção. E fala dos investimentos realizados. "Investimos mais de 10% do faturamento em diversos pontos, entre eles, melhoria de ferramentais, moldes, máquinas, processos e no aperfeiçoamento dos colaboradores. O que nos permitiu aumentar a produtividade, reduzir desperdícios e otimizar recursos. Com o objetivo de aumentar a abrangência no mercado brasileiro, para este ano, a empresa pretende investir em novos produtos, treinamentos e divulgação da marca e produtos", diz.

Renata mostra-se otimista quanto ao aquecimento das vendas: "O mercado de materiais de construção no Brasil é bastante promissor, somos o quinto maior país, no planeta, em área territorial, e temos muitas obras de infraestrutura por fazer. Porém, por causa da crise, nos últimos quatro anos o mercado retraiu e apresentou um dos piores índices de crescimento da economia. Para 2019, temos grandes expectativas de crescimento e esperamos que o segundo semestre seja superior ao primeiro. Em reuniões com diversos segmentos do setor percebemos a retomada da economia e a esperança dos empresários aumentar", encerra.

ABA INFINITA



NOVIDADE

A TECNOCUBA ACABA DE LANÇAR NO MERCADO UMA NOVA FORMA DE INSTALAÇÃO DE CUBAS. MUITO MAIS HIGIÊNICA E SOFISTICADA.

O MÉTODO INOVADOR NÃO ACUMULA FUNGOS E BACTÉRIAS, COMPROVADO POR TESTES EM LABORATÓRIO*.

INFLAMAÇÃO GASTROINTESTINAL, DIARREIA, ENTERORRAGIA E GASTROENTERITE SÃO ALGUMAS DOENÇAS QUE PODEM SER CAUSADAS PELA SUJEIRA ACUMULADA ENTRE A CUBA E O GRANITO.*

ABA INFINITA: A UNIÃO PERFEITA DA PEDRA E DO AÇO INOXIDÁVEL. SEGURO, DE SIMPLES INSTALAÇÃO, TOTALMENTE HIGIÊNICO E ABAIXO DO NÍVEL DA PEDRA.





tecnocuba www.tecnocuba.com.br

TECNO CUBA

*Resultados de análise microbiológica do material: borra de massa plástica pia cozinha feita pela empresa Controlbio Assessoria Técnica Microbiológica S/S LTDA em abril de 2019. Ensaio No85815/2019A.



HELA

A Hela lançou uma linha de fechaduras popular,a Linha Quênia, além do Bate-Fecha de Zamac, para Janela de Vidro Temperado.

Os grandes investimentos realizados pela empresa foram na fábrica, como conta Dulcinei Oliveira, gerente Comercial: "Colocamos para rodar, no ano passado, a nossa Galvanoplastia 100% automatizada, com previsão de um aumento na produtividade de até cinco vezes mais que a atual. E continuaremos investindo para completar a linha de acessórios para vidros temperados", diz.

A gerente informa que a empresa está de olho em novos segmentos. "Sempre atuamos no mercado de fechaduras para portas de madeira, ferro e alumínio, mas, observamos uma tendência muito grande do mercado à utilização de vidro temperados. Pensando nisso, lançamos produtos que atendem a esse mercado, desde a instalação da porta até o fechamento, assim como sacadas, box, fachada etc.", conclui.

IMAB

O ano de 2018 foi de expectativas, aguardando o novo cenário político e econômico do país. A IMAB focou no desenvolvimento interno, de tecnologias e no aperfeiçoamento da própria linha. Investimos em estudos de novos produtos para produção em 2019.

"Definido o quadro econômico do Brasil e, com o prometido crescimento do mercado de construção, estamos lançando produtos para essa demanda. Assim, incrementamos a linha com alguns lançamentos, dentre os quais: **Maçaneta ATOM** (linha inox); Fechadura de sobrepor para portões; Fechadura 1600 e 1610; Trilho aparente com roldanas; Fechadura 4900 (pinos de inox)", explica Luis Antonio Barbosa, diretor da IMAB.

Oitmismo é uma palavra de ordem na empresa, como fala Barbosa: "O mercado de construção tende a crescer muito, a partir deste ano de 2019. Esperamos que, com o crédito imobiliário facilitado, novos empreendimentos tenham espaço e se multipliquem pelo país. Não estamos falando, somente, dos programas de habitação popular, mas, também, de investimentos de maior valor agregado, para edificações residenciais e comerciais, voltadas ao público A e B. Com o aquecimento do mercado imobiliário, seja em novos lançamentos, ou com a venda e compra de imóveis já existentes, prevendo reforma e melhorias, a tendência é do avanço do mercado de materiais de construção civil", finaliza.





METALÚRGICA RODRIGUES

A empresa atua no mercado de trabalho há mais de 50 anos, oferecendo produtos de qualidade e garantia. Com o segmento direcionado à Construção Civil, a linha é composta de FECHADURAS, DOBRADIÇAS, FECHOS, entre outras ferragens. E podem ser encontrados em diversos pontos de distribuição, nas principais Cidades e Capitais do Brasil.

PADO

A PADO, líder do mercado nacional de cadeados e fechaduras de médio e alto padrão, sempre de olho nas novas tendências da arquitetura e decoração de interiores, lança a nova linha de fechaduras e puxadores texturizados, que auxiliam em sofisticação, estilo e sobriedade dos ambientes aumentando, ainda mais, o leque de produtos que vêm ao encontro das demandas do mercado.

"E, como inovar para satisfazer os anseios de um público, sempre exigente, já uma tradição na Pado, as novas peças, que trazem acabamentos nas cores: Branco Textura, Preto Textura, Corten e Rose, foram desenvolvidas por meio de modernas tecnologias utilizadas nos processos de fabricação, sempre, alinhadas às tendências e ao design das fechaduras Pado. Os acabamentos estão disponíveis nos modelos Beethoven, Karli, Retro, Sara e Vivaldi da linha Premium Residence, Fechadura Classic, Fechaduras Rolete e puxadores", explica Nathan Bampi, gerente Comercial da PADO.

A Linha digital locking apresenta a Fechadura Digital e Sobrepor, Fechadura Digital de Embutir e o Cadeado Biométrico. Essa linha vem atender às necessidades de segurança do consumidor. Aliás, uma tendência em todo o mundo.

Entre os diferenciais, as fechaduras possuem opções de senha, biometria, alarme sonoro e acompanham chave de segurança.

Investimentos - "A respeito dos investimentos, a Pado, em 2018, utilizou em recursos R$ 5 milhões, e, para o ano de 2019, a previsão é de que sejam investidos R$ 10 milhões em infraestrutura e na pesquisa e desenvolvimento de novos produtos e tecnologias. O resultados destes investimentos são efetivos e pode ser observado no crescimento do faturamento que chegou à 12% no ano passado", diz Nathan.

Mercado da construção civil - "O ano de 2019 começou com muito otimismo, tivemos um trimestre com crescimento de dois dígitos e atingimos alguns recordes de vendas.

O mercado tende a melhorar, gradativamente, e acreditamos em uma retomada forte no segmento de material de construção", conclui.





SOPRANO

A empresa Soprano vêm realizando constantes investimentos em tecnologia, voltados a produtos, sempre atenta à inovação, oferecendo aos clientes soluções inteligentes para acesso e segurança.

A maior força da Soprano está em amplo e competitivo mix de fechaduras residenciais. Nosso portfólio de fechaduras gera um excelente retorno por metro quadrado no ponto do venda do lojista.

"O atual destaque da Soprano é o crescente mix na Linha Perfil Estreito/Serralheiro, no qual, recentemente, lançamos o mix de fechaduras tetra de embutir com cilindro substituível (exclusividade da Soprano) e diversos modelos que, além da fechadura principal, tem, também, as travas de segurança. Ambas inovações tiveram ótima aceitação do mercado, estreitando relacionamentos com indústrias e revendas de todo o Brasil, abrindo, ainda mais, o caminho para a comercialização do amplo mix que a Soprano dispõe para esquadrias de alumínio e aço", informa Cristine Duso, Marketing Fechaduras e Ferragens.

Outro destaque, recentemente, lançado, ainda, para o mercado de alumínio, é o mix de fechos toques e manual/automático, contrafechos e linguetas para esquadrias de alumínio. O lançamento da Soprano é compatível com os tipos de perfis padrões de mercado (20mm a 32mm).

"Renovando o mix de fechaduras, a Soprano está apresentando ao mercado a inovação em suas fechaduras.

Para porta de correr – com sistema de acionamento duplo para travamento de porta e mecanismo inovador preparado para receber distintos cilindros (tetra de embutir substituível e Perfil Yale).

3 em 1 – produto patenteado pela Soprano. Em uma mesma fechadura 3 funções distintas: Rolete Pivotante | Travamento de porta (segurança) | Travamento de porta de correr por meio do acionamento duplo (segurança), tendo esta fechadura também o mecanismo inovador para receber ambos os tipos de cilindros (tetra de embutir substituível e Perfil Yale)", diz.

A Soprano vem preparando diversas novidades para 2019. Os produtos foram apresentados na Feicon e têm previsão para entrar no mercado até o segundo semestre deste ano.

"Conceito de robustez, aliado à tecnologia de design e ao acabamento diferenciado no processo de galvanização que a Soprano utiliza, estarão, juntos, dando vida a um novo modelo de maçaneta. O lançamento promete ganhar espaço em diversas prateleiras por meio da combinação do visual com rosetas redondas e quadradas.

Outra grande novidade da Soprano é o investimento em rodízios semi-industriais, ideais para aplicação em cenários onde é necessário transportar um peso maior de um lado a outro, entre 40kg e 70kg por rodízio. Os modelos são indicados para utilização em: macas hospitalares; carrinhos de supermercado; carrinhos de limpeza; carrinhos de fábrica", diz Cristine.

E a empresa procura atender ao mercado, que solicita produtos inovadores e diferenciados. "Cada dia mais o mercado está nos puxando para a entrega de produtos inovadores e diferenciados, em função desse cenário, lançamos a inovação de cilindro tetra de embutir substituível, um novo conceito para o balconista. A novidade veio da necessidade do consumidor precisar trocar o cilindro após a reforma ou a construção de sua casa. Além de ser excelente opção para o instalador, que ganha na rápida e prática manutenção do produto e ao consumidor final que não precisa adquirir um mecanismo completo para a própria residência em função da necessidade de troca apenas do cilindro", diz.

Em 2018, foram realizados investimentos na linha de fechaduras inteligentes. A Fechadura Smart One foi desenvolvida no Brasil, possibilita abertura e fechamento de portas com controle de acesso, gerenciamento de chaves por aplicativo smartphone, com, até, 500 usuários por fechadura, abertura por celular (bluetooh), sendo a única fechadura compatível com padrão de furação brasileiro.

A empresa também realizou investimentos no e-commerce próprio para a venda dos produtos da linha tecnológica diretamente ao consumidor final.

STAM

Segurança, qualidade, robustez, inovação, design e tecnologia são palavras que, juntas, definem os produtos e os lançamentos que a Stam, considerada uma das mais tradicionais e conceituadas fabricantes de fechaduras e cadeados do Brasil, apresenta.

Com quase 50 anos de história e capacidade produtiva que supera a marca de 130 mil produtos por dia, a Stam leva ao seu espaço de 546m² na Feicon o que há de mais contemporâneo e inovador em mais de 600 de produtos, com destaque para os lançamentos de fechaduras e acessórios das linhas Fortinox e itec que apresentam novidades que conciliam estética, tecnologia, ergonomia e garantia de proteção.

A Stam também traz para o estande os produtos e acessórios da linha Ferraggio.

Na linha Fortinox, o destaque fica por conta da Fortinox 4000 Multiponto, fechadura de alto padrão para tráfego intenso, que oferece mais segurança e proteção por meio do cilindro multiponto, mais difícil de destravar e dos três pontos de bloqueio (pinos), que tornam o produto ainda mais resis-



tente e seguro. Indicada para áreas de tráfego intenso, a peça possui design sofisticado e é produzida com aço inox 304, material nobre de alta resistência à corrosão. Entre outros atributos da fechadura, destacam-se a exclusiva testa com 3 mm de espessura, o trinco e chave de latão e a lingueta reforçada. Disponível em dois acabamentos, a Fortinox 4000 Multiponto possui cilindro monobloco em latão maciço em dois tamanhos: 61 mm e 81 mm. Seu mecanismo interno é protegido pela blindagem da máquina, o que garante maior resistência a detritos, sujeira, desgastes e intempéries. Com esse lançamento, a Stam reafirma o compromisso com a qualidade e a inovação dos produtos.

Inovação que também poderá ser vista no novo iViewer 02 HD®, da linha Stam by itec. Com câmera digital de 3MP e tela LCD de 4,3 polegadas, o equipamento tem sensor de proximidade, infravermelho com modo noturno e permite armazenar registros de visitantes, além de emitir notificações em tempo real. Indicado para ambientes residenciais e comerciais, com o iViewer é possível ver quem bate à porta com a máxima segurança, conforto e resolução. Outro sinônimo de revolução é a fechadura eletrônica iCode2. Ela se destaca não só pelos atributos ligados à segurança, mas, ainda, pela tecnologia associada ao design. Fabricada com aço inoxidável, a iCode 2 apresenta linhas simples adequadas, facilmente, a qualquer projeto de arquitetura e decoração. Além da beleza, o produto traz comodidade, pois o usuário protege suas portas com uma senha personalizada, dispensando a utilização de chaves tradicionais.

Quanto à linha Ferraggio, a Stam apresenta o que há de mais sofisticado no que diz respeito aos puxadores, kits para porta de correr e acessórios. Com design refinado, os produtos da linha são fabricados com aço inox 304, material nobre de alta resistência à corrosão e com longa durabilidade, ideal para regiões litorâneas e ambientes de tráfego intenso.

Direto de Portugal - E as novidades não param por aí. A partir de agora, a Stam passa a representar e a comercializar, com exclusividade, no mercado brasileiro, os produtos da Manufactura Santos, empresa portuguesa fundada em 1948. Conhecida e reconhecida pelos profissionais especializados pelo alto padrão dos próprio produtos, a marca está presente em 35 mercados e chega ao Brasil endossando a linha de fechaduras Fortinox.

Soluções de alta segurança - Outra grande aquisição para o portfólio da Stam é a chegada da plataforma patenteada KeylocX®. O produto, que pertence à linha High Security, oferece uma plataforma de chaves patenteadas anticópia, sistemas antigrifo e antimicha e o cilindro antirrompimento, considerado o mais seguro do mundo. A KeylocX® é produzida pela empresa israelense RB Locks (Rav-Bariach), líder mundial em soluções de alta segurança, e será revendida, de forma exclusiva, pela Stam no Brasil.





O design é aposta alta dos fabricantes de chuveiros e duchas. Isso porque os consumidores estão transformando banheiros em salas de banho.

DELÍCIA DE BANHO





ASTRA

Segundo Joaquim Coelho, diretor Comercial da Astra, o mercado de materiais de construção vem demonstrando otimismo. “Muitos lojistas estão empolgados com o movimento que estão tendo nas lojas. Alguns dizem que o primeiro trimestre deste ano foi melhor que o mesmo período do ano de 2018”, diz. E destaca que, agora, com a proximidade do inverno, as vendas podem aumentar, ainda mais. “Com certeza. As duchas elétricas são indispensáveis em uma residência. Porém, no inverno, há uma preocupação maior por conta da necessidade de aquecimento da água. Além disso, períodos de inverno provocam queima de resistência elétrica e, com isso, muitos consumidores preferem aproveitar e trocar a ducha. Nesse mesmo período já percebemos a movimentação grande dos clientes, pois todos sabem que esse é o período de se vender duchas e resistências elétricas”, diz. Em 2018, a Astra investiu no desenvolvimento de um novo modelo de ducha elétrica. A Lune, que, em breve, estará no mercado, é um modelo de 4 estações, que alia funcionalidade, design inovador e um preço acessível a todos os consumidores. “Em 2019, vamos continuar investindo no desenvolvimento de novos modelos de duchas, com a mesma premissa de oferecermos produtos com ótimo custo-benefício. A Astra conta com mais de dez modelos de duchas em linha, hoje. O destaque vai para a Astra Ducha, produto com preço acessível e diversidade de cores para decorar o ambiente. Vamos lançar a ducha Lune, que, com certeza, ganhará destaque em nosso portfolio”, finaliza.



DECA

Os produtos em destaque da Deca. **Chuveiro Deca Flex –** modelo está disponível nas versões: parede e parede com desviador e ducha manual. A alta resistência do flexível da ducha garante maior durabilidade ao produto. Com design moderno, o chuveiro proporciona um banho prazeroso, por conta do amplo espalhador articulado de 12,6 cm; fácil limpeza por causa dos crivos salientes de silicone, e versatilidade, indicado para baixa e alta pressão (casas e edifícios). De olho na sustentabilidade, o Deca Flex promove economia de até 40% de água, resultado da vazão de 12 l/min. **Chuveiro Aqua Plus com entrada de ar –** esse modelo vem com a tecnologia que mistura ar e água, gerando a sensação de maior volume de água, ao mesmo tempo em que oferece economia e o mesmo conforto de um chuveiro convencional. Capaz de economizar até 80% de água, com vazão de 12 l/min, o Acqua Plus também dispõe de sistema autolimpante, que garante funcionamento perfeito do produto. **Theo Dutra Vieira,** gerente de Marketing Deca e Hydra, sinaliza que o mercado está apresentando melhoras: “O mercado de materiais de construção ainda está se estabilizando, mas, vem apresentando aumento do volume de vendas e início de algumas obras, indicando um ano de crescimento. Estamos otimistas, acreditamos que será positivo a partir do segundo semestre de 2019 e o início de 2020”, explica. E aproveita, para destacar que o momento de aumentar as vendas é agora: “O inverno é indicativo de crescimento às vendas, principalmente, para chuveiros elétricos. De fato, tem um grande aumento nesta época, em especial nas regiões frias, como São Paulo e Sul”, diz.

DOCOL

Em 2018, a DOCOL lançou linha completa de chuveiros em que o volume de água, a intensidade do jato e a área de cobertura foram, minuciosamente, estudados para proporcionar um banho prazeroso e ultrarrelaxante. As novas linhas de chuveiros vieram para atender à necessidade de aliar melhor experiência de banho ao melhor design para os projetos. **DocolEden:** Esta linha favorece a combinação em projetos que prezam pela harmonia



e suavidade das formas orgânicas. Disponível na versão de parede, em três tamanhos (100mm, 200mm e 300mm com ou sem ducha manual); versão de teto em dois tamanhos (200mm e 300mm); e ainda a versão de embutir (400mm). **DocolHeaven:** É resultado de um design puramente quadrado, favorecendo a combinação em projetos que primam pela estética racional, baseada em linhas retas e precisas. Disponível na versão de parede (com ou sem ducha manual) e teto em dois tamanhos (150mm e 200mm) e, ainda, uma versão de embutir (400mm). **DocolResort:** Cobertura de banho de ombro a ombro e um design retangular, que contribui para a estética contemporânea da linha, conferindo personalidade ao ambiente. Disponível na versão de parede (com ou sem ducha manual), teto (254mm) e na versão de parede (555mm), com 02 opções de jato, tradicional ou cascata. “No último ano, a DOCOL manteve os investimentos em tecnologia e inovação, elaborando soluções que buscam melhorar a experiência de uso, a saúde e o bem-estar dos consumidores por meio de usabilidade, estética, qualidade e sustentabilidade”, conta Marcus Vinicius Cordeiro de Menezes, diretor Comercial e Marketing Docol. Para 2019, a DOCOL pretende investir R$ 30 milhões em sua fábrica, máquinas e inovação. “Novos produtos, parcerias e tecnologias foram apresentadas na Expo Revestir e serão lançados ao longo do ano. Ao portfólio de chuveiros se incorporam opções e cores, além de acessórios e toalheiros térmicos, que ajudam a compor banheiros e salas de banho que buscam conforto e beleza”, informa. Na avaliação do diretor, o Brasil tem uma série de desafios a serem superados durante 2019. “De toda forma, a expectativa para nosso segmento é positiva. Estimamos que a área de construção, tenha crescimento em torno de 3% e que o da DOCOL seja acima disso. Todos os anos há um incremento em vendas de chuveiros nos meses de inverno. Observamos preocupação maior com a qualidade do banho quente

nos dias frios. Para a DOCOL, esse percentual positivo fica em torno de 14%. Como não atuamos com chuveiros elétricos e oferecemos Garantia Toda Vida, entendemos que a necessidade de troca dos nossos produtos é mais baixa se comparada com o mercado", explica.



HYDRA

A marca oferece diversas opções de duchas para entregar a melhor experiência, se adaptando a gostos, escolhas e necessidades de cada um. Para isso, dividiu a categoria de duchas em subcategorias, de acordo com os principais benefícios de cada modelo, a fim de oferecer diferentes experiências para todos os gostos. **Duchas digitais -** Uma das inúmeras opções da marca, são as duchas digitais que permitem que o usuário escolha a temperatura ideal do próprio banho, controlando pelo visor que marca exatamente a temperatura selecionada. Disponíveis em linhas com design inovador ou ducha, que toca a música favorita, não é necessário desligar ou reduzir o volume de água para atingir a temperatura desejada durante o banho. **Ducha Optima Music Digital –** ideal para quem faz da hora do banho um momento de relaxamento e diversão. Com espalhador de 30cm de diâmetro, proporciona uma incrível sensação de conforto. Além de possibilitar que você ouça a música preferida durante o banho. Todas as funções da ducha podem ser controladas por meio de um controle remoto. A ducha é compatível com formato MP3, acompanha cartão micro SD e adaptador USB/SD, mas, também, pode ser facilmente conectado à rádio FM, fazendo a hora do banho ficar ainda melhor. **Safira Bivolt –** oferece design tecnológico e futurístico e impressiona pela facilidade na instalação: por ser uma ducha digital bivolt, anula a necessidade de saber qual é a voltagem da residência na hora da compra. Possui jato intenso de água e LED indicativo de duração de banho, que começa a piscar após 8 minutos de uso, para aqueles que buscam o controle do consumo de água. Está disponível nas cores branca e preta, e, em breve, em prata fosco, metalizado e Red Gold. **Duchas eletrônicas blindadas**. A resistência isola o contato com a água permitindo mais durabilidade. Esses modelos são ideais para quem mora em regiões com água que tenha excesso de ferro, cloro e sais minerais. Além disso, elimina, completamente, o risco de choques ao acionar o registro. A ducha Fit Blindada foi arquitetada com uma haste para fácil ajuste da temperatura, sendo um dos modelos de referência da marca em design. **Duchas Eletrônicas Híbridas –** Ideais para quem já dispõe de algum sistema de aquecimento, solar ou a gás por exemplo, garante a temperatura selecionada durante o banho todo. Essas duchas contam com um sistema inteligente que entende a temperatura de chegada da água na ducha e aquece somente a diferença da que foi selecionada pelo usuário, economizando energia. Assim que a água quente do sistema de aquecimento chega, o sistema eletrônico da ducha é inativado automaticamente. **Duchas Eletrônicas Hydra –** As duchas eletrônicas oferecem um banho superconfortável e com temperatura personalizada, pois o usuário gira a haste de ajuste de temperatura como se fosse um volume, selecionando exatamente a temperatura que lhe agrada, sem precisar reduzir a vazão de água ou desligar a ducha durante o banho. A linha Polo Max é um grande sucesso dessa tecnologia, garantindo um banho delicioso de ombro a ombro e está disponível nas cores Branca e Preta. **Theo Dutra Vieira,** gerente de Marketing Deca e Hydra, explica que "o mercado de materiais de construção ainda está se estabilizando, mas, vem apresentando um aumento do volume de vendas e início de algumas obras, indicando um ano de crescimento. Estamos otimistas para os próximos meses, acreditamos que será positivo a partir do segundo semestre de 2019 e início de 2020. E espera crescimento de vendas no inverno. "Para Hydra, temos um plano bastante agressivo para este período. Iremos apresentar uma grande promoção, uma ação inédita no segmento e vamos posicionar a marca de uma forma mais estruturada", finaliza.



KELLY METAIS

A empresa direcionou 5% de todo o recurso à linha de chuveiros articuláveis. Renato Pereira (Peninha), Vendas Trademarketing da empresa, informa que o objetivo é dobrar as vendas e, consequentemente, a produção dessa linha. "2019 será um ano de consolidação e retomada do crescimento, fechamos o primeiro trimestre em crescimento, e acreditamos que o ritmo deve continuar acelerado no resto do ano. Naturalmente, com a chegada do inverno, os "longos banhos quentes" exigem mais do produto, oo que torna a necessidade de reposição/renovação uma realidade traduzida em resultados, os meses que antecedem ao inverno são, para nós, da Kelly Metais, os meses com melhor resultado dessa linha de produtos", explica.

LORENZETTI

Nos últimos anos, a Lorenzetti surpreendeu o mercado com o lançamento da linha Acqua Ultra. A empresa apostou em design inovador para concepção de chuveiros elétricos, diferenciando-os pelo formato compacto e ultrafino, similar às duchas frias. A Equipe de Design da Lorenzetti, que desenvolveu a linha Acqua Ultra, foi, inclusive, reconhecida, duas vezes, pelo Prêmio de Design do Museu da Casa Brasileira, a mais tradicional premiação do design nacional. O último complemento à linha Acqua Ultra foi a versão Acqua Duo Ultra, que dispõe de ducha e chuveiro em um único produto. Fundamentada no conceito de design funcional, ou seja, unindo sofisticação e praticidade no uso, o Acqua Duo Ultra temacabamento sofisticado, seguindo o conceito da linha. Versatilidade é a definição do Acqua Duo.Afinal, o produto possui aquecimento elétrico e é compatível com aquecedores solares e outros



sistemas de aquecimento. Na opção de banho com ducha, o jato é direcionável e concentrado, inclinando-se na direção desejada, enquanto o chuveiro proporciona um jato mais espaçado, por meio de um espalhador de grande proporção. O produto traz comando eletrônico, que permite a escolha gradual da temperatura. Para selecionar entre a função chuveiro ou ducha, basta girar o seletor de jato para a direita ou para a esquerda. É possível usar a haste prolongadora, ao alcance das mãos, para controlar a temperatura ou selecionar o tipo de banho. A resistência pode ser trocada de forma rápida e segura, pois está inserida em um cartucho exclusivo. Em relação aos últimos lançamentos, destaque à linha de duchas Futura, que se diferenciam pelo design quadrado e moderno. As duchas estão disponíveis nas versões eletrônica e multitemperaturas e oferecem uma experiência única de relaxamento durante o banho, além de dispensar o cano para instalação, deixando o ambiente mais harmonioso. O modelo eletrônico tem controle de temperatura gradual, proporcionando mais comodidade e economia. A escolha da temperatura é realizada por meio de botão ou de haste prolongadora de 20 cm, que facilita, ainda mais, o acesso. A versão multitemperaturas, por sua vez, conta com quatro opções de temperaturas, garantindo economia em todas as estações do ano. "A Lorenzetti investe constantemente na ampliação do portfólio de produtos, pesquisa, desenvolvimento e marketing. Uma das principais ações executadas pela Lorenzetti, em 2018, teve, como foco, a "campanha de inverno". O projeto contou com a promoção da moderna linha de chuveiros elétricos Acqua Ultra e da inovadora Resistência Loren Ultra, produtos que revolucionaram o mercado. A campanha contemplou merchandising da marca em partidas de futebol, em programas esportivos, em rádios e jornais de grande circulação, em metrôs, além de outdoors e busdoors. A campanha também foi destaque nas mídias digitais, por meio de conteúdo que exalta os principais diferenciais e funcionalidades dos produtos", explica Paulo Galina, gerente de Marketing da Lorenzetti. O mercado brasileiro mantém-se positivo para a Lorenzetti. "Os números do setor já demonstram leve recuperação, assim como o aumento do índice de confiança do consumidor, fatores que contribuem para nos deixar mais otimistas. Nos últimos anos, apesar da recessão política e econômica, a Lorenzetti tem conquistado excelentes resultados com as vendas de duchas, chuveiros elétricos em todo o Brasil", diz Galina. E se anima com a chegada do inverno. "O inverno é o principal período de vendas de produtos para aquecimento de água. O giro de vendas nesse período também está concentrado em torneiras, aquecedores elétricos e a gás, produtos que garantem água quente com praticidade e comodidade", complementa.

SINTEX



Produto de destaque da empresa é o Chuveiro Elétrico Triton TZE70. "Nossa avaliação do mercado de materiais de construção, para este ano, é de que teremos crescimento acima do ano passado, porém essas projeções consideram a aprovação da reforma da Previdência", diz Adriana Toledo Silveira. E aproveita para destacar o aumento de venda dos produtos Sintex, principalmente, das torneiras elétricas e eletrônicas para uso em banheiro e cozinha, que crescem 40 vezes, no inverno.

TRAMONTINA

A Tramontina ampliou, recentemente, o portfólio da Linha Sense, com o lançamento da ducha elétrica e da ducha eletrônica na cor branca. A novidade atende ao consumidor que busca soluções completas e com melhor custo-benefício para a instalação elétrica. Desenvolvidas com



alta qualidade e tecnologia, as duchas Sense Tramontina são práticas e contemporâneas. A ducha elétrica Senseday Tramontina possui três temperaturas e conta com dispositivo de segurança para impedir a alteração da temperatura com a ducha ligada, o que protege o usuário contra possíveis choques elétricos. Para quem busca ampla variação de temperatura durante o banho, a versão mais indicada é a Sensetop ducha eletrônica, que também atende residências com aquecimento a gás ou solar. O desenvolvimento de produtos, cada vez mais seguros e eficientes, é condição básica para a fabricação de materiais elétricos e é notável que, na última década, os processos fabris evoluíram, principalmente em máquinas que aumentam a produtividade e a confiabilidade dos processos. A Tramontina acompanhou esses avanços tecnológicos investindo, continuamente, na aquisição de maquinário de ponta, principalmente células de injeção de plástico e de alumínio, que, hoje, compõem um parque fabril moderno, com alta tecnologia, para que possa oferecer produtos confiáveis, seguros e duráveis, normatizados, com preços competitivos e adequados à realidade do segmento. **Avaliação do mercado -** A rapidez da internet e as facilidades técnicas estão transformando a vida de todos e a Tramontina não está alheia a isso. Os consumidores buscam funcionalidade dentro de casa e os itens de automação cada vez mais se integram ao cotidiano das pessoas. **Aquecimento -** Os meses mais frios são propícios ao aumento no consumo de energia, com o uso constante de aquecedores e do chuveiro elétrico no modo "inverno". Mas, economizar energia é uma questão de consciência. A melhor estratégia para garantir economia expressiva na conta de luz é aliar pequenas mudanças no cotidiano a produtos que oferecem eficiência energética. Portanto, os períodos mais frios são oportunos para alavancar a venda de produtos com estas características.



AGROBOI
CONQUISTA O NORTE

Tudo começou em 1979, na cidade de Rio Branco, no Acre. Francelina Barreiros Amaral Gurgel (conhecida por França) e o marido Rodolfo Amaral Gurgel (in memoriam), que moravam em São Paulo, foram chamados pelos irmãos de Franceline, Roque e Romário, para tentar a vida no Norte do Brasil. Aceitaram o desafio e abriram, em setembro de 1979, a Agroboi, loja que vendia produtos agropecuários, em uma pequena sala de 30m² e um único funcionário.

Trabalhando muito, e acreditando no mercado, em 1986, a Agro Boi já era uma das maiores do segmento da cidade. Só que o mercado para esse segmento começou a entrar em decadência. O casal não desistiu e viu uma nova oportunidade de negócios: segmento de materiais de construção.

Foi o início de uma das mais impor-



"Resolvi manter o nome Agroboi porque era muito forte e conhecido dos moradores da cidade, mantendo-o até hoje e, sempre, nos rende um bom marketing."

FRANCELINA BARREIROS AMARAL GURGEL





Francelina e os filhos Luciano, Mariana e Gustavo

"Compramos, diretamente, das indústrias, e os nossos produtos vêm por transportadoras já contratadas. Uma das grandes dificuldades da nossa região é estoque. Precisamos, sempre, ter estoque alto para compensar a grande distância, o que já não ocorre nas lojas de grandes centros. A maior parte do nosso cliente quer o produto com entrega imediata, poucas são as vendas por encomenda."

FRANCELINA BARREIROS AMARAL GURGEL

tantes trajetórias de uma rede de lojas que, hoje, domina o mercado na cidade. Mesmo com a morte precoce do seu marido, vitimado por um câncer, que a obrigou a passar sete meses em São Paulo, para acompanhar o tratamento dele, França, modo que gosta de ser chamada, não desistiu. Ao contrário: assumiu os negócios com os filhos Luciano Barreiros Amaral Gurgel, Mariana Barreiros Amaral Gurgel Defente e Gustavo Amaral Gurgel.

"Resolvi manter o nome Agroboi porque era muito forte e conhecido dos moradores da cidade, mantendo-o até hoje e, sempre, nos rende um bom marketing", conta França, que começa a trabalhar às 8 horas da manhã e nunca para antes das 19 horas.

"Em meio a muitas incertezas, e pouco apoio, reergui nosso negócio e, o que era uma loja de 15 funcionários, se tornou uma rede, com seis lojas em Rio Branco, Acre, e Porto Velho, Roraima, com quase 400 colaboradores diretos", resume França. A Agroboi tem duas lojas maiores, que tem perfil de home center, uma, em Porto Velho, e, outra, em Rio Branco, além de outras quatro lojas com perfil idêntico,menores, mas com o mesmo mix de produtos. "São praticamente 8.500m² de área de loja no total e cerca de 40.000m² de área de estoque, que abastace todas as unidades", conta.

Trabalham com material básico, hidráulico, cerâmicas, tintas, iluminação, louças, metais, utilidades domésticas, camping, lazer e acessórios, esquadrias, material elétrico, entre outros.

Na lista dos mais vendidos encontram-se pisos e revestimentos, material básico, tintas, material hidráulico e louças sanitárias. A entrega é feita em, até, 72 horas com frota própria.

"Temos um cartão private Label, em parceria com o banco Cetelem, que, além de manter em nosso crediário algumas empresas que já nos acompanham por uma longa data, também oferece crediário às pessoas físicas. Porém, atualmente, cerca de 70% de nossa venda é no cartão de crédito", informa França.

A maior dificuldade da empresária, atualmente, é com a compra dos produtos. "Compramos, diretamente, das indústrias, e os nossos produtos vêm por transportadoras já contratadas. Uma das grandes dificuldades da nossa região é estoque. Precisamos, sempre, ter estoque alto para compensar a grande distância, o que já não ocorre nas lojas de grandes centros. A maior parte do nosso cliente quer o produto com entrega imediata, poucas são as vendas por encomenda", destaca.

Engana-se quem pensa que a Agroboi está estagnada no próprio sucesso. Recentemente, contrataram escritório Candossim e Cabana, de São Paulo, especializado em reformas de lojas de materiais de construção para reformar os home centers e cuidar do visual da sétima e mais nova loja da rede: a AGROBOI CORES.

"Em meio a muitas incertezas, e pouco apoio, reergui nosso negócio e, o que era uma loja de 15 funcionários, se tornou uma rede, com seis lojas em Rio Branco, Acre, e Porto Velho, Roraima, com quase 400 colaboradores diretos."

FRANCELINA BARREIROS AMARAL GURGEL







Francelina Gurgel, diretora da Agroboi





GAMMA FOI SUCESSO
NA FEICON 2019

OBRIGADO A TODOS OS CLIENTES E VISITANTES.

4 DIAS DE LANÇAMENTOS, NOVAS OPORTUNIDADES E NEGÓCIOS

GAMMA
FERRAMENTAS

www.gammaferramentas.com.br

 POR ALESSANDRA CACIOLI | **FOTOS** FABIO ANDRADE







VIAGEM PELO MUNDO DA CONSTRUÇÃO

Vitrine das mais diversas soluções e inovações da construção civil, a feira é destino fundamental para acompanhar a evolução do mercado, conhecer fornecedores da indústria e planejar as vendas. Estivemos lá para conferir as novidades e tendências para 2019.

ÂNCORA

A empresa faz parte da Feicon desde as primeiras edições. Ao longo de mais de 20 anos de feira, tornou-se líder de seu segmento e buscou excelência no atendimento e em tudo que faz. Por isso, este ano, lança sua nova linha de chumbadores químicos que poderão ser vistos, ao lado de dezenas de outros produtos, em um laboratório técnico montado no meio do estande. Comprove toda a qualidade e eficiência dos produtos Âncora. Outra novidade será o lançamento de um software exclusivo de dimensionamento de ancoragens. Uma plataforma gratuita que facilitará o trabalho da equipe de projetistas, calculistas, engenheiros e profissionais da construção civil em geral. O software amplia a segurança, traz confiabilidade para a obra, além de otimizar o tempo de trabalho. O novo software vai auxiliar na realização dos cálculos e dimensionamento de soluções com a utilização de chumbadores químicos. A ferramenta eletrônica possui duas versões exclusivas de utilização, com relatórios, interface intuitiva, interatividade e já atende a nomenclatura de acordo com a recomendação brasileira da ABECE (Associação Brasileira de Engenharia e Consultoria Estrutural).

3F FECHADURAS

Para a Feicon Batimat 2019, focada em sua linha de produtos de alto padrão para portas de madeira, a empresa investiu no lançamento do novo acabamento rosé, no desenvolvimento de novas maçanetas, rosetas e espelhos, e também em melhorias no funcionamento interno do produto, elevando a categoria da fechadura 3F de broca 40mm a TRÁFEGO INTENSO.

ATLAS

A Atlas apresentou diversos produtos em seu estande. Destaques para a Caçamba Profissional, Kit Pad para Pintura e Linha de Irrigação. A Caçamba Profissional 20L é integrante da linha Duplo Profissional e é compatível com rolos de 46 cm da linha Duplo Profissiional. Possui tambpa de rolagem removível para facilitar a limpeza da ferramenta. O novo Kit Pad para Pintura une a praticidzde de um pad de recorte aliada à praticidade de uma bandeja auxiliar. É ideal para trabalhos de recorte sem desperdiçar tinta e perder a agilidade no trabalho. A nova Linha Para Irrigação de Jardim tem soluções práticas com excelente custo-benefício. São três modelo de Esguichos: Pistola, Esguicho Reto e o Esguicho de sete funções, mais Adaptador para torneira de ½" e ¾", além de Reparador de mangueira e Irrigador Giratório com três braços rotativos.

ADERE

A Adere lançou na Feicon a nova linha de fitas adesivas dupla-face, a Fita Forte, com mais de mil itens indicados para uso industrial, da construção civil e decoração, hospitalar e automotivo, entre outros. As embalagens contêm instruções de limpeza e aplicação a fim de garantir melhores resultados. Dentre as opções de Fita Forte, destaca-se o modelo tab, dividida em tabletes que facilitam o uso. Outra novidade é a parceria com fabricante de colas e silicones alemã UHU, marca que a empresa passa a representar com exclusividade no Brasil.

ASSA ABLOY

Com participação bienal, a ASSA ABLOY Brasil, líder mundial em soluções para abertura de portas, irá participar da FEICON 2019, o maior evento da construção civil e arquitetura do país. Através das marcas Yale, La Fonte, Papaiz, Silvana, Metalika e Vault, a ASSA ABLOY Brasil irá apresentar seus principais lançamentos e seu amplo portfólio em abertura de portas, em barreiras físicas e controle de acesso. A expectativa em relação ao evento é positiva. "A geração de negócios, fortalecimento da marca, ampliação do networking e a fidelização do relacionamento com nosso público





são o foco da participação da ASSA ABLOY Brasil na FEICON", afirma Roberto Almeida, Diretor Comercial e Marketing do Grupo. No total, serão apresentados aproximadamente 400 produtos, que representam uma pequena fatia da gama completa de itens ofertados pelas marcas da ASSA ABLOY Brasil. Com um toque de tecnologia, a linha de produtos Yale (fechaduras digitais, olho mágico digital e cofres eletrônicos) foi desenvolvida para atender as necessidades distintas dos clientes de maneira inteligente, segura e inovadora. Os produtos destaques serão as fechaduras digitais RL Yale: YDF 40 RL, YDF 30 RL, YRD 256 RL e YRD 221 RL. Com os novos integrantes da família Yale, é possível fazer a substituição de fechaduras mecânicas pela digital sem grandes alterações na porta, pois seu trinco é rolete adaptado para fechaduras digitais.

BASTON

Lucas Santos, diretor de eventos da Baston, conta que a especialista em tintas aerosol trouxe para a feira toda a linha direcionada à construção civil. "A linha Chemicolor, que é nosso carro-chefe, a linha X-Row, e a Paint Color, que a linha de combate", diz. "Além disso, estamos lançando a Paris68, com 104 cores e que é direcionada para fins artísticos, como o grafite, proporcionando altíssima cobertura". O diretor lembra também que, para complementar o mix de produtos, a Baston conta com soluções em espumas de PU, veda-calha e silicones adesivos.

BLUKIT

Evandro Gomes, da Blukit, destaca o reparo que funciona como um mecanismo com regulagem para torneira temporizada de mesa, parede e mictório. "Esse é um produto sensacional, por meio de um sistema simples, é possível definir o tempo de abertura, o que gera uma economia porque permite maior ou menor vazão de água", comenta. "Outro produto exclusivo Blukit são as luvas de correr em ligas de cobre para tubulação de cobre e PPR. Esse produto funciona para água, gás e alta temperatura, por conta dos anéis de vedação que suportam alta pressão", conta. Segundo Evandro, o produto evita soldas em tubulações de cobre, e reduz a área que precisa ser quebrada na parede para efetuar o conserto. "Basta fazer um corte na tubulação e realizar a substituição do trecho danificado com uso das luvas", diz.

BRASILUX

No ano de 2019 a Brasilux levou, além de seus tradicionais produtos, alguns lançamentos para a Feicon. O Bras-Corten (efeito aço corten) é um revestimento de alta performance que imita o efeito da ferrugem. De fácil aplicação, basta ajustar o tom do efeito ferrugem aplicando o Componente Efeito até a cor desejada: marrom, vermelho, laranja e mais. Outra novidade é a Brasilux Textura Cimento Queimado: um revestimento de baixa espessura que possibilita um efeito manchado e rústico, com acabamento fosco. O resultado é similar a textura do cimento queimado, mas com a vantagem de ter um custo menor. Outra novidade é o Braspound, um adesivo estrutural de base epóxi de média fluidez, com excelente colagem a vários tipos de superfícies: concreto, ferro, madeira, azulejo, cerâmica e pedra. A Brasilux também apresentou a Robermassa Solda Trinca, a solução definitiva para as trincas de alvenarias.

BOSCH

a Bosch apresentou suas novidades em aquecedores de água a gás que oferecem ao usuário mais conforto, conectividade, design inovador inspirados nos modelos premiados europeus. No estande foi possível conhecer as soluções direcionadas para aplicação em residências, comércios e em processos industriais. Tudo isso dentro do conceito de vida conectada e sustentável que está alinhado ao compromisso da Bosch com as pessoas e o planeta. Na linha eletrônica, a Bosch lança os aquecedores a gás Therm 5600 F e Therm 5700 F com litragens de 13 l/min a 42 l/min, que possuem automodulação – a temperatura de saída

PARCERIA E INOVAÇÃO ALÉM DA OBRA.

A Amanco acaba de lançar a sua Biblioteca BIM.
Ela facilita a vida de projetistas, engenheiros e arquitetos, além de economizar tempo e custo em obras de todos os tipos. Com ela, nossa parceria só vai aumentar.

BAIXE AQUI

ESCANEIE O QR CODE PARA
TER ACESSO À BIBLIOTECA BIM.



PARCERIA
ALÉM DA
OBRA

AMANCO

www amanco.com.br /AmancoBR /amancobr



da água é ajustada automaticamente, conforme o volume e pressão, mantendo-a sempre constante. Um dos diferenciais da nova linha de aquecedores a gás Therm 5600F é a conectividade. Por meio de um adaptador WiFi e do aplicativo Bosch HomeCom Easy - disponível nas plataformas IOS e Android - é possível controlar a temperatura, gerir o consumo de água e o funcionamento do aparelho. O público conferiu no estande da Bosch, por meio de uma tela gigante, a atuação do aplicativo e visualizar suas principais funcionalidades junto aos aquecedores a gás.

A nova linha eletrônica também possui a função "solar ready", ou seja, os aquecedores Bosch já vêm prontos para operar em conjunto com um sistema de aquecimento solar, sem precisar a instalação de outros acessórios. **Linha de exaustão forçada,** destaque para o modelo Therm 2400 F de 20 l/min. Com display digital, conta com ajuste eletrônico de potência que possibilita selecionar três diferentes níveis, que automaticamente regula a temperatura da água proporcionando mais conforto ao usuário. A segurança também é um item fundamental nos produtos Bosch, por isso o Therm 2400F conta com um ventilador que auxilia na exaustão dos gases provenientes da combustão. do a competitividade mais justa e objetiva.

CENSI

Dentre os lançamentos apresentados pela Censi durante a Feicon, destacam-se os conjuntos de reparos para torneiras: os kits de reparos com 9 modelos em uma peça, e a versão com 13 modelos que se adaptam ao mais diferentes registros. Em registros, por sua vez, a marca oferece todos os modelos, do 0 ao 20. No segmento de hidrossanitário, Censi trouxe tampos de vaso soft close, com amortecimento que não deixa o tampo bater, além de serem de fácil limpeza graças ao sistema de botões que permite desacoplar a peça. Para as caixas acopladas, a marca oferece kits que vão dos mais simples aos mais completos, com entrada e saída de duas descargas. O carro-chefe é o kit de caixa acoplada que detecta vazamentos. Por esse sistema, quando há um vazamento, a caixa é esvaziada e é feito o bloqueio até que o vazamento seja solucionado. Há a linha de anéis de vedação para o vaso com guia e aroma de lavanda, entre outros.

A Censi destaca os exclusivos engates que suportam até 12kg de pressão de água, uma vez que o mercado oferece em média engates com capacidade de pressão de até 4kg. Na linha de bóias, o lançamento é o modelo de alta pressão, que permite encher uma caixa d'água de mil litros em torno de 5 a 10 minutos, a depender da pressão da água Há ainda versão de 2" para grandes reservatórios, que enche uma caixa 50 mil litros em até duas horas.

CELITE

Pela segunda vez consecutiva da Feicon, apresentará vasto portfólio de louças e metais como o piso box, bacia suspensa, bacia sanitária com saída horizontal e a bacia sanitária Única, com design que une, em uma só peça, bacia e caixa acoplada. Outra novidade é a linha Design, produzida com Titanium®, conta com cubas de bordas ultrafinas, 30% mais resistentes e 40 % mais leves que as convencionais. Em economia de água, a Celite apresentará soluções como o sistema de descarga EcoFlush e os misturadores monocomandos com arejador. Além de kits de cubas de apoio, com torneira e complementos, e novos modelos de kit de bacia com caixa acoplada, assento e complementos, tudo em uma só embalagem.

CONDOR

"Nos últimos dois anos a Condor renovou as embalagens dos produtos com o intuito de destacar, valorizar a marca e ressaltar as informações e dicas de utilização. A nova etapa do projeto de renovação tem o objetivo de suprir a necessidade do mercado e enaltecer a importância dos pintores. A empresa desenvolveu um novo conceito de embalagem, criado para a linha de produtos indicados para pintores profissionais. A Linha Premium possui novas cores e ganharão maior destaque no PDV", ressalta Daniel Coutinho, coordenador de marketing da Condor Pincéis. A companhia também

investiu na ampliação das linhas de rolo (poliamida, lã e sintético) e desempenadeiras, e no desenvolvimento de uma nova caçamba profissional. Para obter uma pintura de qualidade e sem desperdício é necessário usar os acessórios corretos, que possuem garantia de durabilidade. Este é o objetivo da Condor: oferecer produtos duráveis, funcionais e que tenham design exclusivo. Conheça os lançamentos da Condor para a 25ª Feicon: **Caçamba Profissional ref. 1005:** com capacidade para armazenar 24 litros de tinta, conta com grade para remover o excesso de produto dos rolos de até 46 cm, tem válvula para retirar a sobra de tinta, rodas removíveis para facilitar a movimentação, e alça de plástico resistente. **Rolo Zero Gota ref. 952:** um dos itens mais vendidos da linha de pintura imobiliária da Condor são os rolos da Família Zero Gota. A linha acaba de passar por uma revitalização e ampliação. Os novos produtos têm quatro tamanhos: 5, 9, 15 e 23 cm, e proporcionam excelente acabamento ao ser aplicado em superfícies lisas. A nova versão do rolo tem duas listras amarelas na manta 100% poliamida. **Rolo ProfiPlus Ref.961 TOP-5:** o rolo tem 23 cm, e é produzido em manta 100% poliamida, o que garante maior rendimento, e um acabamento sem marcas. O rolo não respinga e tem durabilidade prolongada. **Rolo Maximus Lã 963, com 25 mm de lã natural de carneiro e 23 cm, o rolo é ideal para ser utilizado em superfícies rugosas:** reboco, chapisco e texturas grossas. Rolo 100% sintético Ref. 955 e Rolo antirrespingo econômico Ref.8095 a família dos rolos sintéticos ganharam novos itens. **Desempenadeiras plásticas:** contam com novo design. Estão disponíveis em sete versões: desempenadeira estriada e de espuma ref. 855, lisa ref. 874, borracha ref. 875 (ideal para acabamento no reboco), ref. 876, para rejunte e ref. 856, para grafiato.

EINHELL BRASIL

A empresa se preparou para sua maior participação na Feicon. Um estande de mais de 460m² que permitiu conhecer e testar equipamentos, incluindo seu maior destaque, a linha Power X-Change - com uma mesma bateria para todas as ferramentas. Um ano após o Âncora Group assumir o direito de uso da marca no Brasil, a Einhell vive um novo momento: triplicou sua linha de produtos de 65 para mais de 200 modelos de ferramentas; estabeleceu uma sólida rede de assistência técnica no mercado; reforçou sua rede de distribuidores; remodelou totalmente o atendimento e promete se destacar perante as marcas de ferramentas



profissionais do país. Líder em diversos países europeus, a Einhell Brasil traz qualidade, tecnologia e alta performance em cada ferramenta. Outra novidade é que a partir desta Feicon, os consumidores poderão encontrar os novos produtos Einhell também nas principais lojas especializadas, em grandes redes.

INSTRUTHERM

Especializada em equipamentos de medição, a Instrutherm lança nesta edição da Feicon Batimat o NL-20, medidor de nível a laser com alcance de até 20 metros. O aparelho possui compensador de amortecimento para garantir rápido tempo de nivelamento; linha do laser horizontal e vertical de alta visibilidade; design compacto para fácil transporte; invólucro emborrachado para proteção contra poeira e respingo d'água; sistema de travamento do pêndulo, com o objetivo de evitar danos às vibrações de transporte, e linha do laser para uso em ambientes externos.

EUCATEX

A Eucatex, que retorna ao evento após sete anos, exibiu diversas novidades no estande, entre as quais a Tinta Para Piscina e o Kit Porta Drywall Eucadoor, além dos novos padrões Stone e Carvalho Ouro na linha Gran Elegance de pisos laminados, as portas Eucadoor Laminada e Frisada e as Divisórias Novitá. Tecnologia e inovação são as apostas do novo portfólio das Tintas Eucatex, que apresenta fórmulas inteligentes para agregar mais atributos aos produtos e beneficiar o consumidor, entre eles, mais algicidas e fungicidas para combater bactérias, fungos e mofo; produtos com baixo odor, maior rendimento e secagem muito mais rápida. As novas embalagens, além de exibirem um visual mais moderno e colorido, foram desenvolvidas com o objetivo de deixarem as informações mais claras, facilitando a escolha para o consumidor na busca por um produto no ponto de venda, e também para o lojista, que tem mais agilidade na organização. Outra inovação neste segmento é o lançamento da tampa plástica para os galões de 3,6 dos produtos à base de água, em parceria com a Brasilata. O objetivo é agregar tecnologia e principalmente praticidade, pensando sempre nos benefícios ao consumidor final para abertura e fechamento dessas embalagens. Argemiro Sanches, gerente de Marketing das Tintas Eucatex, destaca que a empresa vem realizando uma série de investimentos para elevar seus produtos a um patamar ainda mais alto de qualidade. "A ideia é oferecer sistemas mais completos de pintura, o que viabilizamos por meio de investimentos em novos equipamentos na fábrica e no laboratório, com objetivo de me-



lhorar sempre os nossos produtos, a partir formulações com tecnologia de ponta. E é isso que queremos mostrar ao público da Feicon", afirma. Entre as novidades, a marca apresenta a Tinta Para Piscina, um produto bicomponente (mistura de componente A + B) feito à base de poliuretano, destinado ao embelezamento de modelos feitos à base de fibra de vidro ou cimento, disponível em duas cores: Azul e Branco. Quem também aparece com grande destaque é o Protege Acrílico Premium, uma tinta com excelente cobertura e acabamento perfeito, com fórmula que alia durabilidade e lavabilidade, graças à tecnologia que forma uma película mais resistente à limpeza e cria uma proteção contra o desgaste do tempo e a ação do clima. Não possui cheiro e apresenta duas vezes mais proteção antimofo. O Special Acrílico Premium apresenta fórmula super completa e acabamento fosco aveludado. Um produto que oferece alta performance e alto rendimento, garantindo um acabamento perfeito, devido ao seu ótimo poder de cobertura e durabilidade. Para quem busca o máximo desempenho, o Rendimento Extra AcrílicoPremium é uma boa opção, com performance até 30% maior do que os produtos convencionais. Uma composição concentrada que permite pintar até 500m² por demão, conferindo ótima cobertura e superfície seca ao toque em até 30 minutos.

GRUPO GMEG

Em busca de fixar as marcas e atrair os atuais clientes e prospectar novos o Grupo GMEG teve destaque na Feicon. Toda a linha de produtos estava em exposição no estande da marca. A empresa de Navegantes, Santa Catarina, desenvolve, fabrica e comercializa máquinas, equipamentos e acessórios para jardinagem, agricultura, metal mecânica, construção civil, geração de energia e injetados, proporcionando satisfação aos clientes e o atendimento das partes interessadas, sempre buscando a melhoria contínua dos processos com foco na qualidade e na produtividade. A inovação é uma marca registrada da emresa que investe melhoria contínua dos processos e talentos humanos.

COZIMAX

Floreal Cruañes Neto, marketing da Cozimax, destaca o lançamento da cozinha Eros em preto semibrilho. "A linha chama atenção pela composição com todas as portas e gavetas pretas, em aço, e pés em inox. Conta com gabinete e armários aéreos", explica. "Nas cozinhas em madeira, trouxemos a linha Sabiá, dirigida para o cliente que procura o primeiro preço. Toda produzida em MDP, está disponível em todos os tamanhos de pia, de 1,2m a 2m, com gabinete e armário aéreo", continua. Outra novidade são os nichos em mármore sintético em três cores - preto, bege e branco. "Essas peças, que geralmente são usadas em banheiros, nós indicamos para multi-uso, com aplicações na decoração de diversos ambientes. Os nichos em mármore sintético para recorte de parede ficam muito mais elegantes que os nichos fixados", considera Floreal. "Temos também lançamentos nas linhas de banheiro. Como o Gaia, que complementa a linha de cozinha Gaia com as mesmas características, da versão top de linha. O banheiro Gaia tem porta basculante com puxador de alumínio, pistão a gás e tampo em vidro. Trata-se de uma linha mais robusta que os demais produtos da Cozimax", garante.

KELLY METAIS

Renato Alvares, marketing e comercial da Kelly Metais, destaca o lançamento da linha Rosé. "É uma linha voltada para lavatórios, de cor acobreada. Conta com torneiras, acabamentos e kits de acessórios", diz. As demais linhas de torneiras para diferentes ambientes e aplicações também marcaram presença no evento. "A Kelly Automática, por exemplo, gera até 70% de economia de água e tem opções em torneiras altas, bica baixa e válvula para mictório", diz Renato. Outro destaque é a Linha Clínica, com torneira de mesa e de parede para ambientes médicos e hospitalares. "Esses modelos permitem aciona-



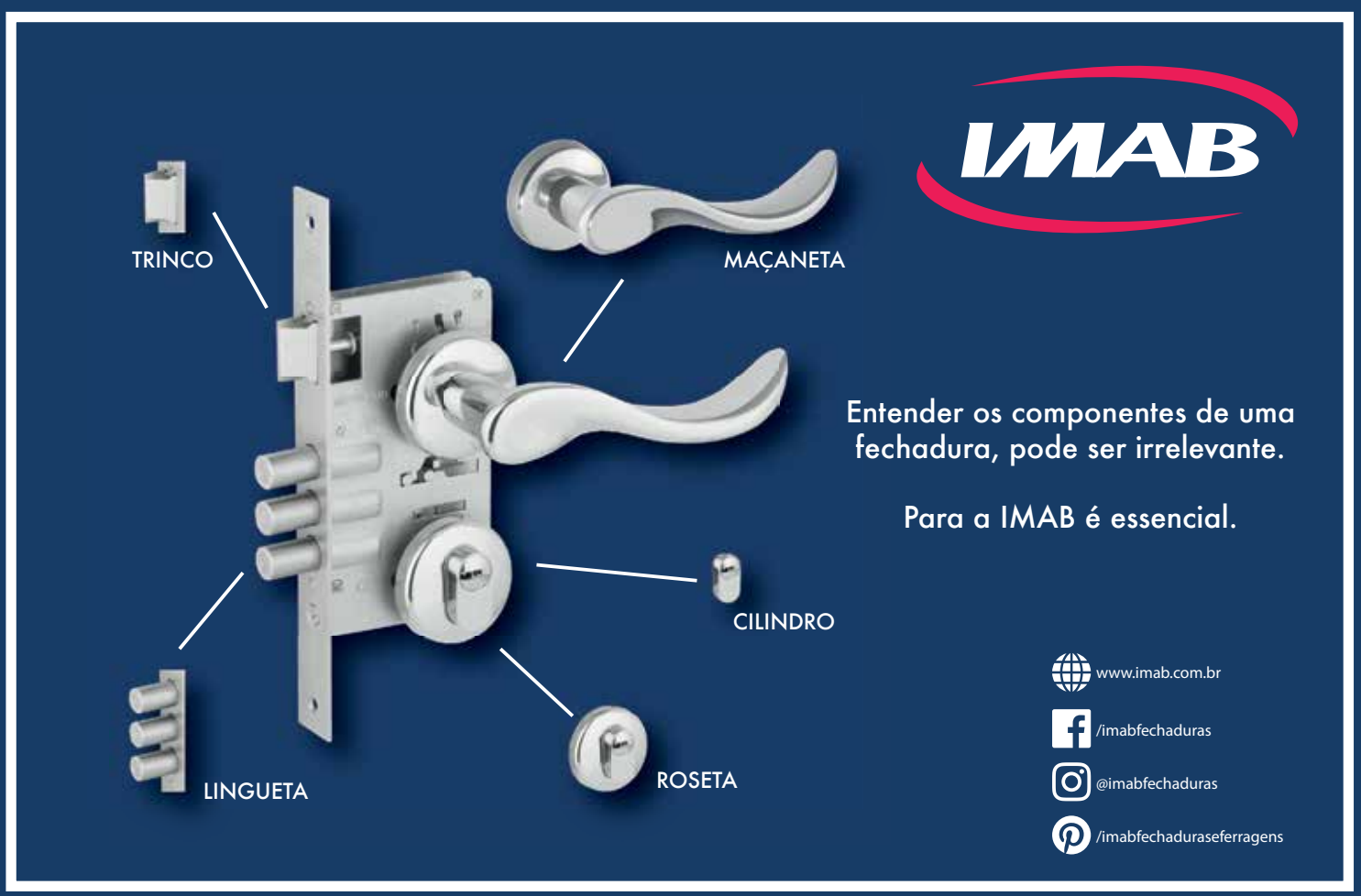
mento pelo braço, sem usar as mãos, para mais higiene", continua. Na Linha Color, com bica móvel flexível nas preta ou vermelha, Renato destaca as opções com ou sem filtro, bem como as versões para parede ou bancada. "Ainda para cozinha, temos a Linha Gourmet, com dois tipos de jatos, também disponível nas versões parede e mesa, com ou sem filtro", explica. Por fim, ele ressalta a Linha Pérola, a mais vendida da marca em todo o Brasil.

MARLUVAS

Fernando Brandião, gerente regional de vendas, conta que a venda de calçados de uso profissional e EPIs nas revendas de material de construção é uma excelente estratégia de incremento do faturamento. "Às vezes a loja já está saturada, já tem o mix muito complexo, e fica sem saber um caminho para ganhar dinheiro novo. Esse é nosso convite para as revendas: ganhar dinheiro novo com nossos produtos", conta. "Toda nossa estratégia é voltada para que o lojista venda mais. Fornecemos os expositores, ampliamos o mix pensando nisso. Além disso, a loja pode expandir essa atuação e se tornar fornecedora de EPIs para prestador de serviço das indústrias da região em que ela está", sugere. "Buscamos ser uma empresa completa no fornecimento de proteção. Nossa função de existir é calçado para proteger os pés e seguimos ampliando esse mix", diz Brandião. Ele destaca o lançamento dos calçados de PVC, com diversas variações. "Os calçados de PVC são indicados para áreas úmidas e utilizados em diversos segmentos, que vão do açougue aos profissionais que trabalham nos cinturões verdes de hortaliças, passando pelos motoboys e outros", conta. "A gente tem esse calçado em todas as configurações. Isso significa: branco, preto, preto com amarelo, com forração, sem forração, com biqueira de aço, com palmilha de aço para áreas com risco de perfurar os pés. É um projeto complexo e robusto, para nos tornarmos líderes no segmento de calçados de PVC", afirma Brandião. Outro lançamento da marca é a linha Agriwork, que pode ser usada no campo ou cidade. Ele ressalta ainda que todos os nossos produtos da Marluvas são certificados pelo Ministério do Trabalho.

PADO

A PADO, líder do mercado nacional de cadeados e fechaduras de médio e alto padrão, sempre de olho nas novas tendências da arquitetura e decoração de interiores, lança uma nova linha de fechaduras e puxadores texturizados, que auxiliam na sofisticação, estilo e sobriedade dos ambientes aumentando ainda mais o leque de produtos que vêm de encontro às demandas do





mercado. E como inovar para satisfazer os anseios de um público sempre exigente já uma tradição na PADO, a novas peças, que trazem acabamentos nas cores: Branco Textura, Preto Textura, Corten e Rose, foram desenvolvidas através de modernas tecnologias utilizadas nos processos de fabricação, sempre alinhadas às tendências e ao design das fechaduras Pado. Os acabamentos estão disponíveis nos modelos Beethoven, Karli, Retro, Sara e Vivaldi da linha Premium Residence, Fechadura Classic, Fechaduras Rolete e puxadores. A Pado apresentou a Linha digital locking que apresenta a Fechadura Digital Sobrepor, Fechadura Digital de Embutir e o Cadeado Biométrico. Esta linha vem atender as necessidades de segurança do consumidor. Uma tendência em todo o mundo. Entre os diferenciais, as fechaduras possuem opções de senha, biometria, alarme sonoro e acompanham chave de segurança.

QUARTZOLIT

A Quartzolit apresentou linhas de rejuntes, argamassas, limpadores, impermeabilizantes, adesivos e selantes durante a Feicon. Em rejuntes, o instrutor técnico, Douglas Costa, destaca o Rejunte Glitz na cor dourada, tendência em decoração. "Outro produto prático é o Renovador de Rejunte, que pode ser aplicado sobre o rejunte antigo, fazendo apenas a mudança da cor", conta. "Temos ainda o Rejunte Acrílico pronto para aplicar, sem necessidade de mistura. Pensado para que qualquer pessoa consiga fazer o rejuntamento, sem necessidade de mão de obra especializada", conta. Ainda em rejuntamento, a marca tem os tradicionais, como o cimentício, para cerâmicas, para porcelanatos e cerâmicas, o acrílico e o epox. "Temos também linhas completas em argamassa, com destaque para a solução Pastilhas e Exteriores, que faz o assentamento e o rejunte simultaneamente", diz Douglas. Das soluções de impermeabilizantes o destaque é o Tecplus Top, uma argamassa polimérica para áreas, como banheiros e cozinhas. Para a linha de fachadas, destaca-se o Repele Água, que forma um verniz sobre a fachada de blocos aparentes ou revestimentos minerais. "Uma película que repele a água, tornando manutenção e limpeza mais fáceis, além de prolongar a vida da fachada, porque evita fungos, manchas e sujeiras", conta Douglas. Outra solução para paredes é o cimento queimado Quartzolit, que simula o efeito do cimento queimado e já vem pronto para uso em paredes internas. A Saint-Gobain, detentora da marca Quartzolit, também levou ao estande as soluções de outras empresas dedicadas ao setor de materiais de construção civil. Da marca Brasilit, o destaque ficou para as telhas Gravicolor, que prometem conforto acústico mesmo em fortes chuvas, além de serem leves, não propagarem calor e contarem com proteção contra corrosão. A Isofer, outra empresa do grupo, trouxe para o público a linha Forrovid, que garante bom desempenho termoacústico para forros, mesmo em áreas de alta circulação. Por fim, a marca Placo, apresentou a placa de gesso Habito, mais resistente a impactos que os modelos convencionais.

SUVINIL

O estande da Suvinil na Feicon foi divido em três momentos: a Arena do Conhecimento, que trouxe palestras; Demonstração de Produtos; e um ambiente de negócios exclusivo para o atendimento aos lojistas e profissionais do ramo. Na seção de demonstração de produtos, Felipe Santos, da área técnica da Suvinil, destaca o Acrílico Proteção Total. "É uma tinta elastomérica, emborrachada, 100% acrílica. Essa composição confere uma característica que permite alastrar e fechar a película sem trincar, sem fazer fissuras. Está indicada, por exemplo, para recobrir paredes de prédios com muitas fissuras", detalha. Ele também ressalta o Fundo Suviflex, emborrachado, indicado para uma maior impermeabilização de áreas muito debilitadas. "Em casos como esse, o indicado é a aplicação de duas demãos do Fundo Suviflex, que está com uma fórmula de cor mais branca, que foi uma solicitação dos profissionais da pintura. Com a nova cor, fica mais fácil visualizar as regiões em que o produto já foi aplicado, além de contribuir para uma cobertura do fundo. Ou seja, depois da aplicação do Suviflex, bastam duas demãos da tinta acrílica convencional,

o que barateia o custo", indica Santos. O produto está em nova embalagem plástica retangular, que permite a diluição diretamente no recipiente, que é reutilizável.

SIL FIOS E CABOS ELÉTRICOS

A empresa chega na 25ª Feicon Batimat com a energia que se renova. Apresentando novo logo, site e campanha publicitária, a empresa terá em seu estande um mini show room com todas as suas linhas de produtos, incluindo os cabos AtoxSil Solar –voltados a sistemas fotovoltaicos – e área técnica, onde serão conduzidos testes de sobrecarga, demonstração prática dos riscos da utilização de material forma de norma em instalações elétricas. Também com foco na experiência do visitante, a SIL teve Roger Flores, ex-jogador e apresentador do SporTV, recebendo jogadores que marcaram época nos anos 90 para um bate papo com o público. Na quarta feira os convidados foram Edílson "Capetinha" e Amaral, representando corinthianos, santistas e palmeirenses. No dia seguinte foi a vez dos goleadores Paulo Nunes e Aloísio "Chulapa", com passagens por Palmeiras e São Paulo, dividirem suas histórias no mundo do futebol. Completando a experiência, a SIL apresentou a taça da Copa do Brasil, a mais cobiçada no futebol nacional. A SIL também apoia a Casa 24h e a Casa Cerâmica, provendo os condutores para as obras modelo da feira, que buscam suscitar o debate sobre construção industrializada e habitação popular.

STAM

Segurança, qualidade, robustez, inovação, design e tecnologia são palavras que, juntas, definem os produtos e lançamentos que a Stam, considerada uma das mais tradicionais e conceituadas fabricantes de fechaduras e cadeados do Brasil, apresentou. Com quase 50 anos de história e uma capacidade produtiva que supera a marca de 130 mil produtos por dia, a Stam levou para o seu espaço de 546m² o que há de mais contemporâneo e inovador em mais de 600 de produtos, com destaque para os lançamentos das fechaduras e acessórios das linhas Fortinox e itec que apresentam novidades que conciliam estética, tecnologia, ergonomia e garantia de proteção. A Stam também trouxe para o estande os produtos e acessórios da linha Ferraggio. Na linha Fortinox, o destaque fica por conta da Fortinox 4000 Multiponto, fechadura de alto padrão para tráfego intenso que oferece mais segurança e proteção através do cilindro multiponto, mais difícil de destravar e dos três pontos de bloqueio (pinos), que tornam o produto ainda mais resistente e seguro. Indicada para áreas de tráfego intenso, a peça possui design sofisticado e é produzida com aço inox 304, material nobre que possui alta resistência à corrosão. Entre outros atributos da fechadura, destacam-se a exclusiva testa com 3mm de espessura, o trinco e chave em latão e a lingueta reforçada. Disponível em dois acabamentos, a Fortinox 4000 Multiponto possui cilindro monobloco em latão maciço em dois tamanhos: 61mm e 81 mm. Seu mecanismo interno é protegido pela blindagem da máquina, o que garante maior resistência à detritos, sujeira, desgastes e intempéries. Outro sinônimo de revolução é a fechadura eletrônica iCode2. Ela se destaca não só pelos atributos ligados à segurança, mas também pela tecnologia associada ao design. Fabricada com aço inoxidável, a iCode 2 apresenta linhas simples que se adequam facilmente a qualquer projeto de arquitetura e decoração. Além da beleza, o produto traz comodidade, pois o usuário protege suas portas com u ma senha personalizada, dispensando a utilização de chaves tradicionais. Já na linha Ferraggio, a Stam apresenta o que há de mais sofisticado no que diz respeito aos puxadores, kits para porta de correr e acessórios. Com design refinado, os produtos da linha são fabricados com aço inox 304, um material nobre com alta resistência à corrosão e longa durabilidade, ideal para regiões litorâneas e ambientes de tráfego intenso.

A partir de agora, a Stam passa a representar e comercializar, com exclusividade, no mercado brasileiro os produtos da Manufactura Santos, empresa portuguesa fundada em 1948.



Conhecida e reconhecida pelos profissionais especializados pelo alto padrão dos seus produtos, a marca está presente em 35 mercados e chega ao Brasil endossando a linha de fechaduras Fortinox. Outra grande aquisição para o portfólio da Stam é a chegada da plataforma patenteada KeylocX®. O produto, que pertence à linha High Security, possui uma plataforma de chaves patenteadas anticópia, sistemas anti-grifo e anti-micha e o cilindro antirrompimento, considerado o mais seguro do mundo. A KeylocX® é produzida pela empresa israelense RB Locks (Rav-Bariach), líder mundial em soluções de alta segurança, e também será revendida de forma exclusiva pela Stam no Brasil.

TYROLIT

Juliana Petente, analista de marketing, apresenta os novos discos de corte da Tyrolit. "Essa linha foi renovada para trazer mais performance. Em cada disco, há a marcação desse incremento, que pode ser de 35%, 40% ou até 60%", conta. "Esse lançamento está em linha com nosso objetivo de buscar melhoria constante em nossos produtos", afirma. As outras novidades apresentadas na Feicon incluem a linha de rebolos para esmeril, em três modelos para diferentes aplicações, e a serra para madeira em tungstênio. A empresa familiar do Swarovski Group, com matriz em Schwaz no Tirol, foi fundada em 1919 e atualmente emprega 4.600 funcionários em 29 fábricas em 11 países espalhados pelos 5 continentes. A TYROLIT fabrica 80.000 produtos diferentes distribuídos nas divisões de Metal e Precisão, Comércio Industrial, Construção e Pedra – Cerâmica – Vidro. Todos eles são oferecidos aos clientes por meio de 37 empresas comerciais e outros distribuidores, espalhados em 65 países ao redor do mundo. Os produtos da TYROLIT desbastam, separam e perfuram os mais diferentes materiais qualquer dureza com o uso da tecnologia vinda do Tirol. Os especialistas na TYROLIT, mundialmente conhecidos por superarem os mais diversos desafios, são parceiros valiosos no desenvolvimento de soluções novas e inovadoras.

STARRETT

Uma das empresas líderes mundiais na fabricação de serras, ferramentas e instrumentos de medição, completa 60 anos de atuação no Brasil e apresentou um mix de produtos para o setor de construção civil. Estarão expostas as linhas de ferramentas manuais, acessórios para máquinas elétricas e à bateria, além da linha de máquinas de serra de fita para marcenarias e oficinas. Entre os destaques, a linha de serra copo diamantada voltada para alvenaria, blocos estruturais, porcelanato e pedras em geral. Apresentadas em duas modalidades: Serra copo com haste (pronta para uso) ou vendido separadamente, tanto a serra copo, como as hastes (nos modelos de encaixe hexagonal e SDS PLUS). A Starrett produz mais de cinco mil produtos, vendidos em mais de 100 países e atende a uma variada gama de segmentos e profissionais da construção.

SOPRANO

A Soprano participou com as unidades de Materiais Elétricos e de Fechaduras e Ferragens, com muitos lançamentos e diferenciais. A Unidade de Materiais Elétricos apresentou a nova linha de interruptores, tomadas residenciais e painéis fotovoltaicos, com destaque para a ampliação de linhas de produto A Fechaduras e Ferragens vai apresentar em seu mix de produtos a fechadura 3 em 1, fechaduras digitais para portas de entrada e fechaduras digitais para móveis. Além de uma grande variedade do mix tradicional de itens comercializados no Brasil, a Soprano estará apresentando também o mix de produtos ao mercado externo. Outra novidade da empresa na Feicon 2019 foi a demonstração do funcionamento de alguns produtos, que poderá ser



acastellano.com.br

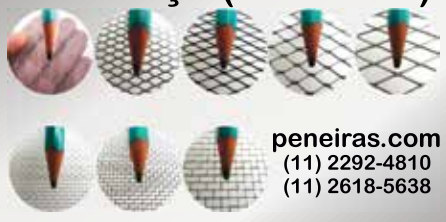
PENEIRAÇO VITÓRIA desde 1954

Não Revende?
Tá perdendo.



Foto Ilustrativa
Cor do Aro
pode variar

Peneiras Profissionais
100% Aço (Aro&Tela)



peneiras.com
(11) 2292-4810
(11) 2618-5638

Opção Aro com Altura de 3CM e 5CM
Diametros 20 / 25 / 30 / 40 / 55 / 70
8 tipos de Tela

TELAS EXPANDIDAS	tipo FUBÁ	Ø30CM Altura 3cm	Ø40CM Altura 3cm	Ø40CM Altura 5cm	Ø55CM Altura 3cm	Ø55CM Altura 5cm			
	tipo ARROZ	Ø30CM Altura 3cm	Ø40CM Altura 3cm	Ø40CM Altura 5cm	Ø55CM Altura 3cm	Ø55CM Altura 5cm	Ø70CM Altura 3cm		
	tipo AREIA	Ø40CM Altura 3cm	Ø40CM Altura 5cm	Ø55CM Altura 3cm	Ø55CM Altura 5cm				
	tipo FEIJÃO	Ø40CM Altura 3cm	Ø40CM Altura 5cm	Ø55CM Altura 3cm	Ø55CM Altura 5cm	Ø70CM Altura 3cm			
	tipo CAFÉ	Ø40CM Altura 3cm	Ø40CM Altura 5cm	Ø55CM Altura 3cm	Ø55CM Altura 5cm	Ø70CM Altura 3cm			
TELAS TRANÇADAS	tipo FUBÁ fio Comum	Ø20CM Altura 3cm	Ø25CM Altura 3cm	Ø30CM Altura 3cm					
	tipo FUBÁ fio Forte	Ø40CM Altura 3cm	Ø40CM Altura 5cm	Ø55CM Altura 3cm	Ø55CM Altura 5cm				
	tipo ARROZ	Ø20CM Altura 3cm	Ø25CM Altura 3cm	Ø30CM Altura 3cm					

conferida por meio de uma capa de acrílico transparente, auxiliando visitantes e clientes para uma melhor compreensão dos sistemas.

TECNOPERFIL

A empresa, que produz e comercializa perfis plásticos para acabamentos na Construção Civil, lançou na Feicon Batimat sua linha inovadora de ralo linear compacto. Por ser discreto, valoriza os revestimentos dos pisos, estabelecendo maior harmonia, pelas variadas opções de acabamento das grelhas (Inox liso ou com furos, ABS Cromado, e em PVC nas cores: Branco, Cinza ou Bege). Outro diferencial é a presença de grelha dupla: além da externa, outra interna para reter partículas menores, facilitando a limpeza e evitando entupimentos indesejados.

TEK-BOND

A Tek-Bond apresenta seu amplo portfólio de silicones, poliuretanos, selantes e vedantes, adesivos instantâneos, travas químicas e outros. Evandro Silva, do marketing da empresa, comenta que a Tek-Bond tem soluções para diversos segmentos, sendo a construção civil o principal mercado de atuação. “Hoje temos um mix muito variado para o segmento, da construção bruta até a limpeza pesada”, diz. Do portfólio da marca, ele destaca a Esponja Mágica, a linha Araldite, as novas embalagens de Cola Branca PVA em embalagens de até 50kg, e a Tek-Bond Instantânea, que é o novo nome da antiga Super Cola. “Muitas marcas começaram a usar o termos Super Cola, que poderia confundir o cliente e desvalorizar a marca, por isso o novo nome”, explica Silva. “Ainda teremos muitas novidades para esse ano”, conclui.

VEDACIT

Nesta edição da Feicon, a Vedacit, líder no mercado de impermeabilização, destacará os produtos carros-chefes da empresa, como Vedacit, Bianco e Vedapren. O balde amarelo mais famoso do Brasil é o Vedacit, aditivo que impermeabiliza concretos e argamassas, indicado especialmente para estruturas que ficarão em contato com o solo. O produto não deixa a umidade subir pelos alicerces ou a água da chuva entrar pelas paredes, pois é misturado diretamente na argamassa. Resina sintética de alto desempenho, o Bianco proporciona excelente aderência das argamassas a diversos substratos, confere maior plasticidade, aumenta a impermeabilidade e evita a retração das argamassas. Pode ser usado em áreas externas e internas ou sujeitas à umidade. Com a função de proteger as paredes externas contra batidas de chuva e fissuras, o Vedapren Parede evita que a umidade externa alcance a superfície interna das paredes. Prático, elimina etapas da obra, pois sela, impermeabiliza e dá acabamento, trazendo mais economia e praticidade para reforma e construção. Estande: F110

RINNAI

O estande tinha a forma de uma residência, expondo os produtos Rinnai em cada ambiente e mostrando como ele pode ali contribuir para a geração de conforto dos moradores. O próprio visual da Rinnai será um lançamento em si! Em sua linha de aquecedores a gás, serão apresentados os novos modelos digitais E27 e E33, além da linha Top, com ajuste de temperatura adequado a regiões de clima mais frio, e um novo modelo de aquecedor que irá surpreender seus clientes. Será dado um destaque também para a aplicação de instalação em ambiente externo, uma tendência em projetos. Também estará em evidência os novos modelos da linha de duchas Rinnai e o acessório para conexão wi-fi dos aquecedores da linha digital.

VONDER

Referência no mercado de ferragens, ferramentas, máquinas e equipamentos para uso profissional e industrial, a VONDER tem participação de desta-



que na Feicon Batimat, apresentando sua linha completa voltada à construção civil, com a maior área de exposição da feira, num estande com 1.390 m² e o maior número de lançamentos do mercado. Entre os destaques, alguns produtos surpreendem pela inovação e durabilidade, atendendo a uma tendência crescente na construção, como o Disco de Corte Diamantado Metal Super, com rendimento até 10 vezes maior em comparação aos discos abrasivos convencionais. E a Lavadora de Alta Pressão LAV 1600I, com inovadora tecnologia do motor por indução que reduz ruídos e manutenções. Possui inteligente sistema de funcionamento, que gera maior pressão e libera menos água, garantindo eficiência, alto poder de limpeza e menor desperdício dos recursos hídricos. Junto à área de exposição, que simula um PDV ideal, a VONDER também oferece ilhas de demonstrações técnicas, permitindo ao visitante uma experiência real de uso e interação com os produtos. Com um mix de alta performance e que reúne tecnologia e inovação em ferragens, ferramentas, máquinas e equipamentos voltados para a otimização dos trabalhos no setor, a VONDER tem participação de destaque na feira. A marca leva à FEICON sua linha completa voltada à construção civil, num estande com 1.390 m2, o maior na planta do evento, e quase 5.000 produtos, num conceito de exposição que simula um ponto de venda ideal, com produtos segmentados em linhas e que valorizam a interação e circulação pelo espaço. Outra atração da VONDER são as demonstrações técnica, que ocorrem durante todo o período do evento, permitindo aos visitantes uma experiência real de uso e interação com os produtos, podendo experimentar e comprovar na prática o desempenho incomparável de alguns destaques do mix como ferramentas elétricas, solda, equipamentos a combustão, entre outros. Confira os principais lançamentos da VONDER que o público confere de perto, em primeira mão, na FEICON 2019: **Rolo de Pintura com Reservatório VONDER -** Maior economia no uso de tinta, um acabamento perfeito para os trabalhos em paredes e o melhor: livre dos indesejados respingos! Conta com reservatório com capacidade de 500 ml, que abastece o rolo com a tinta de dentro para fora, proporcionando uma pintura uniforme e livre de sujeira. Tem espuma em poliéster e cabo de 1.650 mm, sendo indicado para pinturas de paredes com tintas à base d'água. **Disco de Corte Diamantado Metal Super VONDER -** Qualidade e performance superior, com rendimento até 10 vezes maior em comparação discos convencionais. Possui borda com perfil segmentado, para um corte rápido, preciso e seguro, e elevada durabilidade, pois diminui consideravelmente a necessidade de troca. É. **Cortador de Cerâmicas e Porcelanatos com bancada CCV 1250 VONDER -** Proporciona cortes mais precisos em pisos cerâmicos, azulejos e porcelanatos, itens amplamente utilizados no acabamento da construção civil. Possui escala graduada e esquadro com ajuste para até 45°, proporcionando maior facilidade e precisão nos cortes, sistema de refrigeração, motor blindado (IP54) protegendo contra a entrada de água, e diferenciais que facilitam o transporte e armazenamento: pernas dobráveis, rodízios em duas das pernas e alças. Altamente eficiente, tem potência de 1.100 W, tensão de 220 V~ e deve ser usado com disco de 230 mm, apropriado para esse fim.

WD-40

"A WD-40 mais uma vez trouxe várias novidades à Feicon. Uma delas é o Desengraxante WD-40, produto totalmente biodegradável que não ataca nenhum tipo de superfície e faz toda a limpeza do maquinário - graxa, gordura, óleo - sem agredir a peça. Além de remover toda a sujeira, o produto já protege contra a ferrugem. Por ser biodegradável, dispensa o uso de máscara e luvas no seu manuseio", anuncia Gilson Luís Silva, marketing da WD-40. Ele revela que outra sensação na feira é o gel anti-corrosivo. "Além da lubrificação, o produto protege a peça durante um ano contra oxidação. É ideal, por exemplo, para regiões litorâneas, podendo ser aplicado no ar-condicionado, geladeira, fogão etc.", explica. "Também trouxemos a linha Bike, com produtos para lubrificação em dia de



sol, lubrificação em dia de chuva, desengraxante para lavar o quadro e a corrente. E finalmente o Óleo 3 em 1, que é o lubrificante de maquinários pneumáticos e máquinas de costura que dura até oito vezes mais que qualquer outro produto", encerra.

INSTALAÇÕES

AMANCO

Depois de seis anos sem participar da Feicon, período em que a marca direcionou os investimentos de marketing a ações diretas para o varejo, a Amanco retornou com um estande focado em conteúdos para profissionais. "A ideia de voltar à feira foi apresentar a tecnologia da biblioteca do BIM da Amanco, onde estão todas as linhas de produtos para projetos, com foco especial no público técnico", conta Fábia Guerra, gerente de marketing. Para o varejo, a Amanco trouxe conteúdos de palestrantes que apresentaram tendências do mercado internacional, a exemplo da palestra do CEO da Artplan, Antonio Fadiga. "Ele falou durante uma hora sobre tudo que aconteceu na MRF, maior feira de varejo do mundo, abordando o que existe de mais avançado em tecnologia para o varejo", conclui Guerra..

BRONZEARTE

Paulo Pereira, analista de desenvolvimento de produtos da Bronzearte, reforça que a marca conta com uma linha consolidada de produtos, a exemplo dos painéis convencionais e refletores. "Nosso foco na Feicon está sendo para as soluções profissionais, direcionadas a galpões, arquitetos, ou seja, produtos para aplicações mais técnicas", explica. Pereira revela que os produtos da linha profissional estão trazendo evoluções como melhor índice de reprodução de cor e maior eficiência energética, com fator de potência praticamente pleno. "Em refletores, trouxemos uma linha com Driver IC Linear, que tem uma vida útil muito superior, por não utilizar capacitores, chegando até 50.000 horas de vida útil. A garantir nos produtos profissionais é em média de 4 a 5 anos", declara. "Além disso, temos cinco novas linhas de cristal - Itália, Milano, Paris, Florença e Nápole - que são mais voltadas ao varejo. Outra novidade são os acabamentos e decorações em cobre e zebra aplicados nas linhas de pendentes First e Mirage, também com foco no varejo", encerra.

COBRECOM

O destaque da Cobrecom para o Varejo são os novos encartelados "Medida Certa" em embalagens de 25 metros. "Antes a empresa oferecia apenas os encartelados de 15 metros, e a nova medida é ideal para consumidores que queiram fazer pequenas reformas de forma econômica", conta Rodrigo Yukio Tanji, marketing. Tanji destaca ainda a apresentação da nova campanha de mídia impressa, que tem como mote "Se passa Cobrecom passa Segurança". "É uma campanha para valorizar o que está dentro das paredes do consumidor. Quando você faz uma comparação com tubos e conexões, o que passa dentro da parede é água, com a ressalva de que água não mata. No nosso caso, passa energia, e energia mata. O que queremos é que o consumidor se sinta seguro, mesmo que não seja visível aos olhos", declara Tanji. Ele também apresenta a nova ação de merchandising Prefira quem é Craque, que traz o Falcão, craque do futsal, como protagonista. "Temos tótem, móbile, adesivos, diversas soluções para integrar a campanha ao ponto-de-venda", anuncia. Além disso, o estande da Cobrecom trouxe palestras técnicas com o consultor Hilton Moreno, que falou ao público sobre Cabos para instalações residenciais Convencionais e Fotovoltaicas.

ELÉTRICA ANDRA

Douglas Baldo, gerente de marketing, explica que a Elétrica Andra marca presença na Feicon para reforçar a

força da marca e do conceito de uma grande revenda de materiais elétricos. “Estamos há mais de 40 anos no mercado, sempre trazendo a credibilidade das grandes marcas”, conta. No estande da Andra foram apresentados produtos de mais de 20 fornecedores, como Philips, Tramontina, Steck, Schneider, Legrand, Siemens e outros. Para Douglas, a Feicon é uma possibilidade de fortalecer relacionamentos com o público profissional, consumidores e fornecedores. “Para isso, estamos realizando nove palestras diárias em parceria com nossos fornecedores”, conta. O executivo revela que a revenda, que já conta com 10 lojas, está adquirindo uma operação em Sorocaba, além de ter inaugurado recentemente uma unidade em São José dos Campos. “Estamos em expansão e esse ano temos duas novas lojas previstas”, anuncia. Ele afirma que a rede cresceu 20% em faturamento no ano de 2018 e que pretende números ainda melhores para esse ano.

ELGIN

A Elgin levou à Feicon lançamentos nas diversas linhas de atuação: iluminação, climatização, energia solar e segurança. No setor de Iluminação o destaque vai para as Lâmpadas com Filamento de LED em estilo retrô, com vidro na cor âmbar, e para as lâmpadas Bulbo LED de alta potência, com grande capacidade de iluminação, em substituição às lâmpadas industriais. A marca apresentou também luminárias, arandelas e painéis de LED para diferentes usos. Em climatização, a Elgin trou as linhas Eco Power, que tem a possibilidade de conexão wi-fi para controle do aparelho, além dos demais modelos split Eco Class, Eco Inverter e Top Inverter.

ENERBRAS

Wesley Flemming, assistente de marketing da Enerbrás, lembra que a empresa oferece soluções completas em proteção elétrica, iluminação, materiais elétricos como tomadas, interruptores, plugues e caixas de passagem; duchas e torneiras; além de ferramentas e utilidades, a exemplo de fitas isolantes, passa fio, campainhas, sensores e outros. Dentre os lançamentos, Flemming destaca a linha de tomadas e interruptores Dubai, totalmente modular e com acabamento espelhado de alta durabilidade. “Essa é uma linha com design minimalista, que é uma tendência do mercado”, conta. “Outra novidade é a torneira elétrica, compacta, com quatro opções de temperatura e acabamento em branco ou cromado, para combinar com o ambiente de cada cliente. Seu sistema compacto atinge temperatura elevadas, além de ter um custo bastante atraente”, explica. Em iluminação, Wesley destaca a alta luminescência com menor consumo nas lâmpadas de led da marca, além da garantia de três anos.

ILUMI MATERIAIS ELÉTRICOS

A Ilumi Materiais Elétricos apresentou na Feicon a nova cor branca das tomadas e interruptores de embutir Pratika. “Essa é nossa opção com preço mais acessível, e com a nova cor conseguimos baratear ainda mais o custo”, afirma Livia Lima, da área de trade marketing. Outros destaques são as linhas Stylus, a mais vendida da marca, com parafuso aparente, e Safira. Livia ressalta que todas as tomadas e interruptores são fabricados em ABS, com material 100% virgem, que não propaga chamas, e contam com cinco anos de garantia. Nas tomadas e interruptores com caixa de sobrepor Slim Box, a novidade é possibilidade de fixação da caixa sem furos. “Essa solução é ideal para o consumidor que mora de aluguel e não quer danificar as paredes. Nesse caso, basta fixar as peças usando as fitas dupla-face que acompanham os produtos”, explica. Ela revela que o modelo retangular está com tamanho reduzido, que também permitiu um preço melhor ao produto. Em conjuntos modulares, a





Ilumi destaca a Slim, que traz placa, módulo e suporte separados, e a Lev, consegue ser mais combativa em preço por conta de trazer placa e suporte integrados. “Outra vantagem é que os módulos são intercambiáveis entre as linhas Slim Box, Slim e Lev, com opções para cabos HDMI, USB, interruptores, protetores de tomada e tomadas de acordo com a necessidade de cada cliente”, detalha Livia.

Como lançamentos, a Ilumi trouxe à Feicon os modelos Murano e Vivaz. “Tratam-se de produtos com layout mais atualizado e sofisticado, que contam com acabamento em acrílico que permitirá, em breve, novas opções de cores”, antecipa Livia. Complementando as soluções em materiais elétricos, a Ilumi expôs ainda canaletas abertas, semi-abertas e fechadas; caixas e quadros; pinos e adaptadores; campainhas; sensores de presença; luminárias e plafons; além de extensões.

JUNTOS SOMOS +

O Juntos Somos+, maior programa de varejo de material de construção, também marcou presença na Feicon.



"Hoje temos mais de 45 mil lojas participantes e 16 empresas. Recentemente também lançamos um programa para os profissionais da construção civil e já temos cerca de 150 mil profissionais", comemora o CEO Antonio Serrano. "O nosso objetivo é fortalecer o varejo de materiais de construção. O varejo realiza um cadastro simples pelo site e, ao adquirir um produto de uma das indústrias participantes, ele recebe uma pontuação. Depois, é possível reverter essa pontuação em prêmios que têm por finalidade a capacitação e o desenvolvimento desse varejista", explica Serrano. "Entre as novidades que estamos apresentando na Feicon está o SIM - Sistema de Inteligência de Mercado - plataforma de inteligência que permitirá aos varejistas acessar insights sobre o comportamento do consumidor e sobre o mercado local".

KIAN

"A marca Kian possui vasto portfólio de produtos que atendem toda a diversidade do mercado indoor residencial, com todos os modelos certificados pelo Inmetro", garante Vinicius Gama, analista de qualidade de produto. "Temos também diversas opções como luminárias de embutir, luminárias para iluminação industrial e lâmpadas de alta potência. Com isso, conseguimos ter produtos que atendem qualquer necessidade de alteração de uma tecnologia convencional para uma tecnologia LED", explica.

MEC-TRONIC

Luis Junior, supervisor da região Nordeste da Mec-Tronic, explica que a empresa conta com linhas de tomadas e interruptores que podem ser modulares e de parafuso, em opções que vão das básicas às premium. "Na linha de entrada, de parafuso aparente, o preço é mais agressivo. Exemplo disso é a Milleniun", conta. Na opção de preço intermediário, ele destaca a Petra. "A Petra é um sucesso porque é feito em plástico autolimpante, com alto brilho e design bisotado. É nossa campeã em vendas", revela. Nas opções premium, os destaques vão para as linhas Rapid e Prisma. "A Prisma conta com pintura automotiva cinza, enquanto a Rapid pode ser encontradas nas versões preta e branca, todas totalmente modulares", detalha Junior. Ele ressalta que o lançamento do ano na Feicon 2019 é a linha Volts, com um design diferenciado. "A Volts seria uma linha de parafuso aparente, porém com uma solução para esconder esses parafusos. Com acabamento acetinado, ela dá a perspectiva de seguimento da parede. Ou seja, ela compete com as linhas de entrada, mas é mais sofisticada por esconder os parafusos", explica. A marca Eletromar, por sua vez, traz soluções premium em disjuntores, reforça o supervisor. "Essa é uma linha completa e tradicional, de altíssima qualidade", conclui.

NEOCABLE

A Neocable, fábrica de cabos de alumínio, marcou presença na Feicon com suas linhas de condutores de energia elétrica de grande durabilidade e alta performance nas versões: multiplexados, cabos protegidos de 15 e 15kV, e cabos nus nas seções de 10 a 300mm. Os produtos são homologados pelas principais concessionárias do setor de energia, e aprovados em testes de qualidade feitos nos laboratórios da empresa. "Hoje atuamos com capacidade de trefilação de 700 toneladas por mês, e capacidade produtiva de quatro milhões de metros de corda ao mês", conta Antonio Franco, CEO.

OUROLUX

A Ourolux, líder de vendas em lâmpadas e pioneira em tecnologia LED inova mais uma vez e apresenta a linha Controled. "É uma linha de produtos inteligentes com funções além da iluminação, para atender o consumidor atual que está cada vez mais exigente", comenta o diretor comercial Antonio Carlos Pazzeto. Os três modelos da linha Controled têm em comum o benefício de não demandarem novas instalações elétricas para acionar as diferentes funções, bastando substituir as lâmpadas atuais e usar o interruptor comum para controlar os sistemas.
"No modelo 3 Tons de Luz, o primeiro acionamento traz uma luz intensa de 100% de intensidade. Ao desligar, é obtida a média, com 50%., e um novo acionamento traz uma uma luz baixa, com 20% de intensidade", explica Pazzeto. "Outra inovação é o modelo autodimerizável, em que o acionamento do

interruptor inicia uma luz com 10% de intensidade, que vai aumentando gradativamente de 10 em 10%. Ao chegar à intensidade desejada, basta um novo toque no interruptor", detalha. "E por fim temos o led com duas funções, em que no primeiro acionamento do interruptor você obtém uma iluminação tradicional e, no segundo acionamento, uma luz amarela com função anti-inseto", conclui. Pazzeto destaca que os grandes segredos do sucesso da empresa estão no desenvolvimento de produtos, na excelência logística e na qualidade. "Temos uma área importante de desenvolvimento na Ourolux. A produção é feita fora do país, mas o desenvolvimento é todo nosso. Por exemplo, para chegar à cor certa da lâmpada anti-inseto do led duas cores, foi mais de um ano de desenvolvimento. Outro ponto fundamental é nossa capacidade de entrega, porque o lojista investe cada vez menos em estoque. Por isso, trabalhamos com prazos curtos de entrega em todo o território nacional. Em São Paulo os pedidos são atendidos em 24 horas, no interior em até 72 horas, e em locais distantes, como Manaus, temos um prazo de 16 ou 17 dias para entrega", afirma.

RADIAL INDÚSTRIA

Cintia Pereira Braga, marketing da Radial, apresenta os três lançamentos em tomadas e interruptores da marca para a Feicon 2019:

Linha Pollar Black - a linha Pollar, com parafusos aparentes, que é a mais vendida da empresa, ganhou agora uma versão em preto.

Linha Pérola Negra - aqui a novidade também é a cor preta. "Esse é um modelo totalmente modular, que o cliente compõe como preferir. São linhas de encaixe, em que só o suporte interno é fixado na parede", explica Cíntia.

Linha Mármore - Cintia explica que esse é um modelo similar à linha Pérola, porém com parafuso aparente na placa.

Além das novidades, a Radial destacou as demais soluções, como a Linha R, geralmente utilizada com canaletas, que também estão disponíveis no portfólio da empresa, e a tradicional Linha Prata, que nesse ano vem com placa polida, que facilita a limpeza. A empresa também trouxe uma série de acessórios, como canaletas, plugues e extensões, e plafons.

RINNAI

A novidade da Rinnai é o acessório para conexão sem fio Rinnai WIFI e do APP, que permitem o monitoramento e controle remoto dos aquecedores por meio de smartphones. "Estamos gerando mais conforto e comodidade para as pessoas", afirma Thiago Almeida, analista de marketing. Outro lançamento é o aquecedor de 15 litros digital, que deve chegar ao mercado no segundo semestre, e também os aparelhos de 33 e 27 litros digital. "Estamos também apresentando a nova marca, com logo reformulado e o slogan Creating a healthier Way of Living. A ideia é reforçar um estilo de vida mais saudável ao consumidor", conclui.

TASCHIBRA

"Um dos diferenciais da Taschibra são as luminárias em vidro artesanal, produzidos com sopro, de forma bastante tradicional", conta o representante André Furlan. Com um mix de produtos nacionais e importados seguindo as mais diversas tendências da decoração e aplicações -- áreas internas, externas, profissional -- a marca conta soluções para atender consumidores e revendas de todos os perfis.A linha de lâmpadas Led Taschibra combina design e eficiência de iluminação, e o destaque está para as lâmpadas de alta luminescência e baixo consumo, além das soluções decorativas, como as lâmpadas flamejantes, que simulam efeitos de chamas, e as lâmpadas com filamentos LED em diversos formatos, além das opções dimerizáveis.

TOP FUSION

Um dos destaques da Top Fusion são os tubos de PPR em rolos de 100 metros. "Antes, a gente só oferecia a versão em barras. Os rolos facilitam a instalação, a exemplo de uma residência em que se pode colocar o tubo ligando o registro à caixa d'água, sem necessidade de conexões que podem gerar perda de carga durante o trajeto", explica Juliano Langer, do marketing da empresa. "Outras novidade são o registro esfera em PPR, o registro borboleta e o registro gaveta Deca", conclui.



EXTERNOS



ADELBRAS

"Trouxemos diversos lançamentos para a feira, a exemplo da nova formulação das fitas dupla-face espuma e massa acrílica, que suportam mais peso e também têm novas medidas. Ainda na linha dupla-face temos dois produtos novos: a fita para cozinhas e áreas com gordura, e a fita para banheiros e áreas úmidas. É fundamental que no momento da aplicação a superfície esteja limpa e seca", explica Marcos Chohfi, marketing da Adelbras. Ele conta ainda que as embalagens agora vêm com régua para facilitar a utilização correta.

Outro novidade apresentada pela marca são os batentes adesivos de PU, com quatro modelos para proteção de paredes e outras superfícies, além apoiar tampos de vidro, consoles, prateleiras e móveis em geral. "Os batentes, bem como os novos feltros adesivos, marcam a entrada definitiva da Adelbras na linha de utilidades para a casa", afirma Chohfi. Ele lembra que no ano passado a marca já havia iniciado esse processo com o lançamento dos ganchos adesivos, linha que segue ampliada em 2019.

"O grande lançamento desse ano, contudo, é a linha de colas, que conta com adesivos instantâneos, adesivos vinílicos e adesivos anaeróbicos", anuncia Chohfi. "Esse é o DNA da empresa, uma vez que as fitas adesivas são um produto que usa tecnologia de cola. Ou seja, fazia todo sentido entrar nesse mercado."

MORLAN

Christian Speyer, marketing da Morlan, conta que o lançamento da marca na Feicon são as telas revestidas com PVC de alta aderência. "Somos a única a única empresa que trabalha com três opções de cores - verde, branco e azul -- além do cinza metálico. Além disso, também somos os únicos a oferecer garantia de 5 anos", afirma. As telas Morlan oferecem máxima proteção contra corrosão, inclusive em áreas litorâneas e industriais.

PORMADE

Tradiconal do segmento de portas, a Pormade inova seu portfólio de produtos ao apresentar na Feicon 2019 a linha de pisos vinílicos. "Temos opções de pisos em placas, ideiai para aplicação em locais de alto tráfego, ou em régua, para usos comerciais e residenciais", expica Vanessa Roberta Dupont. A empresa também trouxe novamente à feira os papéis de parede da coleção Léo Shehtman, lançados ano passado.

Em portas, o destaque da Pormade é o material PVC Wood, composto 50% de madeira e 50% de PVC, que confere resistência total às intempéries. "Não é um material resistente à água, é à prova d'água", afirma Dupont. As portas contam com modelos que podem ser feitos em qualquer medida, por encomenda, além dos formatos tradicionais.

SINCOL

Caetano Balvedi Neto, gerente de marketing P&D da Sincol, destaca a importância do revendedor de portas atentar para qualidade dos produtos que está oferecendo na loja, para que cumpram a norma de desempenho. "A Associação dos Fabricantes de Portas tem um programa setorial de qualidade com campanhas para mostrar para as revendas a necessidade de adquirirem produtos certificados", conta. "Mesmo nas linhas mais econômicas, é fundamental buscar uma indústria

como a Sincol, que tem capacidade de garantir o pós-venda, uma entrega com condições efetivas de funcionamento e manutenção. Além disso, é fundamental a escolha certa dos produtos, a fim de respeitar os aspectos culturais e climáticos de cada região, de tal forma que o consumidor compra um item durável e satisfatório para sua casa", afirma.

A Sincol trabalha com linhas de portas específicas para as revendas, nos mais variados segmentos e faixas de preço, bem como com soluções técnicas e de alto padrão, feitas sob medida de acordo com cada projeto. Além de distribuir em todo o território nacional, cerca de 60% da produção é exportada.

TELAS MM

A Indústria de Telas Metálicas MM destaca as telas e cortinas magnéticas Block Insetos, que receberam o selo Inovação na Feicon 2019. Seu exclusivo sistema de fitas magnéticas possibilita que a tela mosquiteira seja fixada em diferentes tipos de superfície: alumínio, madeira, PVC, alvenaria ou ferro, proporcionando vedação integral. De fácil instalação, basta ter uma fita métrica, lápis e tesoura para adaptá-la ao tamanho perfeito da janela, sem ter que depender da disponibilidade de um instalador. Já a cortina magnética – que tem como função vedar portas –, é ideal para manter o ambiente residencial protegido de insetos. "Além do sistema de encaixe magnético, o diferencial destes produtos está na possibilidade do próprio cliente cortar e ajustar tela e cortina no tamanho perfeito de sua janela ou porta", ressalta o gerente executivo da MM, Gerson Mattiuzzo Junior.

ESTRUTURAS

BESTFER

Ana Carolina Lopes Sales, da área comercial, conta que a marca trabalha com uma variedade de produtos importados da China e da Índia. "Estamos há 12 anos no mercado e temos uma ótima qualidade nos produtos", diz. Dentre os destaques, estão cabos, machados, a linha de colas quentes e balanças digitais para cozinha.

CORTAG

O lançamento da Cortag é a ZAPP 1550, indicada para revestimentos cerâmicos, porcelanatos, mármores, granitos e pedras naturais, com superfícies lisas, ásperas ou em relevo, com espessuras até 3,5 cm e comprimento de até 1,55 m. Faz cortes em ângulos de 90º e 45º e realiza chanfros em 45ª.

Thais Marques da Silva, marketing da Cortag, destaca também os lançamentos nas linhas de discos de corte. "Temos o Supermetal para esmerilhadeira, que corta aço inox, alumínio, cobre, e vem nas versões de 115mm e 180mm; o disco da linha de tungstênio, que é indicado para madeiras; e o disco chanfro diamantado, que estamos lançando para fazer a meia esquadria nos nossos cortadores elétricos com acabamento melhor", revela.

Em cortadores manuais, o destaque é o Cortador Infinity, para peças de até 3,4m. "Ele vem com kit completo: três trilhos desmontáveis, ventosas para fixação, alicates para separação do piso, carro-guia e bolsa para transporte", completa Thais.

CSM

"Esse ano trouxemos inovações como o Guincho TEC com trole, que é muito utilizado para facilitar a movimentação de carga nas indústrias", conta Fernando da Silva, gerente nacional comercial da CSM.

Silva revela que a marca fez um reposicionamento das linha de betoneiras. "A CSM é uma empresa com 45 anos de mercado, com qualidade, pós-venda, e fizemos um trabalho para que possamos equilibrar nossos produtos em relação à concorrência. Então lançamos uma nova betoneira Rental e uma nova Profissional, tudo com vistas a combater essa guerra de preços que estamos enfrentando no mercado".

GAMMA FERRAMENTAS

"A Gamma trouxe para a Feicon seis modelos de ferramentas à bateria de 3,6V até 18V de potência que vão abranger uma grande parte do mercado: são furadeiras, parafusadeiras, furadeiras e parafusadeiras de impacto, e chaves de impacto. Como diferencial, todas usam baterias de lítio, que não têm memória, que não precisam estar totalmente descarregadas para iniciar a recarga e, além disso, podem ter o carregamento interrompido a qualquer momento sem danos à bateria", explica Alcides Matucheski, coordenador de produtos da empresa. Ele detalha que a maioria das baterias de 18V tem 2A, que significa cerca de quatro horas de uso, enquanto as baterias de 12V seguram cerca de duas horas de serviço. "Todas as máquinas vêm com duas baterias e com carregador bi-



volt, que é um grande diferencial, além de maleta plástica para armazenamento e transporte", conta.
Outro destaque é chave de impacto a bateria. "A chave de impacto dá 280N de torque, que seria o suficiente para trocar uma roda de caminhonete, apesar de não ser essa a indicação de uso", conta Matucheski. "Temos também uma parafusadeira angular com três angulagens, que pode ser recarregada no notebook ou no carregador do celular, em apenas uma a duas horas", segue. A marca também traz em seu portfólio uma ampla linha de acessórios que atendem desde o montador de móveis até o hobbista.

JOMARCA

Fernando Suarez, diretor comercial da Jomarca, comenta que a empresa retornou à Feicon depois de cinco anos afastada da feira. "Decidimos voltar para fortalecer o relacionamento com o mercado da construção civil. Além da construção civil, atendemos indústria, prestadores de serviços e outros mercados. A participação foi surpreendente, com muitos contatos novos e muitos clientes nos visitando", relata. "Em produtos, destacamos que estamos muito competitivos e retomamos a produção nacional de diversos itens que nos últimos anos estávamos importando", conclui.

MAKITA

Khalyl Streich, gerente de marketing da Makita, conta que a empresa trouxe mais de 30 lançamentos à Feicon 2019. "Vale destacar a nova lixadeira de parede e teto à bateria. Esse é o primeiro produto que está sendo lançado no mercado com esse conceito de total liberdade e já vem com toda adaptação para sucção de pó. Além disso, conta com a tecnologia Makita AWS, que permite acionar o aspirador por meio do sinal Bluetooth. Assim que a aplicação termina, a máquina envia um sinal para o aspirador desligar automaticamente", detalha.
"Outro lançamento aqui na feira é a lavadora de alta pressão à bateria, que dá total liberdade para a limpeza com água de alta pressão sem nenhuma necessidade de fios e cabos", prossegue. Streich lembra ainda de novidades como o misturador de tinta e de massa à bateria, e outros modelos, como o compressor à bateria, e a primeira serra rápida a bateria do mundo, lançada no final do ano passado.

MINIPA DO BRASIL

Paulo Simões, diretor comercial da Minipa do Brasil, reforça que a empresa conta com linhas completas de instrumentos de medição. "Aqui na feira eu destaco o lançamento do Multímetro ET 1507B, categoria 3 True RMS, com preço super acessível. Ele combina multímetro, capacímetro até 30 milifarads, frequencímetro até 20 megahertz e detector de tensão. Ainda conta com iluminação de display e lanterna", diz. "Outro modelo é o alicate ET 3201, categoria 4 True RMS. Essa parte de segurança é muito importante para evitar acidentes, e especialmente os equipamentos categorias 3 e 4 são fundamentais e têm tido procura crescente, principalmente pela indústria", encerra.

STIHL

"A Stihl atua nos mercados doméstico, florestal, agropecuário, profissional, limpeza e conservação e construção civil. Temos diversas linhas de ferramentas para cada setor. Inovamos esse ano com os produtos à bateria, como motosserras, soldadores, corta-



dores de pedra e outros, a exemplo do nosso cortador de grama à bateria que recebeu o Selo de Inovação da Feicon 2019", conta Huesle Sarmento Marcos, analista de marketing.

WORKER / KALA

Marcelo Reway, coordenador técnico da Worker, destacamos a segunda geração de equipamentos e máquinas de solda. "São equipamentos com mais recursos tecnológicos", diz. "Também temos as linhas de corte, com discos diamantados de alta performance. E a ampliação da linha de ferramentas agrícolas da marca Collins, que são líderes mundiais no segmento", encerra. Epex

A empresa Epex Indústria e Comércio de Plásticos Ltda. atua nos mercados da construção civil, isolamentos térmicos, embalagem, entre outros atentendo às normas NBR ISO 9001. Atende, desde sua base, em Blumenau, onde ocupa área de 20.000 m², a todo território nacional, com forte participação no Mercosul e outros países da América Latina.

A opção estratégica da empresa é pela vanguarda tecnológica nas áreas de sua atuação, por meio de máquinas e equipamentos de última geração, além do investimento contínuo no desenvolvimento de novos produtos e aplicações.

Destsaques para as linhas de Tubo Tubex, para isolamento térmico em polietileno expandido; Wincel, de espuma elastomérica para isolamento profissional; e Tubex Max, isolante térmico de polietileno expandido com película proteora. E de Mantas, como Aluterm, manta térmica de subcobertura de polietileno expandido com face aluminizada; Manta Didoduct, elastomérica com superfície aluminizada, e Wincel, manta de espuma elastomérica para isolamento térmico profissional. E, também, a Manta Protepiso, que proporciona segurança e proteção à superfície finalizada. É ideal para ser utilizada durante obras e reformas, protegendo superfícies como granito, porcelanato, madeira e laminado. É impermeável e não abrasive.

GRUPO PERLEX

O GRUPO PERLEX é formado pelas empresas Perlex Produtos Plásticos, Perfil Condutores Elétricos, Perlux e Perplug. Empresa 100% nacional, instalada na cidade de Embu-Guaçu, Grande São Paulo, iniciou as atividades em 1962. O GRUPO PERLEX atua no segmento de materiais elétricos para uso residencial e industrial, fabricação de portas sanfonadas e canaletas produzidas de PVC, além da fabricação de cabos e fios elétricos de instalação. Possui área industrial de 73.000m², sendo considerado um dos mais tradicionais grupos da categoria. Conta com profissionais altamente qualificados, que desempenham suas funções em modernas instalações e contam com equipamentos de última geração. O GRUPO PERLEX é certificado pela NBR ISO 9001:2008, que confere maior garantia e segurança aos seus clientes, através da qualidade de seus produtos. Em seu estande na Feicon, a empresa apresentou os lançamentos de 2019, além de estreitar o relacionamento com clientes e representantes.

BRASFORMA

A Brasforma fabrica suportes para TV e monitores LED, LDC, Plasma, TVs convencionais e tela plana, suportes para linha de áudio de vídeo, projetores, racks, mesa multiuso, suporte para microondas e lava-louças. Em março de 2016, inaugurou a linha de antenas Sinal, aliados a evolução tecnológica e Plano integrado para desligamento do sinal analógico de TV do Ministério das Comunicações. Fundada em maio de 1987, a Brasforma nasceu para o mercado com determinação de mudar os conceitos tradicionais por meio da busca constante de aprimoramento tecnológico de seus produtos, investindo em patrimônio industrial e humano. A Brasforma assumiu uma sólida parceria com seus clientes e fornecedores, mantendo crescente participação em todo território nacional, América latina, Estados Unidos, Ásia e Europa, sempre em busca de novos parceiros comerciais.

PABOVI

Tradicional indústria de plásticos sediada em Garibaldi, no Rio Grande do Sul, a Pabovi, destacou, na Feicon, as mangueiras de plástico para diferentes finalidades. A Mangueira alma de Aço PVC é indicada para indústrias alimentícias; a Mangueira flat para descarte de água é ideal para o uso agrícola, como irrigação e aspersão de fertilizantes e pesticidas; a Mangueira sucção preta leve para implemntos agrícolas também pode ser utilizada em serviços leves de sucção e descarga de água e a Mangueira para irrigação de 16 e 20 metros destina-se para aplicação de linhas laterais para projetos de irrigação. O grande destaque no estande foi a Mangueira para Jardim Ouro, com sistema anti-torção.

A empresa atua nos segmentos Uso Geral, Técnico Industrial, Agropecuária, Construção Civil e Casa e Jardim.

MUNDIAL PRIME

A Mundial Prime é parte da Aeroflex, empresa que desenvolve tecnologia em aerossol desde 2006. Está presente no mercado nacional e internacional, com excelente estrutura fabril, tecnológica, técnica e comercial. Além da Mundial Prime, fazem parte da Aeroflex as marcas My Place, destinada a produtos de uso domiciliar, e My Health, voltada a produtos para cuidados pessoais.

E para completar o time, fechou parceria com o jogador Denílson, um dos grandes craques da história do futebol brasileiro, pentacampeão do mundo pela seleção e que vai ser protagonista de ações de marketing da empresa.



UMA JANELA DE OPORTUNIDADE PARA O FAÇA VOCÊ MESMO

No último dia 10 de abril estivemos reunidos com 157 executivos do varejo, em maior número, mas, também, do atacado e da indústria, para o 5º Encontro de Líderes do Varejo de Material de Construção, aprofundando dados macroeconômicos e tendências para o setor.

O fato é que, segundo o Relatório Contas Nacionais Trimestrais do IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística –, nos últimos cinco anos, o PIB da Construção decresceu 27,7%, enquanto o PIB do Brasil decresceu 4,1%.

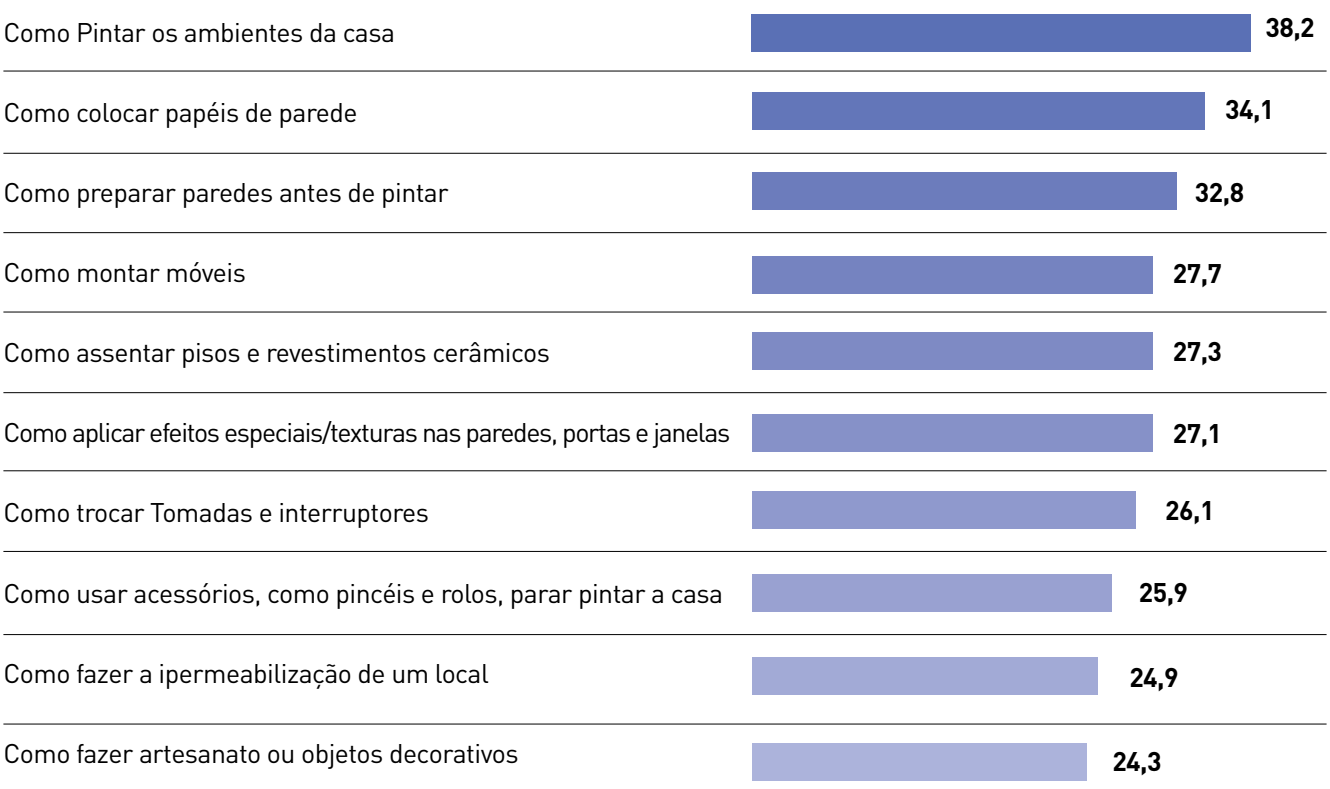
Esses números negativos do PIB do setor são fortemente influenciados pelas obras de infraestrutura, sejam financiadas pela iniciativa pública, sejam pela iniciativa privada. Dados recentes da CBIC – Câmara Brasileira de Indústria da Construção – e Senai – Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial –, apuraram que 4,7 mil obras do PAC – Programa de Aceleração do Crescimento –, equivalentes a R$ 135 bilhões de investimentos, estão paradas. Desses empreendimentos, 43,3% estão na região Nordeste; 20,8% estão no Sudeste; 16% no Norte; 11,7% na região Sul, e 8,2% no Centro-Oeste.

O fato é que, pelo terceiro ano consecutivo, as melhores oportunidades de crescimento de vendas das indústrias do setor estão nas mãos do comércio de materiais de construção, varejo e atacado, já que, também, as construtoras estão desovando seus estoques de imóveis novos, mas, ainda, não os repondo na mesma intensidade. Para se ter uma ideia do que estamos falando, em 2018, segundo, novamente, dados da CBIC, sobre os imóveis novos em diversas regiões do Brasil, houve aumento de 19,2%, nas vendas de unidades de imóveis novos, e aumento de apenas 3,1%, nos lançamentos de unidades de imóveis novos.

Esse descompasso adiciona mais um fator positivo para as lojas de materiais de construção, independentemente de seus formatos e tamanhos, já que quem compra imóveis novos, de alguma maneira, acaba, em maior ou menor grau, reformando-os e adequando-os aos seus desejos estéticos ou de conforto.

Porém, os atuais consumidores de materiais de construção, diferentemente daquele admirável mundo em que o comércio do setor crescia dois dígitos, como em 2010, chegam às lojas mais bem informados, pois pesquisam, também, nos diversos meios digitais, tanto em e-commerces, como sites das empresas,

OS DEZ PRINCIPAIS ASSUNTOS BUSCADOS NO YOUTUBE SOBRE FAÇA VOCÊ MESMO - %



Fonte Painel Comportamental do Consumo de Materiais de Construção 2018 (somente quem se interessou por técnicas de faça você mesmo e as pesquisou no YouTube) Base Abs: 400/Base Ponderada: 412 entrevistados

YouTube, Facebook, Instagram, blogs de construção e reforma etc.

Segundo o Painel Comportamental do Consumo de Materiais de Construção 2018, que entrevistou 900 consumidores que haviam reformado suas residenciais, no período de setembro de 2018 a agosto de 2019, 62,5% dos entrevistados pesquisaram técnicas de "Faça você mesmo", sendo que, a maioria, 73,1%, acessaram o YouTube para realizar essas pesquisas.

E, os cinco assuntos mais pesquisados nessa mídia social, foram: "como pintar os ambientes da casa"; "como colocar papéis de parede"; "como preparar paredes antes de pintar"; "como montar móveis", e, "como assentar revestimentos cerâmicos", conforme podemos ver detalhadamente no gráfico abaixo.

É importante entender que essa busca de informações de "Faça você mesmo" diz respeito a atividade em si e ao desejo de fazer tudo por conta própria, mas, também, em relação ao desejo de se informar melhor, para quando comprar os produtos nas lojas, ou, mesmo, para se relacionar com os pedreiros, pintores, azulejistas, eletricistas etc.

O fato é que, independentemente do que ocorrer na economia – a recuperação ganhará ou perderá força? – compreender essas mudanças no comportamento dos clientes, se preparar para o fato de que eles estarão mais exigentes e informados do que antes da crise, e, também, mais dispostos a fazer eles mesmos alguns tipos de reparos ou melhorias no ambiente doméstico, poderá fazer a diferença entre as gôndolas e os balcões, para aproveitar, ao máximo, o provável terceiro ano consecutivo de crescimento das vendas do comércio de materiais de construção.

No final, isso fará muito mais a diferença do que a própria economia em si.

Newton Guimarães
Head DataMkt Construção, sistema de inteligência de mercado cogerido por Leroy Merlin, Eucatex, Votorantim Cimentos e Deca.



O evento foi muito bom porque proporcionou encontro com os colegas do setor e parte da indústria, e a gente se atualiza sobre o mercado ao conversar pessoalmente. Isso sempre é enriquecedor e bastante propício para o momento que estamos vivendo na economia. O mercado está crescendo um pouco. Desde o final do ano passado, estamos otimistas com o aquecimento, não só a Obramax, como, também, os colegas da Leroy (empresa do Grupo Aleo). A Obramax tem duas lojas, na avenida do Estado, em São Paulo, e na Praia Grande, e outras deverão ser inauguradas em breve. **MICHAEL REINS, DIRETOR OBRAMAX**



A conclusão que eu tirei, depois de assistir à palestra, foi a de que vendi a fábrica na época certa (a Papaiz foi vendida para a Assa Abloy), no final de 2015 e, agora, confirmou que está na hora de entrar no mercado com os novos produtos porque percebemos uma retomada da economia. Gostei do formato, as reuniões entre indústria e comércio são boas, porque existe um distanciamento grande entre nós. Ficamos na negociação de preço, uma coisa meio atritosa e, na verdade, queremos que o mercado cresça. Podemos trabalhar juntos e mostrar como a indústria pode colaborar para o aquecimento do varejo. **SANDRA PAPAIZ, CEO AQUILEIA**



O evento foi muito produtivo e demonstrou dados que precisamos para tomar decisões futuras. É bom encontrar clientes, amigos, ter trocas de ideias, um ambiente importante para os negócios. Vale a pena participar! **MARCOS AMORIM, GERENTE DE VENDAS - CORTAG INDÚSTRIA E COMÉRCIO**



Poucas vezes conseguimos unir indústria e varejo para falar sobre tendências e mercado. Essa foi uma noite para entendermos, juntos, os indicadores econômicos do setor, uma boa iniciativa para unir os dois canais nessa reflexão.
CASSIA LAGO / GERENTE NEGÓCIO CONSTRUÇÃO ARTECOLA AFIX



O evento foi muito satisfatório, especialmente porque trouxe informações de mercado que são importantes para fundamentar o que temos de fazer. São conteúdos que podem influenciar nosso planejamento, nossa estrutura, e nossas decisões daqui para frente. Uma experiência fantástica! **JORGE GUSHIKEN, GERENTE DE CONTROLADORIA – COFEMA ATACADISTA**



Além de toda informação, esse momento é importante, principalmente, porque promove a integração do varejo, atacado e indústria. A gente pode trabalhar junto, com sinergia, e eu acho que, nesse sentido, o evento é muito válido. É a minha primeira participação, mas, vou voltar! **OSMAR DE ARAÚJO MARTINS DIRETOR COMERCIAL – SODIMAC**



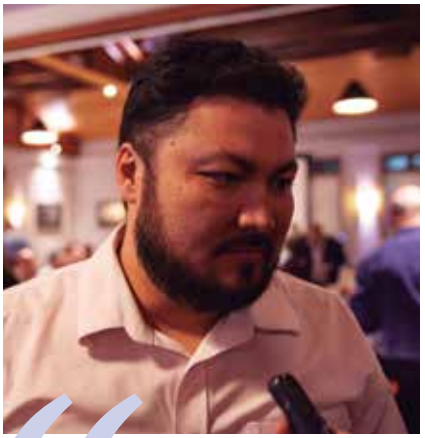
Achei o formato inteligente. As pessoas presentes, apesar de diferentes segmentos, têm o mesmo foco: dividir informações e entemder um pouco melhor o mercado, que, atualmente, está positivo. Temos expectativas de aprovação das reformas propostas, principalmente, a da Previdência, para que o otimismo e o poder de compra voltem. **MARCELO ATACHABIAN, DIRETOR COMERCIAL VILLAGE HOME CENTER**



Em primeiro lugar, quero parabenizar a **Revenda** *por apresentar uma matéria tão adequada. Ficamos satisfeitos com o cenário apresentado porque, por mais que o crescimento esteja sendo lento, existe. Nós, da rede atacadista, já começamos a sentir, por isso, estamos otimistas. O recado que a gente tem é o seguinte: vamos nos preparar, traçar uma estratégia, porque vai ter muita oportunidade. Quem estiver mais preparado terá o resultado mais positivo em 2019!* **CÉLIO DE MOURA, GERENTE NACIONAL DE VENDAS FERRAGENS NEGRÃO**



Achei interessante o formato; a integração entre os fornecedores e os clientes. A palestra do Newton, que está virando um expert no assunto, foi muito informativa, e o contato com os varejistas, que são muito importantes para nós, enriquecedor. Juntos, vamos juntando as pontas e, no fim, saímos com insights importantes para o nosso business. **ALEXANDRE TAMBASCO, DIRETOR COMERCIAL LORENZETTI**



O evento foi muito interessante, diferente para o nosso mercado, com informações bem precisas, ao contrário da maioria das pesquisas que o mercado traz para nós; então, é bem impactante. A interação entre indústria e varejo é importante. Trabalhamos muito a questão do relacionamento. Hoje, mais do que nunca a questão do ganha-ganha é importante. **AUREO YABIKU, DIRETOR YABUKU MATERIAIS DE CONSTRUÇÃO**



viajando pelo BRASIL

Confira as datas e os locais das principais feiras do segmento

EXPOSEC 2019
Feira Internacional de Segurança
De: 21 a 23 de maio
Local: São Paulo Expo Center, SP
www.cipafeiramilano.com.br

FEIRA CONSTRUSUL
Feira Internacional da Construção
De: 30 de julho a 02 de agosto
Local: Centro de Eventos da Fiergs, RS
www.feiraconstrusul.com.br

CONCRETE SHOW
Feira Internacional de Construção, Tecnologia e Equipamentos
De: 14 a 16 de agosto
Local: São Paulo Expo Center, SP
www.concreteshow.com.br

FAIRTEC 2019
Feira Tecnológica da Construção Civil
De: 11 a 15 de setembro
Local: Pavilhão da Fenarreco, Brusque, SC
www.fairtec.com.br

12ª INTERMACH 2019
Feira Internacional de Tecnolgia, Máquinas e Equipamentos
De: 17 a 20 de setembro
Local: Pavilhões da Expoville Blumenau, Santa Catarina
www.intermach.com.br

ABRAFATI 2019
EXPOSIÇÃO INTERNACIONAL DE FORNECEDORES PARA TINTAS
De: 01 a 03 de outubro
Local: São Paulo Expo Center, SP
www.abrafati.com.br

TUBOTECH
Feira Internacional de Tubos e Conexões
De: 01 a 03 de outubro
Local: São Paulo Expo Center, SP
www.tubotech.com.br

CONSTRUMETAL
8ª Feira da Construção Metálica
De: 14 a 16 de outubro
Local: São Paulo Expo Center, SP
www.buildshow.com.br/pt/construmetal

FINNEC
Feira da Construção Norte/Nordeste
De: 23 a 25 de outubro
Local: Arena Fonte Nova, Salvador, BA
www.finnec.com.br

2020

18ª EXPO REVESTIR
Feira Internacional de Revestimentos Cerâmicos
De: 10 a 13 de março/2020
Transamérica Expo Center
www.exporevestir.com.br

LANÇAMENTO
Com a presença de expositores e parceiros, a Cipa Fiera Milano lançou, a 10ª Tubotech e a 4ª wire South America que acontecem entre os dias 1 e 3 de outubro em São Paulo. Para Rimantas Sipas, diretor comercial da Cipa Fiera Milano, a sólida parceria com a Messe Düsseldorf na realização de feiras é um dos motivos do sucesso alcançado no Brasil. “E as edições deste ano da Tubotech e da wire South America repetem os bons resultados. Tanto que mais de 80% da wire está comercializada e a Tubotech deve ocupar 800 m² do São Paulo Expo”, disse o executivo

A expectativa da Cipa Fiera Milano é que as duas feiras recebam 15 mil profissionais, entre eles arquitetos, consultores, controllers, engenheiros, fabricantes e importadores de máquinas, gestores de manutenção industrial e projetistas vindos principalmente da Argentina, Bolívia, Chile, Espanha, Estados Unidos, Índia, Paraguai, Peru, Turquia e Uruguai, além de todos estados do Brasil.

De acordo com Rimantas, as reformas que estão sendo anunciadas pelo governo devem dar novo “fôlego” a diversos setores da indústria, o que vai ser benéfico para as feiras neste ano. Dados da Abinee (Associação Brasileira da Indústria Elétrica e Eletrônica) reforçam essa visão de que a recuperação da economia do país está avançando. O faturamento da indústria eletroeletrônica atingiu cerca de R$ 146,1 bilhões em 2018, crescimento nominal de 7% em relação a 2017. Esse resultado, segundo a Abinee, representa aumento real de 2%, descontando a inflação do setor que, segundo Índice de Preços ao Produtor – IPP do IBGE, ficou em torno de 5% no ano passado. Alguns segmentos que movimentam a indústria de fios e cabos, representados na wire South America, se destacaram em 2018, segundo a associação, como a Automação Industrial que teve um faturamento de R$ 4,69 bilhões, 5% a mais que em 2017; Componentes, com R$ 11,11bilhões, ou 5% a mais; Material de Instalação, R$ 7,54 bi, mais 2%; Telecomunicações, R$ 33,48 bi, mais 5%; e GTD , com R$ 17,77 bilhões, 9% a mais que em 2017.

TOP PARCERIAS

1º LUGAR
TOP OF MIND PROTEÇÃO 2019



Com os pés no futuro, a Marluvas investe em tecnologias de ponta para garantir calçados cada vez melhores. Assumimos com você o compromisso de evoluir sempre: nos produtos, no atendimento e, principalmente, na proteção.

Investir em calçados Marluvas é investir no crescimento da sua empresa.

Seja um revendedor:
0300 788 3323
faleconosco@marluvas.com.br

Saiba mais
marluvas.com.br

MARLUVAS
CALÇADOS PROFISSIONAIS
A força da história.

FILADELFIA
Abril/2019

LORENZETTI



ACQUA DUO ULTRA

FLEX

AUTOMÁTICO E INTELIGENTE

PRODUTO DESENVOLVIDO PARA SER UTILIZADO COM OS SISTEMAS:

AQUECIMENTO A GÁS

AQUECIMENTO POR ACUMULAÇÃO

AQUECIMENTO SOLAR

FORMAS CORES DESIGN

LANÇAMENTOS 2019



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