

Revenda



ED. 334 | JULHO 2018 | ANO XX
www.gruporevenda.com.br

TOP OF MIND

Revenda Construção

Conheça as marcas
mais lembradas pelos
revendedores



MAIS DO QUE GANHAR É TER COM QUEM DIVIDIR TODO O RECONHECIMENTO.



Agradecemos a todos os lojistas e parceiros por mais essa grande conquista. Sem vocês, esse reconhecimento não seria possível.

**TOP
MIND**
Revenda Construção



1º LUGAR

Armário para Cozinha
em MDF, BP, FF, OSB

1º LUGAR

Armário para Banheiro
em MDF, BP, FF, OSB

1º LUGAR

Pia de Material
Sintético

2º LUGAR

Armário e Espelho
para Parede

3º LUGAR

Prateleira



ajrorato.ind.br
f /ajrorato



A. J. RORATO

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 DE INTELIGÊNCIA DE MERCADO

Newton Guimaraes (newton.guimaraes@datamkt.com.br)

DIRETOR EDITORIAL

Roberto Ferreira (roberto@revenda.com.br)

DIRETORA DE EVENTOS

Carla Passarelli (carla@revenda.com.br)

GERENTES DE CONTAS

Anderson Tobias (anderson.tobias@revenda.com.br)
Marli Moço (marli@revenda.com.br)
Solange Castilho (solange@revenda.com.br)
Regina Mallol (regina.mallol@revenda.com.br)

ADMINISTRATIVO

Mislene Fernandes (mislene@revenda.com.br)

FINANCEIRO

Magda do Nascimento (magda@revenda.com.br)

TECNOLOGIA

Carlos Contucci (carlos@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
ARTE: Camila Duarte
FOTOS: Shutterstock

Revenda

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



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

A BOA LEMBRANÇA DA MARCA

Ser a primeira marca que vem à mente do consumidor exige muito trabalho.

Trabalho de marketing, desenvolvimento de produto, embalagem, mas, acima de tudo, de muita divulgação.

Vamos pegar um exemplo bem corriqueiro em nosso segmento. O cliente entra na loja de material de construção e pede um produto para determinada finalidade, sem especificar a marca. O balconista entrega o produto X e não o Y, e o cliente sai, satisfeito. O que está certo nessa venda?

Simples. A melhor imagem que o fabricante do produto X tem do vendedor.

E como isso é possível?

Simples. Um bom trabalho de relacionamento, treinamento, atendimento e, principalmente, divulgação da marca. Isso é ser Top Of Mind.

Construir a imagem de uma marca/produto leva tempo. E, dinheiro, não se pode negar. Mas, destruir é muito mais rápido. Basta esse produto não estar disponível por algum tempo, ou ser esquecido, em uma prateleira, fora do alcance dos olhos do comprador. E não tem volta.

Bem, não é o caso das marcas mais votadas no Top Of Mind Revenda Construção, cujo resultado estamos publicando a partir da página 22 desta edição. Foram quatro meses de bastante trabalho,

ligando, diariamente, para mais de 7.000 revendedores de todo o Brasil que responderam à simples pergunta: “Qual a marca que lembra no segmento ...?”

A resposta do entrevistado foi computada pelo nosso Departamento de Pesquisa e Inteligência de Mercado, que trabalhou com 90 segmentos para apontar as marcas que são mais lembradas pelo revendedor de material de construção.

Simples, assim.

Para evitar distorções, também separamos as marcas mais lembradas nas regiões Sul, Sudeste, Centro-Oeste e



Nordeste. Sabemos que marcas regionais têm muita força nos próprios mercados e, agindo assim, estamos, também, premiando os fabricantes regionais, que mantêm bom relacionamento com os seus clientes. Claro que, no macro, as marcas vencedoras são aquelas com maior força em todo o Brasil, mas ser a quarta ou a quinta marca mais lembrada é uma conquista, e tanto, para os fabricantes regionais.

Depois de um final de maio difícil, por causa da greve dos caminhoneiros em todo o Brasil, parece que estamos chegando ao final do longo túnel que é o Brasil. No mês de junho começou a Copa do Mundo de Futebol na Rússia. Esperamos que, ao ler e reler esta edição da revista Revenda Construção, nossa seleção tenha obtido bons resultados. Como as marcas mais lembradas em nosso Top Of Mind Revenda Construção.

Boa leitura

Roberto Ferreira



Foto: Revenda

Revenda

EDIÇÃO 334 | JULHO 2018 | ANO XXX



22

▷ TOP OF MIND

Revendedores de materiais de construção de todo o Brasil apontaram as marcas mais lembradas em 10 segmentos do Top Of Mind 2017

- 24 ▷ ARTIGO TROIANO
- 26 ▷ ARTIGO NEWTON
- 28 ▷ DEPOIMENTOS
- 34 ▷ RESULTADO OUTRAS CATEGORIAS
- 36 ▷ RESULTADO ESQUADRIAS
- 46 ▷ RESULTADO FERRAMENTAS
- 56 ▷ RESULTADO ITENS PARA BANHEIRO
- 64 ▷ RESULTADO ITENS PARA COZINHA
- 72 ▷ RESULTADO MATERIAL BÁSICO
- 82 ▷ RESULTADO MATERIAL DE ACABAMENTO
- 86 ▷ RESULTADO MATERIAL ELÉTRICO
- 96 ▷ RESULTADO TINTAS E ACESSÓRIOS
- 106 ▷ RESULTADO MATERIAL HIDRÁULICO
- 118 ▷ DUPLA GALAXY
- 120 ▷ DUPLA MEGATRON
- 122 ▷ DUPLA TRAMONTINA
- 124 ▷ DUPLA VONDER

- 10 | Entrevista
- 20 | Atacadista
- 126 | Painel

- 142 | Clique Aqui
- 145 | Sua Loja
- 146 | Agenda

TRADIÇÃO EM
FIXAÇÃO COM
PRODUTOS DE
QUALIDADE.

mtubum.com.br



FIXTIL

Tel.: 11 5034.1436
www.fixtil.com.br





1º LUGAR
CHUVEIRO ELÉTRICO



1º LUGAR
SISTEMA DE
AQUECIMENTO A GÁS



1º LUGAR
PURIFICADOR DE ÁGUA



1º LUGAR
FILTRO DE ÁGUA

**TOP
OF
MIND
2017**

Lorenzetti,
a marca
que você
confia
está na
cabeça de
milhões de
brasileiros



1º LUGAR
TORNEIRA ELÉTRICA



1º LUGAR
TORNEIRA EM ABS



2º LUGAR
METAL SANITÁRIO



2º LUGAR
TORNEIRA PARA COZINHA

Siga a Lorenzetti nas redes sociais



lorenzettioficial



lorenzettisa



LORENZETTI

Mais do que você imagina

0800 015 02 11

www.lorenzetti.com.br

SEGUNDO ANO CONSECUTIVO

1º
LUGAR



2º
LUGAR





TOP OF MIND

Revenda Construção

ESPUMA DE POLIURETANO
1ª MARCA MAIS LEMBRADA

ÓLEO DESENGRIPANTE E
ANTICORROSIVO
2ª MARCA MAIS LEMBRADA

Mundial
Prime

Uma lata de opções

OBRIGADO PELO SEU RECONHECIMENTO

WWW.MUNDIALPRIME.COM.BR | 41 3265-7730

 /mundialprimeoficial |  /mundialprime



Por Roberto Ferreira / Fotos: Fábio Andrade



“A Deca entende mais o consumidor”

Nelson Ricardo Teixeira, 52 anos, possui mais de 20 anos de experiência em vendas, trade marketing e área comercial e já atuou em empresas como Pepsico do Brasil, BRF – Brasil Foods e JBS. O executivo é graduado em Administração de Empresas pela Pontifícia Universidade Católica (PUC-SP) e tem MBA em Varejo pela Fundação Instituto de Administração (FIA). Casado, três filhos, está na Deca há dois anos. Gosta de pedalar mountain bike e de fazer trilhar nos finais de semana. É paulista e adora São Paulo e a sua correria.

► **Revenda Construção – Vamos falar um pouco do mercado atual para a Deca?**

Nelson Ricardo Teixeira – O mercado da construção civil está começando a retomar. É o reflexo da economia e sentimos no relacionamento com os clientes. O segmento da construção civil é dividido em duas partes: uma, que é a do lançamento de novas unidades habitacionais; a outra, de acabamento. O lançamento das unidades está começando a reaquecer, e a de acabamento acontece um pouco mais à frente. Temos, também, produtos intermediários, que vão no decorrer da obra e são embutidos nas paredes, mas as duas pontas são as mais importantes. Vendemos alguns produtos, como metais que vão na parede e que são utilizados uns nove meses após o início das obras, e, de um ano e meio a dois anos, que são os acabamentos. Acabamos participando de praticamente toda a obra.

► **E como trabalhar com o desaquiecimento dos novos lançamentos?**

Realmente, houve uma grande retração no mercado de novos. Então, nosso foco foi voltado para o segmento das reformas e, em 2017, começamos a

retomar as vendas depois de atravessar um ano muito difícil, que foi 2016. Conseguimos crescer a níveis bem interessantes e já fechamos o primeiro trimestre de 2018 com boa performance, principalmente em metais.

► **Quais produtos se destacaram?**

Os chuveiros elétricos, que fabricamos com a marca Hydra, tiveram um excelente desempenho.

► **Pode segmentar este crescimento nas classes sociais, ou nos produtos premium e não premium?**

Temos estimulado bastante as reformas, tanto no segmento acabados quanto no segmento competitivo, de entrada, que consideramos mais popular. No competitivo, temos os metais com um crescimento excelente, com bastante sucesso. No segmento luxo, temos a linha D.coat, que são os metais coloridos, então, temos uma procura maior que a oferta. Tivemos que tomar algumas providências, como importar da Alemanha uma nova máquina, igual à que temos, para dobrar a capacidade de produção dessa linha. É uma linha que vai dar um up grade num lavabo, por exemplo, por isso são produtos comercializados em butiques de banho e recomendados por arquitetos, designers. A tecnologia está em diversos produtos da marca, nas versões, Gold, Gold Matte, Red Gold, Black Noir, Black Matte, Champagne e Inox.

► **E a outra ponta?**

O atual portfólio teve adequações. Nas cubas, fizemos algumas adaptações que foram muito bem aceitas pelos consumidores, principalmente, no segmento competitivo. E, no caso de louças, fizemos alguns lançamentos no segmento médio, também muito bem aceitos pelo mercado. Então, tivemos três lançamentos de ótima aceitação

“O mercado da construção civil está começando a retomar. É o reflexo da economia e sentimos no relacionamento com os clientes. O segmento da construção civil é dividido em duas partes: uma, que é a do lançamento de novas unidades habitacionais; a outra, de acabamento. O lançamento das unidades está começando a reaquecer, e a de acabamento acontece um pouco mais à frente.”

NELSON RICARDO TEIXEIRA,
diretor Comercial da
Divisão Deca

e que eram pontos fortes dos concorrentes: as bacias Clean, Axis e Level de alta performance.

► **A Deca estava com liderança absoluta no segmento. Como, agora, encaram o crescimento de novos players no mercado?**

Estamos com uma mudança muito grande na empresa, que é a de ter um conhecimento cada vez maior do consumidor. Então, temos muito claro como é a jornada de compra do consumidor. Nestes últimos meses (janeiro/fevereiro/março), monitoramos muito como ele compra na loja, e como, também, ele, como consumidor, está buscando. E o nosso foco é atender bem a este consumidor. A Deca é muito forte no segmento luxo, mas não queremos nos posicionar apenas nesse segmento. Analisamos o que o consumidor está buscando e entendemos que ele também quer tecnologia, por isso estamos trazendo, ainda, para o segmento competitivo, produtos tec-

nológicos. Sempre fomos reconhecidos pelo design dos nossos produtos, agora, acrescentamos tecnologia e funcionalidade aos nossos produtos.

Em todos os segmentos em que atuam?

Sim, principalmente, nos metais e nas louças. Vou dar um exemplo: a linha Deca Confort, recém lançada na feira Expo Revestir, e que estamos iniciando o trabalho de divulgação, em que todas as torneiras de banheiro vão ter a mesma saída da vazão de água, independentemente da pressão que existe no empreendimento. Desenvolvemos uma tecnologia, patenteada no Brasil, que vai dentro da torneira, que, ao ser aberta, controla a vazão da água. Então, todas as nossas torneiras, de todos os segmentos, contam com essa tecnologia que, é bom que se diga, foi desenvolvida em nosso centro de pesquisa, na fábrica, em São Paulo. Isso é o resultado do conhecimento que estamos tendo do nosso consumidor. Está acontecendo o mesmo de quando lançamos o sistema 1/4 de volta para os nossos metais e todos contam com esse conforto para os usuários, que esperavam por isso. Por outro lado, você ocasionou que, ao abrir pouco a torneira, no caso de muita pressão, a água começa a espirrar e cria uma experiência não tão agradável para o consumidor. Então, criamos o Deca Confort, que tem um dispositivo que vai dentro da torneira que regula a vazão, fraca ou forte. Esta é a nossa aposta deste ano.

Todos os produtos terão esta tecnologia?

Para os produtos destinados às cozinhas e aos chuveiros, percebemos que o consumidor quer uma outra experiência. Então, no chuveiro, o usuário quer controlar a vazão para o seu banho. Na cozinha é a mesma coisa, ele quer determinar o jato da água. Tudo isso é conhecer o consumidor.

E como a Deca foi conhecer este consumidor?

Durante quase um ano, fizemos mais de 6.000 entrevistas com consumidores e clientes de produtos Deca. Fizemos Focus Grupo, e o nosso departamento de Marketing se reestruturou para trabalhar de acordo com os resultados obtidos nas entrevistas. Tanto em Metais quanto em Louças. Percebemos, nesta última, que tinha consumidor da linha econômica querendo muito um produto com os mesmos atributos dos produtos médio e premium. Baseado nisso, agora, todas as bacias sanitárias são vendidas como equipamentos de alta performance, ou seja: fazer o uso do produto com menos água e com vazão maior, com alta performance. É o que o consumidor espera. Na Feira Expo Revestir, mostramos um produto acessível para o consumidor, que é o Deca Flex, a Bacia Flex, para os segmentos médio e de entrada, e fez muito sucesso.

E as tecnologias utilizadas nos chuveiros para proporcionar um banho confortável, como funciona?

Temos um chuveiro campeão de vendas: o Aquaplus, que é a melhor experiência de um banho na relação custo-benefício.

Por falar em chuveiros, de que maneira a Deca está trabalhando esse novo segmento, depois da aquisição de alguns players importantes, como Thermosystem e, mais recentemente, Corona?

A marca Hydra está, agora, sob o meu guarda-chuva, antes era de outra área comercial. A Hydra é uma aposta muito grande da companhia. Nós somos o segundo player do mercado, digamos que estamos incomodando bastante o líder... Tivemos um crescimento muito maior do que o previsto no ano passado, o que nos deixou bem animados, e acreditamos que ganhamos bastante share do mercado. Este é um mercado muito conserva-

“A marca Hydra está, agora, sob o meu guarda-chuva, antes era de outra área comercial. A Hydra é uma aposta muito grande da companhia. Nós somos o segundo player do mercado, digamos que estamos incomodando bastante o líder... Tivemos um crescimento muito maior do que o previsto no ano passado, o que nos deixou bem animados, e acreditamos que ganhamos bastante share do mercado.”

NELSON RICARDO TEIXEIRA, diretor Comercial da Divisão Deca



VONDER é Top of Mind!

O melhor e mais completo mix profissional do mercado é também o mais lembrado e premiado!

Ser uma das marcas mais lembradas pelos lojistas de todo o país é motivo de orgulho e reforça o nosso compromisso em oferecer produtos de ponta, para que você tenha sempre as melhores opções em seu ponto de venda!

1º LUGAR – EQUIPAMENTO PARA PROTEÇÃO INDIVIDUAL

2º LUGAR – FERRAGENS

2º LUGAR – TRENA

3º LUGAR – BROCA

3º LUGAR – BUCHA PARA FIXAÇÃO

Também estamos entre as marcas mais lembradas nas categorias:

- FERRAMENTA MANUAL PARA CONSTRUÇÃO
- INSTRUMENTO DE MEDIÇÃO A LASER
- MÁQUINA ELÉTRICA DE BANCADA
- FITA ADESIVA
- CADEADO
- PARAFUSO



TOP
OF
MIND

www.vonder.com.br

Obrigado por escolher e trabalhar com a

vonder®

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



“Temos incentivado muito a sinergia entre os negócios e as ações no ponto de venda. As equipes são separadas, cada uma trabalhando seus produtos, mas todos ligados a mim, na diretoria comercial. Fazemos ações separadas, com promotores e espaços individuais.”

NELSON RICARDO TEIXEIRA,
diretor Comercial da
Divisão Deca

dor em relação aos outros segmentos em que trabalhei, com muitas pesquisas e informações, ao contrário do segmento de material de construção.

▶ A Hydra é uma marca reconhecida igual à Deca pelo consumidor?

Não. O consumidor ainda não associa Hydra com Deca. A marca é Hydra, temos a válvula Hydra, e ele enxerga Hydra como uma marca nova que adquiriu duas outras fábricas do segmento, a Thermosystem e a Corona, sendo que os produtos da Corona agora têm

a marca Hydra. Com a Corona, fomos realizando um trabalho de marca em que a Corona foi perdendo espaço nas embalagens até ficar apenas Hydra.

▶ Mesmo nas regiões onde a Corona tem posição relevante nas vendas?

Sim. O produto é o mesmo, mas a marca é Hydra. Apostamos muito em inovação para estes produtos, como um chuveiro com rádio que acessa todo o seu funcionamento pelo controle remoto, está tendo boa aceitação no mercado e estamos apostando muito em design com tecnologia. Também vamos entrar com uma linha de torneiras elétricas para oferecer mais opções ao consumidor. Também vamos entrar com uma torneira fria, com muito design e preço acessível. A Hydra Plus e a Hydra Max.

▶ Como é no ponto de venda esse relacionamento Hydra-Deca?

Temos incentivado muito a sinergia entre os negócios e as ações no ponto de venda. As equipes são separadas, cada uma trabalhando seus produtos, mas todos ligados a mim, na diretoria comercial. Fazemos ações separadas, com promotores e espaços individuais. Hoje, a Deca tem uma pulverização muito grande no mercado e uma das apostas da Hydra é a pulverização e o nosso trabalho é, exatamente, o B2B, com um espaço em nosso site para que a revenda possa fazer o seu pedido online, não sendo necessário mais a presença do vendedor para tirar o pedido no cliente. Isso vai agilizar mais as compras e aumentar a nossa pulverização.

▶ O site já está funcionando?

Não, ainda estamos preparando para entrar no ar rapidamente, ainda neste primeiro semestre, para aumentar bem mais o número de vendas. Hoje, atendemos na Deca em torno de 11 mil clientes e a Hydra em torno de 7

mil. Não precisamos nem aumentar esses números, mas, sim, a frequência de compra do cliente.

▶ Isso também implica utilizar mais os serviços dos atacadistas distribuidores?

Não necessariamente. Podemos fazer via atacadista, mas existe um pensamento na empresa de que, em algumas áreas, vamos fazer parcerias e, em outras, que classificamos como centros mais urbanos, os megacentros, onde, também, podemos atender direto, e isso nem sempre acontece atualmente, vamos manter nossa equipe de venda.

▶ A Deca sempre foi soberana no segmento de louças, mas outros players estão investindo e ganhando participação no mercado. Como vêem este momento?

Respeitamos muito os concorrentes. A Roca, por exemplo, tem 5 marcas, enquanto a Deca tem, apenas, uma e tudo tem seus prós e contras. Em algumas regiões, o concorrente utiliza uma marca para trabalhar, diferentemente de outra. A Deca é uma marca única no Brasil inteiro e essa é nossa grande aposta. Temos a preocupação de defender o nosso share, nossa participação no mercado e isso está incentivando novas ações comerciais.

▶ Muitas empresas compram marcas regionais e as mantêm até a completa transição. A Deca pretende ir às compras, também?

O que a gente entende, hoje, é que a estratégia da companhia é atuar com apenas uma marca. Então, o que temos de fazer é mostrar para o consumidor que temos uma marca que pode atendê-lo com vários produtos. O nosso portfólio é imenso, mas o que está acontecendo é que o consumidor não sabe disso. Muitos pensam, até, que a marca Deca não

**TOP
OF
MIND**
Revenda Construção



Materiais Elétricos

TOP OF MIND
CHUVEIROS ELÉTRICOS
DEDICAÇÃO RECONHECIDA



Entre em contato e conheça nossa variedade de produtos:
www.enerbras.com.br | 0800 645 3052 | (41) 98416-2089

é para ele, por ser muito sofisticada e cara. Percebemos, pela pesquisa, que a Deca é uma marca aspiracional. Sendo uma marca assim, temos de comunicar melhor nosso portfólio e mostrar que temos produtos que podem atender à necessidade do consumidor, independentemente da classe social. Às vezes, ele não quer, ou não pode ter, produtos Deca em toda a sua casa, mas pode ter em um lavado, um banheiro, por exemplo.

► **A Deca aposta no desenvolvimento dos produtos e na tecnologia para vencer a concorrência?**

Sempre fomos muito fortes em tecnologia. Na Revestir, por exemplo, surpreendemos ao lançar uma ducha higiênica que vai sacudir o mercado. Antes, após a utilização da ducha higiênica, era necessário fechar o registro para parar a pressão da água e interromper o vazamento. Pouca gente sabe disso e acaba deixando o registro aberto e, em algum momento, isso vai estourar. Desenvolvemos uma tecnologia que foi patenteada no mundo inteiro, onde a nossa ducha higiênica despressuriza a ducha e o controle está na ponta. Está dentro do padrão Deca Confort, é claro, e, ao abri-la, dará a vazão normal da água e, ao fechá-la, o vazamento vai se dar apenas com a água que estiver no flexível, ficando despressurizado. O produto estará no mercado no segundo semestre com preço acessível para todos os segmentos.

► **Como a Deca trabalha o desenvolvimento e o lançamento de produtos?**

Estabelecemos três janelas de lançamentos ao longo do ano: março, julho e outubro. Então, temos produtos que lançamos nessas três épocas.

► **E quais são?**

Um dos nossos grandes aprendizados foi que estávamos lançando pro-

“Estamos utilizando, cada vez mais, a tecnologia para comunicar nossos lançamentos. Vamos desenvolver, cada vez mais, nosso conteúdo para o nosso cliente e para o revendedor. O nosso segmento ainda é conhecido por utilizar a venda assistida.”

NELSON RICARDO TEIXEIRA,
diretor Comercial da
Divisão Deca



ductos todos os meses, e, para funcionar melhor o lançamento, e trabalhar melhor a comunicação desses lançamentos, resolvemos fazer essas janelas. E, sempre pensando, também, na revitalização do nosso portfólio. E, também, estamos descontinuando alguns produtos para que esse portfólio não fique exageradamente grande e difícil de trabalhar.

► **E como é feita a comunicação desses lançamentos aos revendedores?**

Estamos utilizando, cada vez mais, a tecnologia para comunicar nossos lançamentos. Vamos desenvolver, cada vez mais, nosso conteúdo para o nosso cliente e para o revendedor. O nosso segmento ainda é conhecido por utilizar a venda assistida. O que é isso: o consumidor precisa de alguma ajuda para fazer alguma compra. Seja do balconista, do profissional, do empreiteiro, enfim, alguém tem que dar alguma dica para consumir os nossos produtos, do segmento. Não é como comprar um alimento, ou algum produto da linha branca, com que o consumidor se sente mais seguro ao fazer sozinho a compra por total conhecimento. Comprar uma televisão ou uma geladeira é preocupar-se, basicamente, em saber suas medidas para ver se caberá

no espaço destinado. O nosso segmento ainda requer uma venda assistida. Então, como o hábito do consumidor mudou, vamos levar, cada vez mais, conteúdo para que possa se sentir mais seguro na hora de entrar em uma loja na busca por um produto. O novo consumidor é muito digital e a nossa empresa, também, passa a ser mais digital, e estamos preparando as nossas equipes para isso.

► **De que maneira?**

Com filmes, sites, ensinamento a distância, mídia fechada, YouTube e, também, trabalhando muito com influenciadores digitais. O nosso APP está muito, qualquer um pode baixar e aprender muito sobre os nossos produtos. Posso dizer que é um trabalho muito forte que estamos desenvolvendo para ajudar o cliente a ficar mais seguro.

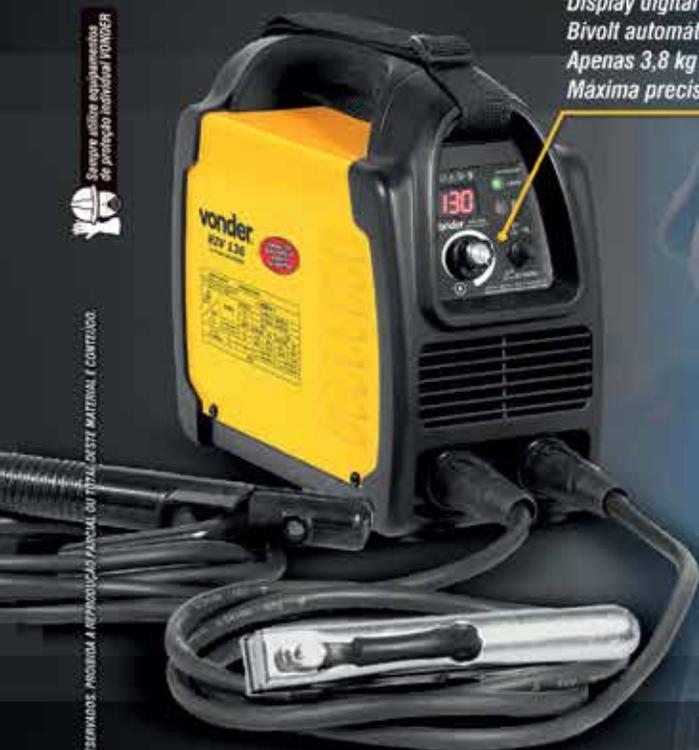
► **Essas novas ações têm funcionado com os revendedores?**

E muito! Em nosso site, eles podem conhecer todos os nossos produtos, inclusive, com os benefícios e os atributos deles, o que ajudará muito nas vendas. Não queremos que as pessoas comprem Deca apenas porque é Deca. Tem um desejo aspiracional e precisamos dizer a eles os benefícios que os nossos produtos vão proporcionar

INVERSOR PARA SOLDA ELÉTRICA RIV 136

Máxima tecnologia, mobilidade e
performance para os processos de solda!

Display digital
Bivolt automático
Apenas 3,8 kg
Máxima precisão



www.vonder.com.br

Assista aos vídeos e siga a
VONDER nas redes sociais!

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

Trabalhe com a linha completa
de Inversores para Solda VONDER!



Baixe um aplicativo leitor de QR CODE
e assista ao vídeo dos Inversores
para Solda pelo seu smartphone!



Construsul
Feira Internacional da Construção

01 a 04
AGOSTO
2018

Visite-nos!

É bom trabalhar com

vonder®

Maior tecnologia e produtividade nos processos de solda! A escolha é sua e a qualidade é VONDER!

Sempre utilize equipamentos
de proteção individual VONDER

IMAGENS ILUSTRATIVAS - TODOS OS DIREITOS RESERVADOS - PROIBIDA A REPRODUÇÃO PARCIAL OU TOTAL DESTA MATERIAL / CONTUDO



“A Duratex está trabalhando há dois anos para ser uma empresa totalmente digital e o que reconhecemos é que a empresa precisa ser mais ágil para atender a esse novo consumidor. Temos quatro tributos como foco: gente, processos, clientes e resultados.”

NELSON RICARDO TEIXEIRA,
diretor Comercial da
Divisão Deca

-lhe. O Deca Confort tem que ser divulgado para que as pessoas entendam bem o produto e, para isso, é preciso comunicar ao mercado. Por exemplo: temos uma Cuba, chamada L737, que é uma mistura da L73 e a L37. A primeira é a cuba tradicional, oval, que, geralmente, é utilizada quando da entrega de uma apartamento. É colocada embaixo do tampo. Desenvolvemos um produto que fica por cima do tampo, com a mesma medida do outro, que é retirado. Isso muda completamente o visual do banheiro, sem quebrar nada, aproveitando o projeto já existente. Vimos que o consumidor não quer en-

carar uma reforma, que, muitas vezes, vai causar-lhe desconforto, por isso, a cuba oval de sobrepor. Desenvolvemos esse produto há um ano e só comunicamos agora, na Revestir. Agora criamos material de ponto de venda para as revendas para divulgar o produto, que, certamente, vai elevar o patamar de vendas do cliente.

► **É difícil esta comunicação dentro das revendas?**

Sim, porque os nossos produtos não têm funcionamento dentro da loja, ficam estáticos em uma gôndola e o consumidor não vê o seu funcionamento. Se temos algumas vantagens em relação à concorrência, temos que comunicar ao cliente, utilizando o meio digital.

► **Como a Deca trabalha com a economia de água?**

O Deca Confort foi criado para a melhor funcionalidade e, como consequência, a economia de água. Somos uma empresa muito sustentável e conseguimos a economia com funcionalidade. Estamos sempre preocupados com as crises hídras e queremos desenvolver produtos que consumam menos água, sempre seguindo as normas e as legislações do Brasil e as dos países para onde exportamos.

► **A Deca vai entrar em outros segmentos do mercado? Quer ser um dos maiores players de material de construção do Brasil?**

A Deca comprou a Ceusa, de pisos e revestimentos cerâmicos. Um namorado antigo. Nosso lema é “Soluções para melhor viver”, que está em toda a nossa comunicação, e, tudo que está dentro dessa filosofia, nós queremos ter para estar, com produtos nos escritórios ou nas residências. A Ceusa vem ajudar nesse ponto; uma empresa enxuta que produz produtos de qualidade e vai operar de forma independente, mas, agora, com a força da Duratex, e essa troca de experiências, de boas práticas, vai crescer. A estratégica ainda não foi definida, mas podemos dizer que a marca Deca está aberta a outros segmentos.

► **Como a empresa vê a chegada do digital nesse mercado?**

A Duratex está trabalhando há dois anos para ser uma empresa totalmente digital e o que reconhecemos é que a empresa precisa ser mais ágil para atender a esse novo consumidor. Temos quatro tributos como foco: gente, processos, clientes e resultados. Com isso, a empresa caminha para ficar mais ágil, menos burocrática e mais próxima do cliente consumidor. Essa nova postura está sendo disseminada para os nossos 11 mil funcionários que trabalham em 20 unidades fabris espalhadas pelo Brasil.

► **É uma grande mudança?**

Agora, estamos olhando de fora para dentro, entendendo esse novo consumidor. Criamos um Comitê de Clientes, ouvindo-os de forma estruturada, procurando entender o que eles querem e atuar nos processos, na relação, e procurando, com esse cliente/revendedor, uma relação ganha-ganha.

LIXADEIRAS DE PAREDE

Muito mais praticidade, ergonomia e produtividade nas pinturas profissionais!

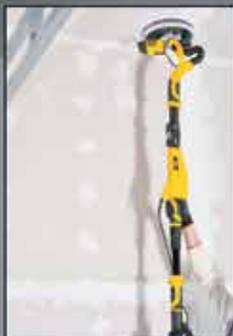
www.vonder.com.br

Sempre utilize equipamentos de proteção individual VONDER



LPV 600

- Uso obrigatório de aspirador de pó para partículas finas*
*não acompanha



- Facilitam os trabalhos em tetos ou áreas de difícil acesso



- Cabo dobrável: fácil armazenamento e transporte!

LED para melhor iluminação da área trabalhada

- Ideais para paredes de alvenaria, gesso e massa corrida

- Potência: 600 W
- Tensões: 127 V~ e 220 V~
- Motor com dupla isolamento
- Velocidade variável
- Diâmetro da lixa: 225 mm

Assista aos vídeos e siga a VONDER nas redes sociais!

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



Conheça também as Lixadeiras de Parede LPV 750 e LPV 1000 VONDER!

Visite-nos!

01 a 04
AGOSTO
2018

Construsul
Feira Internacional da Construção

Baixe um aplicativo leitor de QR CODE e assista ao vídeo das Lixadeiras de Parede pelo seu smartphone!



É bom trabalhar com

vonder®

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

ILUSTRACÃO: FERRAMENTAS VONDER. FOTOS: OS ANTONIO REIS/AGÊNCIA FOTOGRAFIA/AGÊNCIA FOTOGRAFIA/AGÊNCIA FOTOGRAFIA

hydra

POR QUE SÓ 3 TEMPERATURAS,
SE COM A HYDRA VOCÊ PODE
TER TODAS?



POLO PLUS



**SISTEMA ELETRÔNICO
DIGITAL:**
MAIS TEMPERATURAS
CONTROLADAS PELO VISOR.

Eleita entre as melhores
empresas de duchas e
torneiras elétricas no
prêmio Top of Mind
da Revista Revenda.

www.hydra-corona.com.br

 Hydra  Hydra  hydra_oficial

VOTE NO ATACADISTA DE SUA PREFERÊNCIA

A partir de 4 de julho, revendedores de materiais de construção de todo o Brasil votarão no 13º Prêmio Excelência Atacadista Distribuidor de Material de Construção. Baseado em um mailing de mais de 30 mil lojas de materiais de construção de pequeno, médio e grande porte, o Quinta Essência Pesquisa e Inteligência de Mercado, do Grupo Revenda, entrarão em contato com os lojistas para que estes votem no atacadista distribuidor de sua preferência.

As entrevistas são feitas por meio de telefonemas pelo sistema CAT, aprimorando ainda mais a pesquisa, uma vez que, para determinar a distribuição dos telefonemas, será levada em consideração a importância da região/Estado dentro do PIB que a representa.

O evento de premiação do 13º Prêmio Excelência Atacadista Distribuidor será realizado no dia 11 de setembro, no Secovi-SP.



TOP OF MIND

Revenda Construção



2017

As entrevistas do Top Of Mind foram realizadas entre dezembro de 2017 e maio de 2018, divididas em 10 segmentos: Esquadrias e Ferragens, Ferramentas, Itens para Banheiro, Itens para Cozinha, Material Básico, Material para Acabamento, Material Elétrico, Tintas e Acessórios, Material Hidráulico e Outras Categorias, englobando Atacadistas/Distribuidores, Indústrias mais parceiras, Serviços Financeiros e Veículos de Carga. Foram realizadas 7.453 entrevistas telefônicas com lojistas de bairro de porte pequeno e médio, representando a pulverização do varejo do segmento, sendo que os resultados foram ponderados de acordo com o número de lojas por regiões pela Best Forecast Marketing e Modelagem, considerando critérios fornecidos pelo DataMkt Construção, com participações de 51% da região Sudeste, 21% da região Sul, 19% da região Nordeste e 9% da região Centro-Oeste. Eventuais diferenças percentuais em relação aos resultados fornecidos antes do fechamento da edição, devem-se, justamente, a essa ponderação, porém, não alteram, significativamente, os resultados finais. Eventualmente, ocorrem empates técnicos por causa do erro amostral de 3,79% com 95% de confiabilidade.



Q PUNTO DE VENDA É UM ALTAR



Ainda há um mito que nos persegue nos ambientes de negócios: muitos continuam afirmando que 70% das decisões de compra são tomadas no ponto de venda. Isso nos levaria a deslocar uma parte substancial das verbas de marketing e comunicação para esses locais.

É um mito alimentado por estudos internacionais que reúnem organizações do varejo e é alimentado, também, por uma suposta comodidade de que, assim, não precisaríamos nos preocupar tanto com o que as marcas precisariam dizer fora dos pontos de venda.

Nós, ao longo dos 25 anos de existência da TroianoBranding, temos tido o privilégio de trabalhar com muitas marcas do mercado de construção e arquitetura: tintas, argamassa, laminados, porcelanato, tubos e conexões, iluminação, cimento e, talvez, esteja me esquecendo de alguns.

Essas experiências nos mostraram o quanto esse mito é insustentável. A decisão no ponto de venda é o momento culminante de um longo e delicado processo de afeição e confiança que se constrói em torno de uma determinada marca. Mesmo que o papel da revenda seja poderoso para completar o fechamento do negócio, ousou afirmar, como tenho certeza de que vocês já sabem, que noiva não se escolhe no altar!

A escolha e a preferência por uma determinada marca são frutos de

uma história permeada por muitos momentos de experiência com ela, e de muitos contatos de comunicação, sejam eles quais forem. Entre os quais, os contatos privilegiados de aconselhamento de outros usuários da marca, ou contatos de natureza publicitária, offline e online, ou de resultados com o uso da marca e seus produtos.

O processo de decisão que se completa num ponto de venda é, portanto, o que materializa o “namoro” ou a crença de que é com aquela marca que eu vou estabelecer um feliz “casamento”. No mercado de produtos e equipamentos para construção e arquitetura, esse mito é ainda mais enganador. Quando, há alguns anos, auditamos o quanto a escolha de uma determinada marca ocorria fora do ponto de venda, chegamos a um valor em torno de 75%. Ou seja, em 75% das decisões de compra, a marca, efetivamente, adquirida era uma das que haviam sido previamente indicadas como preferida.

Por várias razões, acreditamos que, em mercados profissionais como o de construção e arquitetura, esse valor deve ser ainda maior. Duas fortes razões contribuem para isso.

Em primeiro lugar, diferentemente do mercado de consumo, onde o erro de uma compra equivocada é mais tolerável, no território profissional ele é muito menos desculpá-

vel, em função, principalmente, dos padrões de investimento que estão em jogo. O biscoito de que eu não gostei eu posso substituir na próxima compra. Pintar de novo as paredes da casa são outros quinhentos. E, em segundo lugar, a escolha da marca nesse mercado está muito conectada com a qualidade percebida do serviço prestado. Quantas vezes já ouvimos depoimentos de pedreiros, encanadores, azulejistas e empreiteiros em geral afirmando que determinada marca é a única garantia de entrega de um serviço com padrão de indiscutível qualidade. Algo semelhante ao que acontece no mercado de consumo, também: minha irmã pediu-me desculpas porque o bolo de fubá não tinha a mesma qualidade de sempre. Ela me explicou: “É que eu não consegui achar Farinha Dona Benta”. Podem ter certeza de que pedreiros, encanadores, azulejistas e todo um exército de empreiteiros também têm sua “Farinha Dona Benta” para o maravilhoso bolo que “cozinham”. Salve o ponto de venda onde a cerimônia se concretiza. Afinal, é lá que se celebra o longo e afetuoso romance e namoro com a marca.



Jaime Troiano
é Presidente da
TroianoBranding



E VIVERAM FELIZES PARA SEMPRE...



Embora, desde 2014, nos últimos quatro anos do Painel Comportamental do Consumo de Materiais de Construção, realizado pelo **DataMkt Construção** - sistema de inteligência de mercado cogeri-do por Leroy Merlin, Eucatex, Pincéis Atlas, Votorantim Cimentos e Deca -, seja perceptível a evolução da influência dos meios digitais durante a jornada de compra de materiais de construção, ainda sim, é na loja física onde ocorre a maior parte das pesquisas anteriores ao início das compras para a construção e a reforma residenciais, e a escolha dos produtos e marcas no momento efetivo dessas mesmas compras.

Mas, como muito bem desenvolvido por Jaime Troiano, Presidente da TroianoBranding, no artigo publicado nas páginas anteriores, a loja física é o momento da celebração de um casamento entre marcas e clientes, cujo namoro começou muito antes do início das pesquisas visando a realização dessa obra.

Então, mediante esse pressuposto, perguntamos a você, lojista de material de construção, sua loja quer ser o altar da temida objeção à pergunta: se alguém tem alguma coisa contra esse casamento fale agora ... ou, ser o altar onde os consumidores dirão, alegremente, SIM!?

Entre muitos aspectos ligados à operação e à ambientação que passam, desde a disposição dos produtos até o preparo emocional e técnico dos ven-

dedores, as marcas oferecidas, certamente, se assemelham a aliança de compromisso pós esse SIM!

Segundo dados do Painel, considerando a média dos anos de 2015/2016 e 2017, totalizando - nessas pesquisas sempre entregues em setembro dos respectivos anos -, 2.465 consumidores que realizaram grandes obras residenciais, 76,1% pesquisaram e compararam informações dos materiais que seriam usados nas Lojas Físicas de Materiais de Construção, antes mesmo de começarem a reforma, e, conseqüentemente, as compras.

Para se ter uma proporção da relevância desse número, e considerando os mesmos parâmetros de leitura, os sites dos fabricantes apareceram em segundo lugar, com 35,6%, seguidos pelas mídias sociais - aglutinando e eliminando duplicidades entre YouTube, Facebook, Pinterest, Instragram, entre outras, com 25,7%.

E, já avançando para a última fase da jornada de compra, ainda segundo o Painel, porém, apoiando-nos somente na pesquisa mais recente, entregue em setembro de 2017, 69,1% dos entrevistados alegaram que decidiram a maior parte das marcas que seriam compradas na própria loja, um crescimento em relação a mesma pergunta feita no Painel há dois anos, entregue em setembro de 2015, quando 67,6% disseram tê-lo feito.

Já podemos escutar a Marcha Nupcial de Hendell, acompanhando os clientes entrando em sua loja.

Porém, a concretização das vendas, ou, o momento em que as alianças serão finalmente trocadas, passa também pela qualidade das marcas oferecidas, aquelas com propósito - a verdadeira essência, construída da alma da organização para fora -, e claro posicionamento de mercado, o lugar externo em que essa marca ocupa na sua categoria diante dos concorrentes.

Essas marcas carregam consigo uma história no mercado brasileiro ou global, construídas por cada colaborador interno e pelo seu posicionamento, materializando nas gôndolas e balcões credibilidade, solidez e confiança, atributos esses dos quais a bandeira da loja, independentemente do porte, se apropria no momento da conversão das vendas.

Num cenário de instabilidade político-econômica, com uma recuperação frágil, oscilante e incerta, essa associação é decisiva não só como ponto de apoio para alavancar as vendas, mas, também, para a própria sustentabilidade da loja, que encontrará solidez nas políticas comerciais e de marketing desses fornecedores para o negócio.

E, celebrada com uma aliança de ouro em sua loja a união entre marcas e clientes, eles poderão partir para a lua de mel no lugar mais importante de suas vidas: seus lares novos.

E assim, viverem felizes para sempre!

Newton Guimarães é Diretor de Inteligência de Mercado DataMkt Construção e **Grupo Revenda**



“Estar entre as marcas mais lembradas da categoria filtros do prêmio **Top Of Mind**, pelo segundo ano consecutivo, é motivo de muito orgulho para a ACQUABIOS! Quando uma grande equipe se reúne, bons frutos são colhidos! Agradecemos a todos os parceiros pelo reconhecimento de nossos esforços!”

DAIANE PANAZZOLO,
diretora da Acquabios



“Estamos muito felizes em receber, novamente, o Troféu Destaque do **Grupo Revenda**, e é uma grande honra para a Adere estar consolidada no **Top Of Mind** da categoria de Fitas Adesivas. Isso mostra que estamos, há mais de 50 anos, no caminho certo. Agradecemos à confiança!”

LUIS GUSTAVO TOMASI DIAS,
presidente da Adere Fitas Adesivas

“A cada ano, é uma enorme satisfação conferir o resultado da pesquisa **Top Of Mind** realizada pela **Revenda Construção**, pois trabalhamos com muita dedicação e seriedade para manter a nossa posição de liderança em reservatórios e avançarmos no mercado de tubos e conexões de PVC. A conquista dessas primeiras colocações traz orgulho do sucesso da estratégia traçada até aqui, mas, sobretudo, reforça o compromisso da Fortlev de continuar entregando as melhores soluções ao consumidor, sempre com máximo respeito e reconhecimento aos nossos colaboradores, parceiros e clientes.”

WENZEL REGO, diretor
Comercial e de Marketing
da FORTLEV



“Para a Supremo, é muito importante estar em segundo lugar na região sudeste, e entre os 10 primeiros no país, pela revista **Revenda Construção**. Demonstrando, assim, a indiscutível qualidade de nossos produtos, que estão presentes no mercado há mais de 15 anos.”

HELENO LEANDRO, diretor Comercial da ferramentas Supremo



“A GalaxyLED é uma empresa brasileira especializada no desenvolvimento de produtos de iluminação com tecnologia LED. Toda a nossa equipe é extremamente capacitada e comprometida para auxiliar na resolução de problemas com agilidade e eficiência. Sem a tecnologia, não conseguiria imaginar bons resultados, muito menos todo o aprimoramento conquistado na gestão.”

SAMIR BUENO, Chief Operating Officer da GalaxyLED

Bostik Fortaleza. Boas obras, boas lembranças.



A **Bostik Fortaleza** trabalha pela construção de um mundo melhor. É muito bom saber que o nosso revendedor está percebendo isso. Obrigado a todos pelo reconhecimento e apoio.

2º lugar no Prêmio Top of Mind – Rejunte

4º lugar no Prêmio Top of Mind – Argamassas



#ConstruçãoInteligente

www.bostik.com.br
sac@bostik.com





“Para a MOTOMIL®, ser reconhecida entre as marcas lembradas pelo cliente no mercado em que atua, reforça o nosso compromisso em desenvolver produtos e atender nosso cliente de forma que gere confiança em nossas marcas. Receber o prêmio **TOP OF MIND REVENDA CONSTRUÇÃO** é o significado de uma empresa que busca **INOVAR SEMPRE**, com o foco em soluções para nossos clientes, e esse reconhecimento é o resultado da dedicação de todos que são envolvidos neste processo.”

MARCOLINO CIPRIANI, diretor Presidente do Grupo GMEG.

“É muito gratificante colher os frutos de um trabalho sério realizado por uma equipe competente. São quase seis anos de Brasil, e estamos participando, pela terceira vez do Prêmio **TOP OF MIND**. Agradecemos, muito, os nossos parceiros de negócios que permitem que tenhamos esta posição de destaque. Oportuno destacar, também, a importância do trabalho realizado pela revista **Revenda Construção**, que, anualmente, divulga e premia as empresas que se diferenciam no mercado. A nossa responsabilidade com os nossos clientes fica ainda maior daqui para diante. Obrigado pelo reconhecimento.”

ARNO GRAHL, diretor da Gamma Ferramentas



“Com trabalho árduo e comprometimento, a Megatron vem demonstrando, ano a ano, resultados muito positivos no mercado. A revenda é um canal importantíssimo para alcançarmos os nossos objetivos e fortalecermos, cada vez mais, a nossa marca no ponto de venda e o bom relacionamento com nosso cliente, portanto, somos gratos pelo reconhecimento e parceria que vêm evoluindo constantemente.”

VALMIR FERREIRA SANTOS, gerente Comercial da Megatron

“Desde 1962, o Grupo Perlex vem construindo uma reputação inigualável, pautada pela qualidade dos produtos e atendimento aos lojistas, reputação essa reconhecida, ano após ano, pelos inúmeros prêmios conquistados. Estar entre as marcas mais lembradas, em várias categorias do segmento de materiais elétricos, somente reforça a nossa obrigação de continuar fazendo o melhor pelos nossos clientes. Muito obrigada a todos os revendedores de materiais de construção por mais esse expressiva votação!”

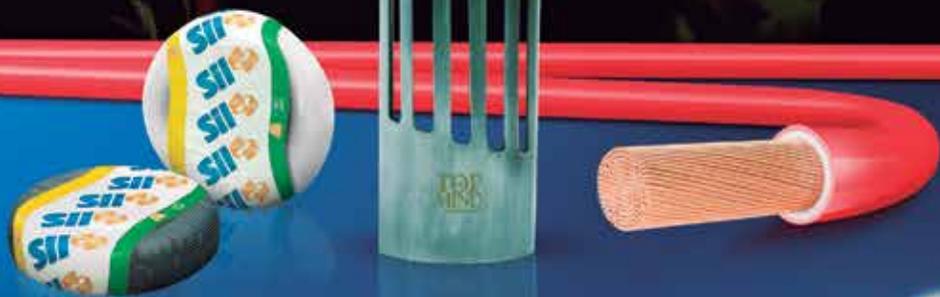
ELVIRA ROS, Presidente Grupo Perlex



sil.com.br

COM SIL
NA JOGADA,
A ENERGIA
ROLOU SOLTA
NA PREMIAÇÃO
TOP OF MIND!

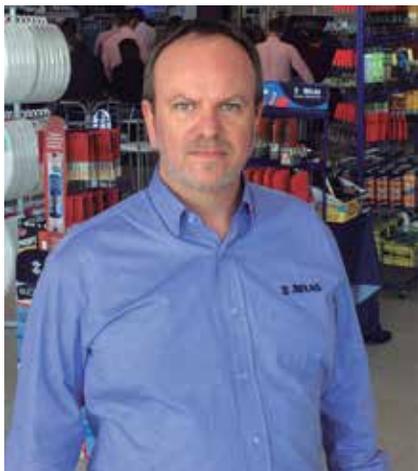
Pela 13ª vez consecutiva, a **SIL** conquista o **Prêmio TOP OF MIND**.
A todos, o nosso muito obrigado!



SIL



BAIXE O APLICATIVO DA SIL
NO SEU CELULAR E FIQUE LIGADO!



“O Top of Mind Revenda Construção é importante para nosso segmento, um indicador relevante para avaliar a forma como o mercado percebe os fornecedores e as principais marcas do mercado. Ficamos muito felizes com o reconhecimento obtido, mostrar todo o conjunto de produto e serviço que nos dedicamos para oferecer tem sido valorizado por nossos clientes.”

MARCIO ATZ, diretor da Divisão de Materiais de Construção da Pincéis Atlas

“Ser o primeiro na mente dos lojistas significa muito para nós. Mas, somos mais. A Precon é líder. Líder de mercado, de clientes, da tecnologia e é a marca de telhas de PVC com a maior capacidade de produção e distribuição. Só temos a agradecer aos lojistas pela parceria e o reconhecimento. Obrigado! A Precon é líder junto do Brasil inteiro.”

LUIS FELIPE PEREIRA MORGADO, diretor de Mercado da Precon Industrial S.A.



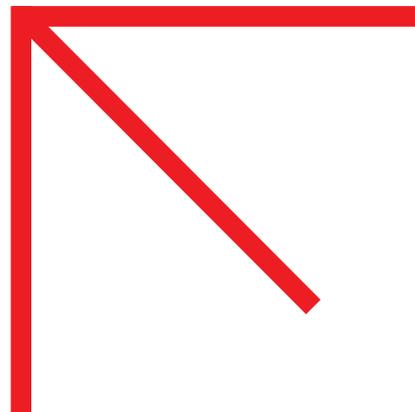
“Celebramos 75 anos, em 2018, e ficamos felizes por ser a marca mais lembrada pelos revendedores em nossos segmentos de atuação. Prezamos o respeito com os parceiros e o foco no mercado. Temos feito um trabalho voltado ao aperfeiçoamento contínuo, sempre com a premissa da qualidade, envolvendo desde o chão da fábrica até o pós-venda.”

LEONARDO KOZO SASAZAKI, presidente da Sasazaki e do Conselho Deliberativo da Indústria



“Esse reconhecimento vem de encontro com a preocupação que a Starrett tem com a qualidade e a performance. Neste último semestre, ampliamos a oferta na linha de trenas, oferecendo novas opções de embalagens. A recepção dos distribuidores e usuários foi positiva e já sentimos o reflexo nas vendas.”

ANTONIO ALBERTO D'ANGELO, gerente de Produto da Starrett



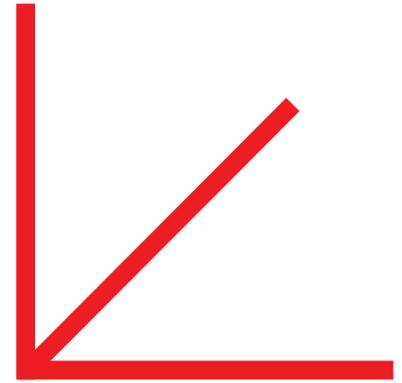


“Mais do que traduzir tendências de mercado e colocar em evidência os bons resultados, ser reconhecido pelo **Top Of Mind Revenda e Construção** contribui para a consolidação das marcas como especialistas no segmento. Para uma empresa igual a Tramontina, com mais de um século de história, estar entre os melhores nos motiva a seguir em frente, criando soluções em ferramentas e instigando novos desejos no consumidor.”

CLOVIS TRAMONTINA,
presidente do Conselho
de Administração da
Tramontina

“É sempre muito gratificante sermos referenciados pelos revendedores de materiais de construção no Prêmio **Top Of Mind Revenda Construção**, sinal de valorização e reconhecimento ao nosso trabalho e, principalmente, pelo desempenho da nossa marca e credibilidade dos nossos produtos. Ao longo desses 20 anos de atuação no mercado, a VONDER trilha uma trajetória de constante busca por inovação, tecnologia e máxima qualidade, aliadas a uma cobertura comercial e logística com abrangência nacional e internacional, além de um forte suporte e atendimento pós-venda, que fortalecem a marca e asseguram um grande compromisso da empresa com quem comercializa e trabalha com a VONDER. Por tudo isso, agradecemos imensamente ao mercado, seja pela forte parceria e proximidade, seja pela confiança diariamente demonstrada, por meio da preferência pelos nossos produtos nos PDVs em todo o Brasil.”

VALTER ANTONIO LIMA SANTOS, diretor Comercial do Grupo OVD/VONDER



“O prêmio **Top Of Mind** reforça nossa responsabilidade e compromisso com a satisfação de nossos clientes. Estar entre as marcas mais lembradas pelos parceiros revendedores é um grande reconhecimento ao empenho da Weber, produtos quartzolit, em oferecer soluções inovadoras e de alta qualidade. Afinal já são mais de 80 anos de muito trabalho, estando sempre ao lado de quem ajuda o Brasil a crescer. Em nome da Weber, agradecemos a confiança e a parceria.”

RENATO HOLZHEIM,
diretor-Geral da Weber

Outras

ATACADISTA DISTRIBUIDOR MAIS PARCEIRO DOS LOJISTAS

MARCA	TOTAL %
TAMBASA	24,34
MARTINS	15,30
FERRAGENS NEGRÃO	14,81
NOVA CASA	6,40
COFEMA ATACADISTA	5,34
ALMEIDA DISTRIBUIDOR	4,33
MUNDIAL ATACADISTA	3,88
CONSTRUJÁ	3,71
DIFERPAN DISTRIBUIDORA	2,09
GRUPO OVD	1,93
OUTROS	11,87
NÃO TRABALHA/NÃO LEMBRA/NÃO CONHECE	6,02
BASE PONDERADA	681
PENETRAÇÃO DE MARCA	93,98

SUL

TAMBASA	25,71 %
FERRAGENS NEGRÃO	17,86%
MARTINS	16,43 %

SUDESTE

TAMBASA	22,58 %
MARTINS	16,13 %
FERRAGENS NEGRÃO	13,78 %
COFEMA ATACADISTA	10,56 %
NOVA CASA	9,38 %

NORDESTE

TAMBASA	27,14 %
ALMEIDA	22,14%
FERRAGENS NEGRÃO	16,43 %

CENTRO-OESTE

TAMBASA	25,00 %
NOVA CASA	18,33 %
MUNDIAL ATACADISTA	15,00 %

SUL

TIGRE	25,00 %
VOTORANTIM CIMENTOS	14,29 %
GERDAU	12,86%

SUDESTE

TIGRE	19,35 %
VOTORANTIM CIMENTOS	17,30%
AMANCO	12,61 %
SUVINIL	9,68%
WEBER QUARTZOLIT	9,38 %

NORDESTE

TIGRE	25,00 %
VOTORANTIM CIMENTOS	17,14 %
GERDAU	15,00%

CENTRO-OESTE

TIGRE	30,00 %
VOTORANTIM CIMENTOS	20,00 %
AMANCO	13,33%

INDÚSTRIA MAIS PARCEIRA DOS LOJISTAS

MARCA	TOTAL %
TIGRE	22,60
VOTORANTIM CIMENTOS	16,89
GERDAU	10,21
AMANCO	9,52
WEBER QUARTZOLIT	9,09
DECA	5,06
SUVINIL	4,89
ASTRA	4,60
CORAL	3,30
FAME	2,22
OUTROS	7,85
NÃO TRABALHA/NÃO LEMBRA/NÃO CONHECE	3,77
BASE PONDERADA	681
PENETRAÇÃO DE MARCA	96,13

SERVIÇOS FINANCEIROS

MARCA	TOTAL %
BANCO DO BRASIL	30,86
CEF	22,70
ITAÚ	11,88
BRASESCO	10,91
SICREDI	3,94
LOSANGO	1,54
TRIBANCO	1,12
CIELO	1,08
MASTERCARD	0,92
OUTROS	6,13
NÃO TRABALHA/NÃO LEMBRA/NÃO CONHECE	8,94
BASE PONDERADA	669
PENETRAÇÃO DE MARCA	91,06

SUL

BANCO DO BRASIL	29,29 %
CEF	20,71 %
ITAÚ	13,57 %

SUDESTE

BANCO DO BRASIL	34,95 %
CEF	23,71 %
ITAÚ	15,81 %
BRASESCO	10,64 %
SICREDI	3,65 %

NORDESTE

BANCO DO BRASIL	29,29 %
CEF	25,00 %
BRASESCO	10,71 %

CENTRO-OESTE

CEF	16,67 %
BANCO DO BRASIL	15,00 %
ITAÚ	11,67 %

SUL

MAN LATIN AMERICA	30,00%
MERCEDES	25,71%
IVECO	15,71%

SUDESTE

MAN LATIN AMERICA	29,62 %
MERCEDES	23,17 %
FORD	13,20 %
VOLVO	10,56 %
HYUNDAI	3,52 %

NORDESTE

MAN LATIN AMERICA	39,29%
MERCEDES	18,57%
IVECO	10,00 %

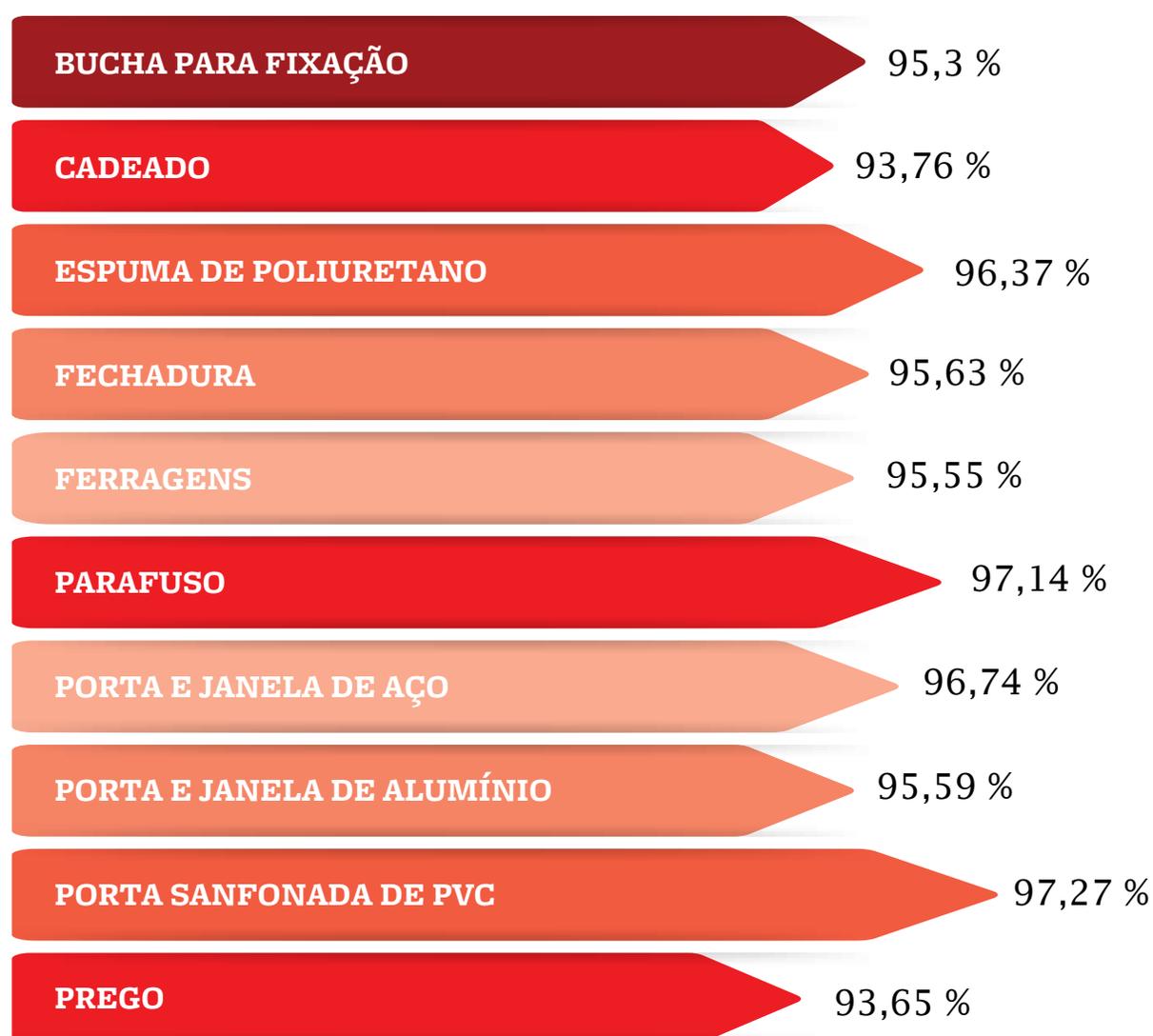
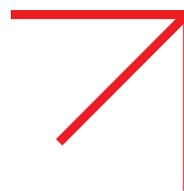
CENTRO-OESTE

MERCEDES	23,33 %
MAN LATIN AMERICA	20,00 %
FORD	13,33 %

VEÍCULOS DE CARGA

MARCA	TOTAL %
MAN LATIN AMERICA	30,72
MERCEDES	22,82
FORD	10,62
VOLVO	6,79
IVECO	6,29
HYUNDAI	1,78
SCANIA	1,48
KIA	1,19
TOYOTA	0,89
CHEVROLET	0,60
OUTROS	8,89
NÃO TRABALHA/NÃO LEMBRA/NÃO CONHECE	7,94
BASE PONDERADA	681
PENETRAÇÃO DE MARCA	92,06

Esquadrias e Ferragens



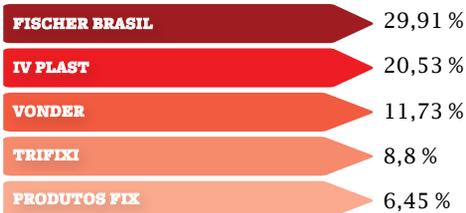
BUCHA PARA FIXAÇÃO

MARCA	TOTAL %
FISCHER BRASIL	29,49
IV PLAST	19,32
VONDER	8,67
APOIO	5,26
WURTH	4,65
TRIFIXI	4,45
USAF	3,7
PRODUTOS FIX	3,26
CISER	2,43
FIXTIL	2,25
OUTROS	11,81
NÃO TRABALHA/NÃO LEMBRA/ NÃO CONHECE	4,70
BASE PONDERADA	621
PENETRAÇÃO DE MARCA	95,30

SUL



SUDESTE



NORDESTE



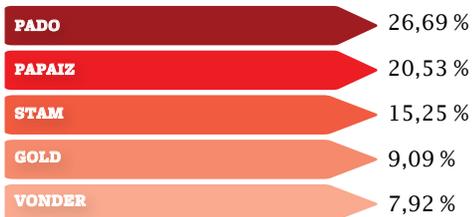
CENTRO-OESTE



SUL



SUDESTE



NORDESTE



CENTRO-OESTE



CADEADO

MARCA	TOTAL %
PADO	31,11
PAPAIZ	19,95
STAM	14,95
GOLD	4,6
VONDER	4
SOPRANO	3,72
FERRAGENS 3F	2,68
LAND	1,04
PILLER	0,89
OUTROS	10,83
NÃO TRABALHA/NÃO LEMBRA/ NÃO CONHECE	6,24
BASE PONDERADA	601
PENETRAÇÃO DE MARCA	93,76

ESPUMA DE POLIURETANO

MARCA	TOTAL %
MUNDIAL PRIME / AEROFLEX	23,67
TEKBOND	20,92
WEBER QUARTZOLIT	12,40
VEDACIT OTTO BAUMGART	10,2
AMAZONAS	6,54
FISCHER BRASIL	4,96
WHURT	4,47
TYTAN/SELENA	4,36
HENKEL	4,30
ORBI QUÍMICA	0,44
OUTROS	4,10
NÃO TRABALHA/NÃO LEMBRA/ NÃO CONHECE	3,63
BASE PONDERADA	668
PENETRAÇÃO DE MARCA	96,37

SUL

MUNDIAL PRIME / AEROFLEX	25 %
TEKBOND	20,71 %
AMAZONAS	17,86 %

SUDESTE

MUNDIAL PRIME / AEROFLEX	24,93 %
TEKBOND	22,29 %
WEBER QUARTZOLIT	15,84 %
VEDACIT OTTO BAUMGART	13,49 %
HENKEL	8,5 %

NORDESTE

MUNDIAL PRIME / AEROFLEX	29,92 %
VEDACIT OTTO BAUMGART	17,32 %
TEKBOND	14,96 %

CENTRO-OESTE

TYTAN/SELENA	41,67 %
TEKBOND	26,67 %
FISCHER	15 %

SUL

STAM	29,29 %
VONDER	25,71 %
PADO	20,71 %

SUDESTE

STAM	28,82 %
ALIANÇA METALÚRGICA	17,65 %
PADO	8,53 %
PAPAIZ	7,94 %
AROUCA	7,65 %

NORDESTE

SOPRANO	26,77 %
PAPAIZ	18,9 %
STAM	16,54 %

CENTRO-OESTE

STAM	28,33 %
PADO	26,67 %
FECHADURAS SF	18,33 %

FECHADURA

MARCA	TOTAL %
STAM	26,47
ALIANÇA METALÚRGICA	12,72
PADO	12,43
PAPAIZ	9,35
VONDER	9,08
SOPRANO	8,06
FERRAGENS 3F	3,89
AROUCA	3,87
HELA	1,64
MGM	1,64
OUTROS	6,50
NÃO TRABALHA/NÃO LEMBRA/ NÃO CONHECE	4,37
BASE PONDERADA	667
PENETRAÇÃO DE MARCA	95,63

NORTON

SAINT-GOBAIN®

Reshaping
your
world.



MAIS UMA VEZ A NORTON É A MARCA MAIS LEMBRADA!

Muito obrigado aos nossos clientes e parceiros
que fazem parte desse resultado.

www.nortonabrasives.com
f @ y Norton Abrasivos


SAINT-GOBAIN

FERRAGENS

MARCA	TOTAL %
TRAMONTINA	26,44
VONDER	16,32
ALIANÇA METALÚRGICA	16,19
METALÚRGICA ROCHA	6,36
ARCELORMITTAL	5,85
STANLEY BLACK & DECKER	5,63
STAM	4,15
GEDORE	3,41
SOPRANO	2,92
PADO	2,52
PARABONI	2,08
OUTROS	3,68
NÃO TRABALHA/NÃO LEMBRA/NÃO CONHECE	4,45
BASE PONDERADA	656
PENETRAÇÃO DE MARCA	95,55

SUL

VONDER	30,47 %
TRAMONTINA	28,91 %
ALIANÇA METALÚRGICA	25,78 %

SUDESTE

TRAMONTINA	22,87 %
ALIANÇA METALÚRGICA	13,49 %
STANLEY BLACK & DECKER	11,14 %
METALÚRGICA ROCHA	9,68 %
STAM	8,21 %

NORDESTE

TRAMONTINA	25,98 %
VONDER	19,69 %
ALIANÇA METALÚRGICA	17,32 %

CENTRO-OESTE

TRAMONTINA	41,67 %
VONDER	28,33 %
ALIANÇA METALÚRGICA	6,67 %

SUL

CISER	27,86 %
VONDER	17,86 %
JOMARCA	15,71 %

SUDESTE

CISER	14,08 %
JOMARCA	12,32 %
ALIANÇA METALURGICA	11,14 %
GERDAU	10,56 %
FISCHER BRASIL	10,26 %

NORDESTE

CISER	23,62 %
JOMARCA	19,69 %
FISCHER BRASIL	18,11 %

CENTRO-OESTE

CISER	30 %
JOMARCA	26,67 %
BELENUS	23,33 %

PARAFUSO

MARCA	TOTAL %
CISER	20,26
JOMARCA	15,76
BELENUS	12
FISCHER BRASIL	11,26
VONDER	10,65
ALIANÇA METALURGICA	5,63
GERDAU	5,34
MITTO	3,71
WURTH	3,56
ANCORA	3,41
OUTROS	5,56
NÃO TRABALHA/NÃO LEMBRA/NÃO CONHECE	2,86
BASE PONDERADA	668
PENETRAÇÃO DE MARCA	97,14

FOX LUX**Famastil®**

MEMÓ- RIA

Mais uma vez o Grupo Foxlux é lembrado no Top Of Mind da Revenda. Tudo isso é graças a você, que faz questão de nos ter na memória.

**2º** LUGAR**FERRAMENTA MANUAL PARA JARDIM E AGRICULTURA****4º** LUGAR**LÂMPADA FLUORESCENTE (COMPACTA E TUBULAR)****5º** LUGAR**LÂMPADA DE LED****5º** LUGAR**LUMINÁRIA**

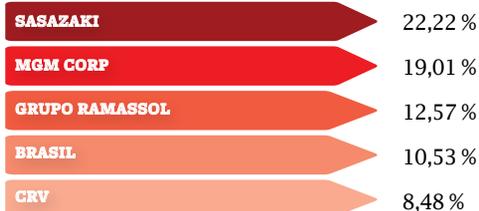
PORTA E JANELA DE AÇO

MARCA	TOTAL %
SASAZAKI	35,34
MGM CORP	19,46
GRUPO RAMASSOL	11,16
BRASIL	10,22
CRV	6,31
LUCASA	3,99
GIRASSOL	3,7
HB	1,63
VITROLAR	1,33
ESQUADRISUL	1,03
OUTROS	2,57
NÃO TRABALHA/NÃO LEMBRA/ NÃO CONHECE	3,26
BASE PONDERADA	637
PENETRAÇÃO DE MARCA	96,74

SUL



SUDESTE



NORDESTE



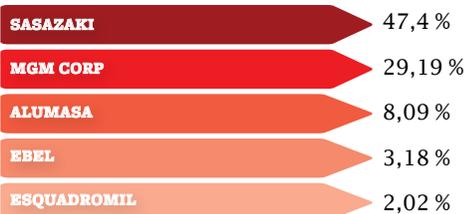
CENTRO-OESTE



SUL



SUDESTE



NORDESTE



CENTRO-OESTE



PORTA E JANELA DE ALUMÍNIO

MARCA	TOTAL %
SASAZAKI	40,7
MGM CORP	27,19
ALUMASA	10,82
EBEL	6,09
ASTRA	4,17
ESQUADROMIL	1,02
BRASIL	0,88
CRV	0,44
JANELOT	0,29
ESQUADRISUL	0,29
OUTROS	3,70
NÃO TRABALHA/NÃO LEMBRA/ NÃO CONHECE	4,41
BASE PONDERADA	673
PENETRAÇÃO DE MARCA	95,59

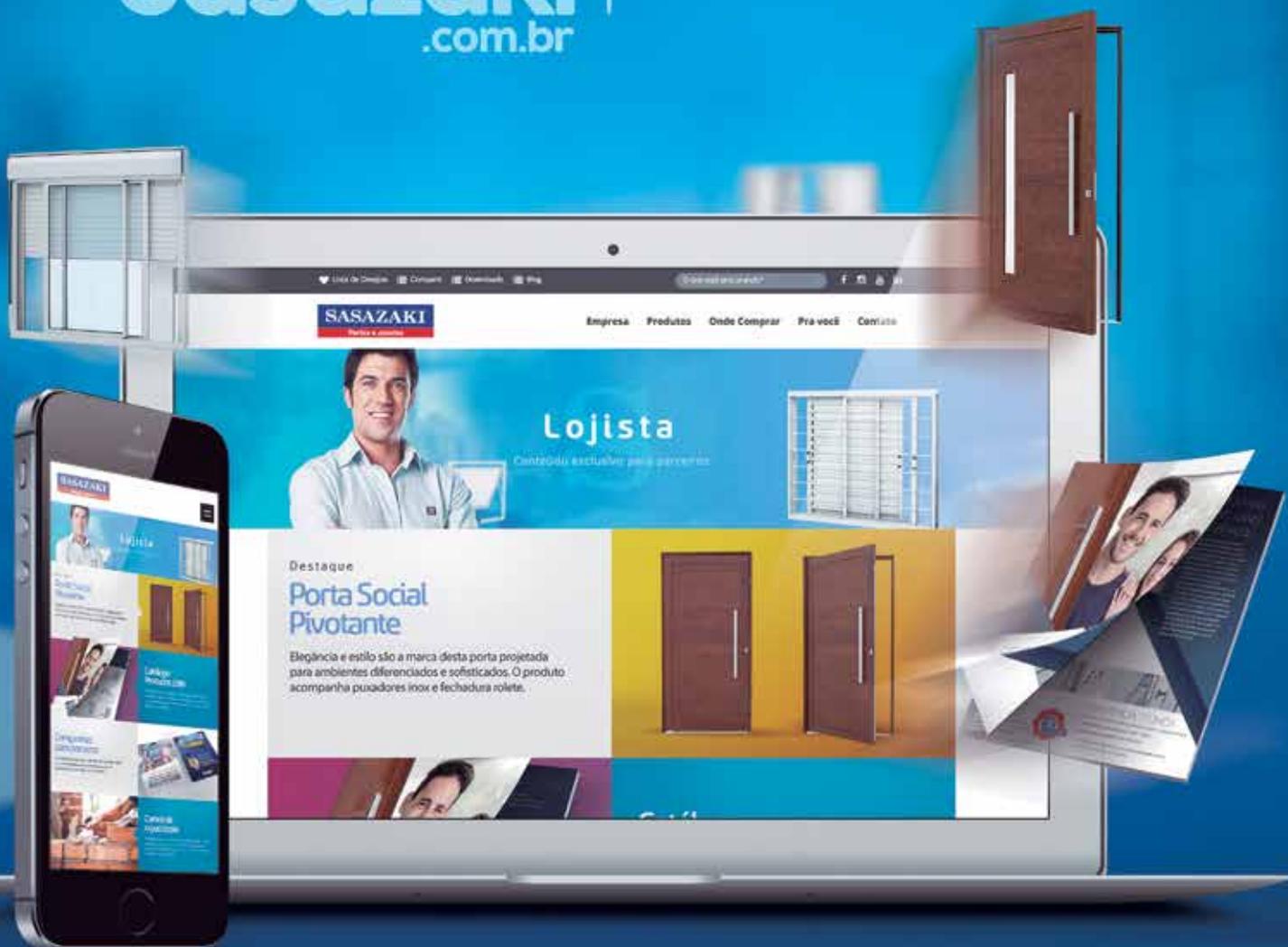
Novo Site

Sasazaki

.com.br

Nosso site está de cara nova e cheio de conteúdo para você parceiro, revendedor ou lojista.

facebook



Mais moderno



Mais completo



Mais fácil de encontrar



Mais interativo



Acesse
e confira

f i y /SasazakiOficial
in Sasazaki - Portas e Janelas
www.sasazaki.com.br



PORTA SANFONADA DE PVC

MARCA	TOTAL %
PLASBIL	37,11
PRECON	14,47
DUDA	13,96
ARAFORROS	11,43
POLIFORT /PLASTILIT	9,10
GRUPO PERLEX	1,74
TIGRE	1,59
BELPLAST	1,45
MULTILIT	1,3
PERMATTI	1,16
OUTROS	3,94
NÃO TRABALHA/NÃO LEMBRA/ NÃO CONHECE	2,73
BASE PONDERADA	663
PENETRAÇÃO DE MARCA	92,27

SUL

PLASBIL	48,03 %
ARAFORROS	22,83 %
PRECON	13,39 %

SUDESTE

PLASBIL	26,93 %
DUDA	20,63 %
PRECON	13,75 %
POLIFORT /PLASTILIT	12,32 %
ARAFORROS	8,31 %

NORDESTE

PLASBIL	52,76 %
PRECON	14,17 %
ARAFORROS	12,6 %

CENTRO-OESTE

PLASBIL	35 %
DUDA	23,33 %
PRECON	21,67 %

SUL

GERDAU	32,29 %
ARCELORMITTAL	17,32 %
SÃO LUCAS	16,54 %

SUDESTE

GERDAU	19,43 %
ARCELORMITTAL	17,67 %
SÃO LUCAS	15,55 %
TRIANGULO	12,01 %
MORLAN	4,59 %
JOMARCA	4,59 %
MULTIFIX	4,59 %
PREGUIN	4,59 %

NORDESTE

GERDAU	48,36 %
ARCELORMITTAL	21,31 %
MORLAN	9,84 %

CENTRO-OESTE

GERDAU	38,33 %
ARCELORMITTAL	21,67 %
SÃO LUCAS	5 %

PREGO

MARCA	TOTAL %
GERDAU	29,48
ARCELORMITTAL	18,67
SÃO LUCAS	11,76
TRIANGULO	8,54
JOMARCA	4,29
MORLAN	4,24
MULTIFIX	2,32
PREGUIN	2,32
BEMFIXA	1,96
BELLENUS	1,96
OUTROS	8,09
NÃO TRABALHA/NÃO LEMBRA/ NÃO CONHECE	6,35
BASE PONDERADA	592
PENETRAÇÃO DE MARCA	93,65

O BRASIL INTEIRO FECHA COM STAM.

**TOP
MIND**
Revenda Construção



1º LUGAR

Categoria FECHADURA

Troféu Ruy Ohtake Top of Mind 2017



3º LUGAR

Categoria CADEADO

Troféu Ruy Ohtake Destaque 2017



4º LUGAR

Categoria FERRAGENS

Selo comemorativo Top of Mind 2017

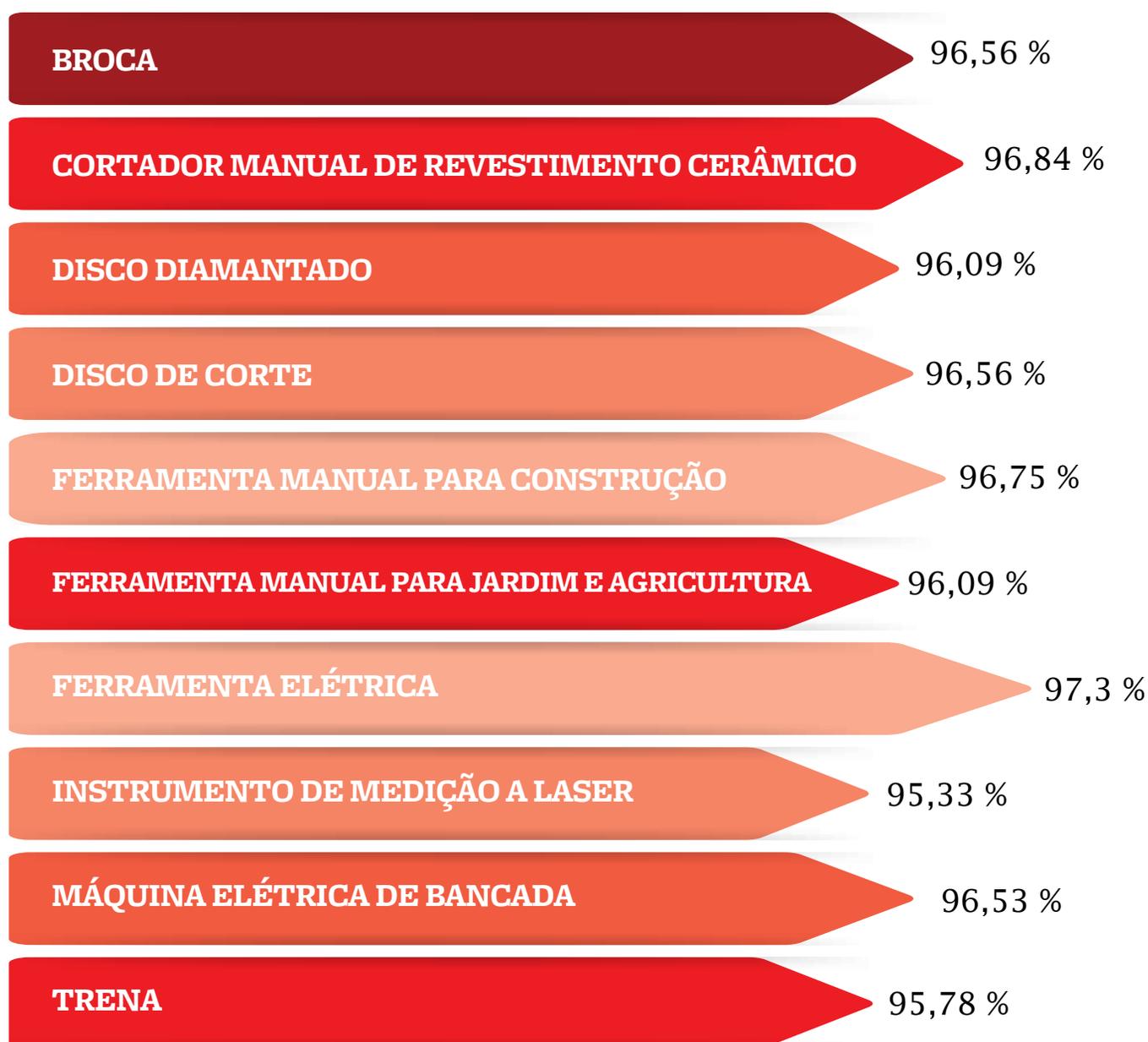
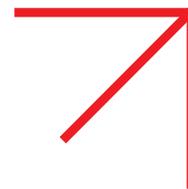
STAM.COM.BR
SAC 0800 024 1020

 /stammetalurgica

 @stambrasil

stam

Ferramentas



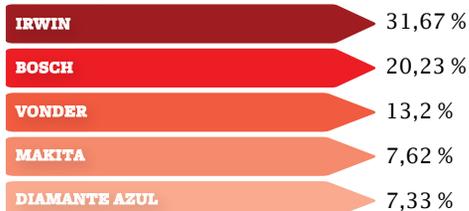
BROCA

MARCA	TOTAL %
IRWIN	33,88
BOSCH	21,29
VONDER	15,88
TRAMONTINA	5,35
DIAMANTE AZUL	5,24
MAKITA	5,05
DORMER	2,27
FAMASTIL	2,22
IV PLAST	0,74
BOM CORTE	0,59
OUTROS	4,03
NÃO TRABALHA/NÃO LEMBRA/NÃO CONHECE	3,44
BASE PONDERADA	668
PENETRAÇÃO DE MARCA	96,56

SUL



SUDESTE



NORDESTE



CENTRO-OESTE



Mais uma vez
a Icasa
é Top of Mind

Nosso agradecimento a todos os parceiros e colaboradores que, mais uma vez, colocaram a ICASA como uma das indústrias mais lembradas do Brasil!

**TOP
OF
MIND**
Revenda Construção

Linha Misti
Bacia P41 e CUBA ICA14

icasa

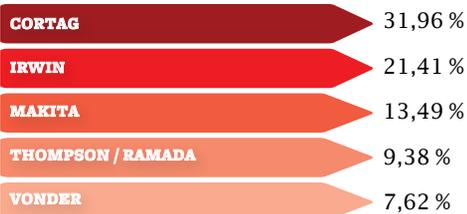
Excelência em louça sanitária

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

SUL



SUDESTE



NORDESTE



CENTRO-OESTE



CORTADOR MANUAL DE REVESTIMENTO CERÂMICO

MARCA	TOTAL %
CORTAG	31,44
IRWIN	14,85
MAKITA	11,61
BOSCH	9,64
THOMPSON / RAMADA	9,12
TRAMONTINA	7,02
VONDER	5,09
NORTON	2,52
SÃO ROMÃO	1,19
OUTROS	4,36
NÃO TRABALHA/NÃO LEMBRA/NÃO CONHECE	3,16
BASE PONDERADA	668
PENETRAÇÃO DE MARCA	96,84

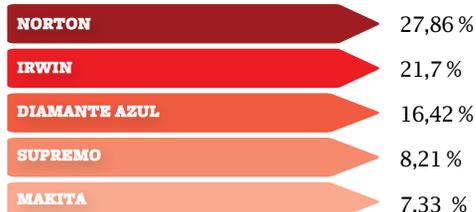
DISCO DIAMANTADO

MARCA	TOTAL %
NORTON	32,38
IRWIN	17,7
DIAMANTE AZUL	10,54
BOSCH	8,66
MAKITA	7,52
VONDER	7,03
CORTAG	5,11
SUPREMO	4,15
BOM CORTE	0,59
WURTH	0,44
OUTROS	1,96
NÃO TRABALHA/NÃO LEMBRA/NÃO CONHECE	3,91
BASE PONDERADA	668
PENETRAÇÃO DE MARCA	96,09

SUL



SUDESTE



NORDESTE



CENTRO-OESTE



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

www.lamesa.com.br



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

LAMESA
FIOS E CABOS ELÉTRICOS

INMETRO

TÜVRheinland
OCP 0004

QUALIFIO

SUL



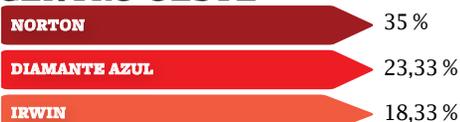
SUDESTE



NORDESTE



CENTRO-OESTE



DISCO DE CORTE

MARCA	TOTAL %
NORTON	21,14
IRWIN	15,30
DIAMANTE AZUL	15,29
STANLEY	10,55
BOSCH	9,69
MAKITA	7,42
VONDER	6,13
WURTH	5,19
CORTAG	2,11
WORKER	0,89
OUTROS	2,85
NÃO TRABALHA/NÃO LEMBRA/NÃO CONHECE	3,44
BASE PONDERADA	668
PENETRAÇÃO DE MARCA	96,56

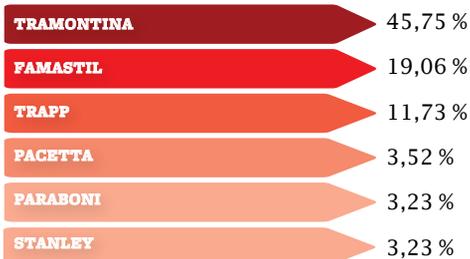
FERRAMENTA MANUAL PARA JARDIM E AGRICULTURA

MARCA	TOTAL %
TRAMONTINA	30,31
FAMASTIL	23,87
TRAPP	15,3
PACETTA	7,69
PARABONI	3,94
STANLEY	3,72
VONDER	3,33
STHIL	1,19
FUZIL	1,04
BOSCH	0,89
OUTROS	4,82
NÃO TRABALHA/NÃO LEMBRA/NÃO CONHECE	3,91
BASE PONDERADA	668
PENETRAÇÃO DE MARCA	96,09

SUL



SUDESTE



NORDESTE



CENTRO-OESTE



TRAMONTINA

O prazer de fazer bonito.





QUER UMA PROVA DE QUE NEM TODA OBRA DÁ DOR DE CABEÇA? AQUI TEM 12.

A Tramontina foi uma das marcas mais lembradas pelos revendedores de materiais de construção em 12 categorias do prêmio Top of Mind. Um apoio que nos enche de orgulho e nos motiva a buscar soluções cada vez melhores para esse segmento tão importante.

TRAMONTINA

O prazer de fazer bonito.

tramontina.com



**TOP
OF
MIND**
Revenda Construção



SUL



SUDESTE



NORDESTE



CENTRO-OESTE



FERRAMENTA MANUAL PARA CONSTRUÇÃO

MARCA	TOTAL %
TRAMONTINA	32,92
STANLEY	18,57
PACETTA	10,73
FERRAMENTAS SÃO ROMÃO	7,32
VONDER	6,92
BOSCH	6,01
MAKITA	2,36
PARABONI	2,08
CORTAG	1,63
BELLOTA	1,19
FAMASTIL	0,74
OUTROS	5,28
NÃO TRABALHA/NÃO LEMBRA/NÃO CONHECE	4,25
BASE PONDERADA	665
PENETRAÇÃO DE MARCA	96,75

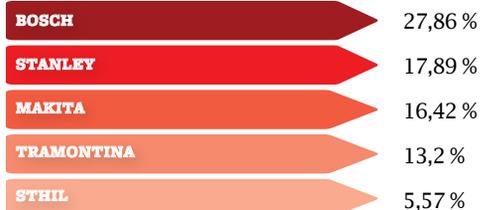
FERRAMENTA ELÉTRICA

MARCA	TOTAL %
BOSCH	32,74
MAKITA	18,16
STANLEY	16,11
TRAMONTINA	13,91
STHIL	5,22
VONDER	2,22
FAMASTIL	1,63
FUZIL	1,48
GAMMA	1,33
IRWIN	1,19
OUTROS	3,3
NÃO TRABALHA/NÃO LEMBRA/NÃO CONHECE	2,7
BASE PONDERADA	668
PENETRAÇÃO DE MARCA	97,3

SUL



SUDESTE



NORDESTE



CENTRO-OESTE



SUL

GAMMA	27,14 %
BOSCH	22,86 %
STANLEY	17,86 %

SUDESTE

BOSCH	28,45 %
GAMMA	21,99 %
MAKITA	13,2 %
STANLEY	10,56 %
FERRARI	9,68 %

NORDESTE

BOSCH	34,65 %
MAKITA	25,2 %
TRAMONTINA	16,54 %

CENTRO-OESTE

BOSCH	38,33 %
MAKITA	25 %
GAMMA	18,33 %

MÁQUINA ELÉTRICA DE BANCADA

MARCA	TOTAL %
BOSCH	29,38
GAMMA	20,13
MAKITA	16,54
STANLEY	9,06
VONDER	5,09
FERRARI	4,89
TRAMONTINA	4,27
CORTAG	2,83
SCHULS	0,74
STHIL	0,44
OUTROS	3,15
NÃO TRABALHA/NÃO LEMBRA/NÃO CONHECE	3,47
BASE PONDERADA	668
PENETRAÇÃO DE MARCA	96,53

GAMMA

FERRAMENTAS



Plaina desengrossadeira G683

TOP OF MIND

2º LUGAR

Máquina elétrica de bancada

Produto: Plaina desengrossadeira G683

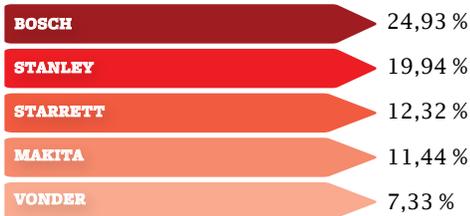
3º ano consecutivo



SUL



SUDESTE



NORDESTE



CENTRO-OESTE



INSTRUMENTO DE MEDIÇÃO A LASER

MARCA	TOTAL %
BOSCH	26,07
STANLEY	17,91
STARRETT	13,7
MAKITA	9,43
VONDER	7,86
TRAMONTINA	4,90
MINIPA	3,62
THOMPSON / RAMADA	3,61
BRASFORT	2,22
CORTAG	1,93
OUTROS	4,07
NÃO TRABALHA/NÃO LEMBRA/NÃO CONHECE	4,67
BASE PONDERADA	668
PENETRAÇÃO DE MARCA	95,33

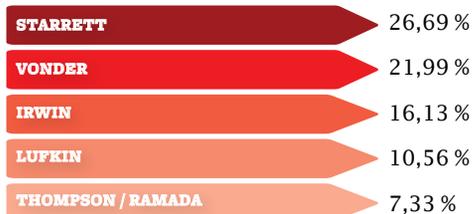
TRENA

MARCA	TOTAL %
STARRETT	31,33
VONDER	17,38
IRWIN	15,70
TRAMONTINA	10,95
LUFKIN	8,97
THOMPSON / RAMADA	4,75
3M	1,33
FAMASTIL	1,19
BOSCH	0,59
ATLAS	0,30
OUTROS	3,29
NÃO TRABALHA/NÃO LEMBRA/NÃO CONHECE	4,22
BASE PONDERADA	668
PENETRAÇÃO DE MARCA	95,78

SUL



SUDESTE



NORDESTE



CENTRO-OESTE



LANÇAMENTO!

CHEGARAM AS NOVAS MOCHILAS PARA FERRAMENTAS DA **STARRETT!**



BPS

BPX

BPXP

**STARRETT:
PRÁTICA!**

com CAPA DE CHUVA!



**STARRETT EXACT:
ROBUSTA!**

com BASE RÍGIDA E IMPERMEÁVEL

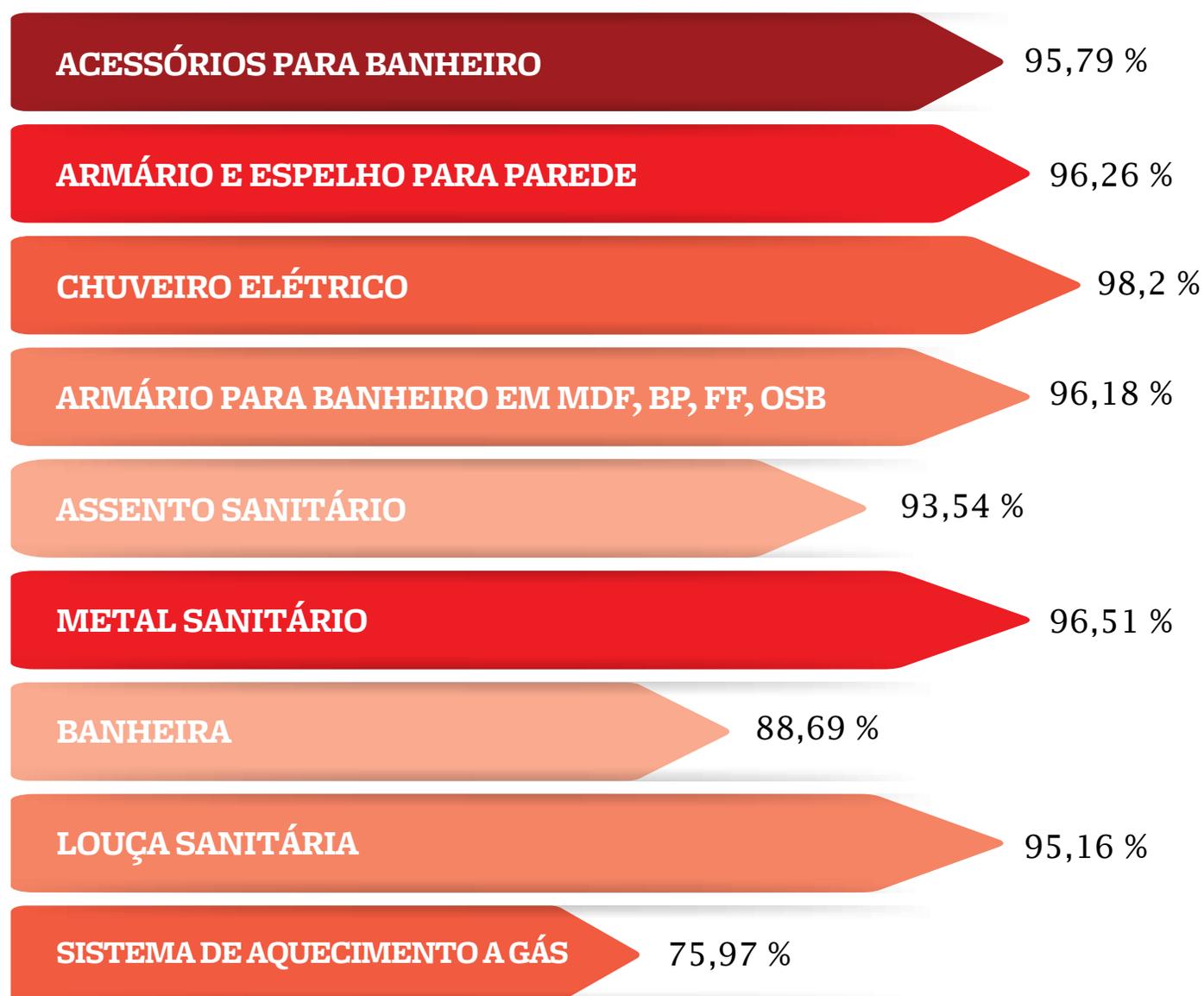
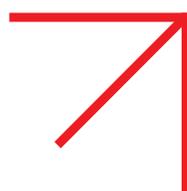


**STARRETT EXACT PLUS:
MAIS MOBILIDADE!**

Alça e RODAS RESISTENTES



Itens para banheiro



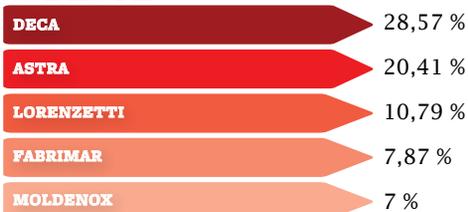
ACESSÓRIOS PARA BANHEIRO

MARCA	TOTAL %
DECA	29,09
ASTRA	20,61
DOCOL	11,71
LORENZETTI	9,3
FABRIMAR	5,36
TALITA METAIS	5,04
HERC	3,56
MOLDENOX	3,54
TIGRE	2,06
DURIN	1,62
OUTROS	3,9
NÃO TRABALHA/NÃO LEMBRA/NÃO CONHECE	4,21
BASE PONDERADA	670
PENETRAÇÃO DE MARCA	95,79

SUL



SUDESTE



NORDESTE



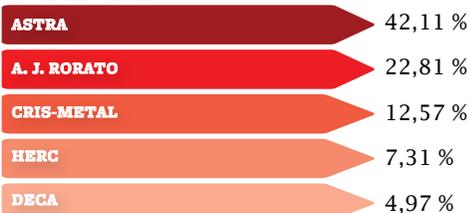
CENTRO-OESTE



SUL



SUDESTE



NORDESTE



CENTRO-OESTE



ARMÁRIO E ESPELHO PARA PAREDE

MARCA	TOTAL %
ASTRA	36,99
A. J. RORATO	24,04
HERC	10,96
CRIS-METAL	8,05
FABRIBAM	4,29
DECA	3,9
COZIMAX	2,37
DURIN	0,89
MGM MÓVEIS	0,89
DUDA	0,59
OUTROS	3,29
NÃO TRABALHA/NÃO LEMBRA/NÃO CONHECE	3,74
BASE PONDERADA	670
PENETRAÇÃO DE MARCA	96,26

CHUVEIRO ELÉTRICO

MARCA	TOTAL %
LORENZETTI	39,06
HYDRA CORONA	20,08
FAME	18,7
ZAGONEL	5,87
ENERBRÁS	4,66
ASTRA	1,63
CARDAL	1,33
DOCOL	1,33
OUTROS	5,53
NÃO TRABALHA/NÃO LEMBRA/NÃO CONHECE	1,8
BASE PONDERADA	668
PENETRAÇÃO DE MARCA	98,2

SUL

LORENZETTI	35 %
HYDRA CORONA	18,57 %
FAME	10,71 %

SUDESTE

LORENZETTI	38,71 %
FAME	23,17 %
HYDRA CORONA	19,06 %
ZAGONEL	4,4 %
ENERBRÁS	3,81 %

NORDESTE

LORENZETTI	33,86 %
HYDRA CORONA	22,83 %
FAME	20,47 %

CENTRO-OESTE

LORENZETTI	61,67 %
HYDRA CORONA	23,33 %
FAME	8,33 %

SUL

A. J. RORATO	47,86 %
ASTRA	20 %
MGM MÓVEIS	12,14 %

SUDESTE

A. J. RORATO	22,29 %
ASTRA	19,94 %
MGM MÓVEIS	17,3 %
COZIMAX	13,49 %
HERC	9,97 %

NORDESTE

A. J. RORATO	24,41 %
ASTRA	19,69 %
MGM MÓVEIS	13,39 %

CENTRO-OESTE

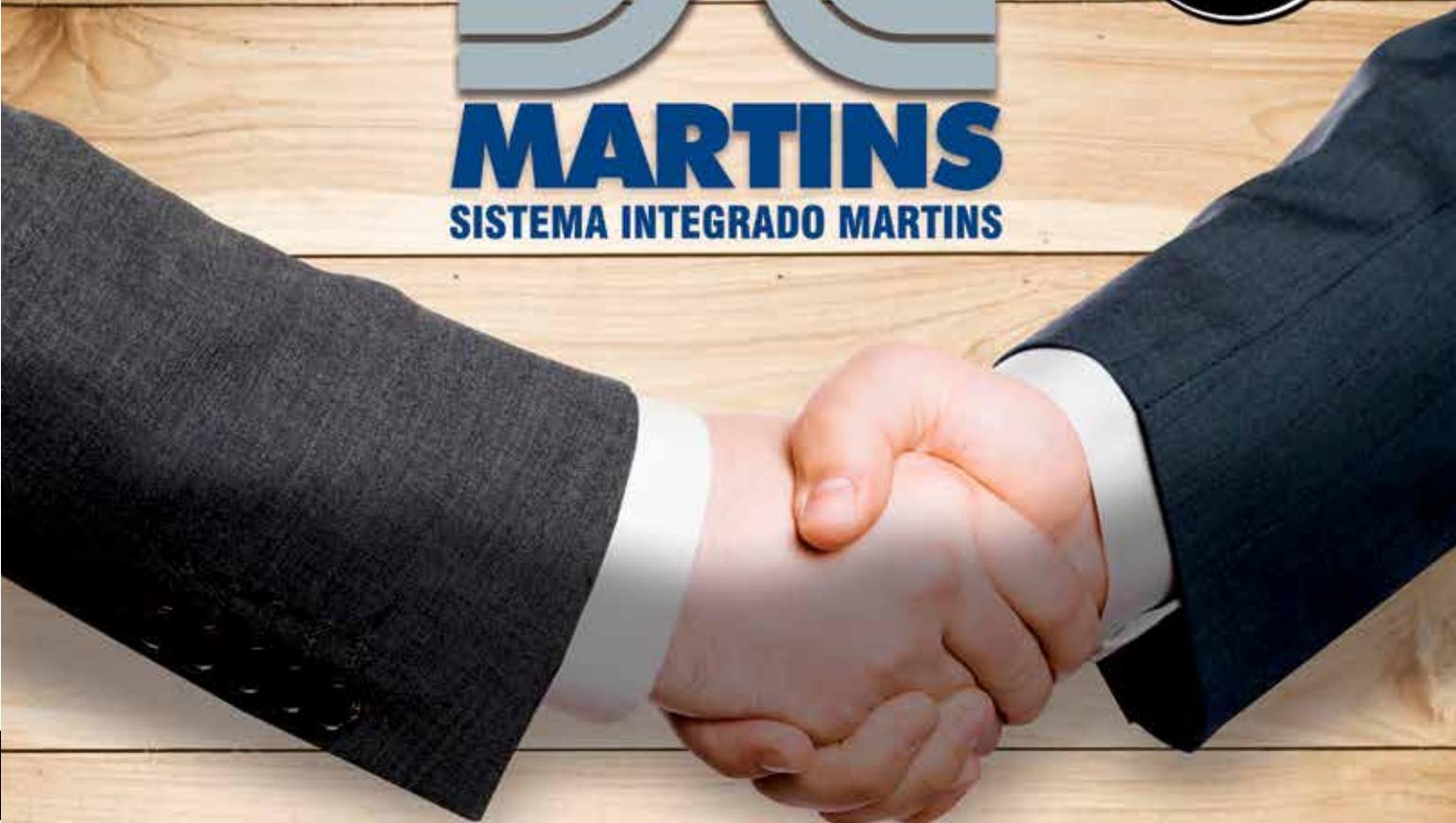
A. J. RORATO	48,15 %
ASTRA	25,93 %
MGM MÓVEIS	18,52 %

ARMÁRIO PARA BANHEIRO EM MDF, BP, FF, OSB

MARCA	TOTAL %
A. J. RORATO	30,38
ASTRA	20,44
MGM MÓVEIS	15,57
COZIMAX	8,46
HERC	7,5
CRIS-METAL	3,05
CEROCHA	2,22
FABRIBAM	1,64
FIMAP	1,63
DUDA	1,33
OUTROS	3,96
NÃO TRABALHA/NÃO LEMBRA/NÃO CONHECE	3,82
BASE PONDERADA	635
PENETRAÇÃO DE MARCA	96,18



MARTINS
SISTEMA INTEGRADO MARTINS



**A MELHOR PARCERIA É A CONFIANÇA E O
RECONHECIMENTO DOS NOSSOS CLIENTES.
MUITO OBRIGADO!**



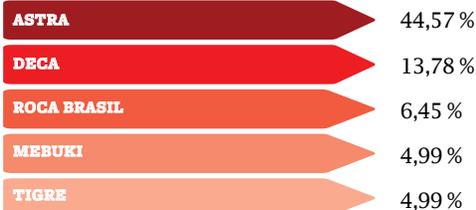
ASSENTO SANITÁRIO

MARCA	TOTAL %
ASTRA	43,03
DECA	15,57
ROCA BRASIL	9,64
TIGRE	7,08
AMANCO	5,72
DURIN	3,12
MEBUKI	2,52
KRONA	1,48
HERC	1,33
ALUMASA	1,19
OUTROS	2,84
NÃO TRABALHA/NÃO LEMBRA/NÃO CONHECE	6,46
BASE PONDERADA	668
PENETRAÇÃO DE MARCA	93,54

SUL



SUDESTE



NORDESTE



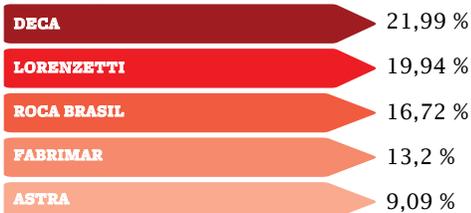
CENTRO-OESTE



SUL



SUDESTE



NORDESTE



CENTRO-OESTE



METAL SANITÁRIO

MARCA	TOTAL %
DECA	26,54
LORENZETTI	21,58
DOCOL	10,48
FABRIMAR	9,8
ROCA BRASIL	9,56
MEBER	6,12
ASTRA	4,6
TALITA METAIS	1,19
ÁGUIA METAIS	1,04
METAIS LEÃO	0,89
OUTROS	4,71
NÃO TRABALHA/NÃO LEMBRA/NÃO CONHECE	3,49
BASE PONDERADA	664
PENETRAÇÃO DE MARCA	96,51

CONFIANÇA SE CONSTRÓI!

BONS MOTIVOS PARA SER ÂNCORA



CREDIBILIDADE NO SEGMENTO

Líder no mercado, possuímos estrutura física, ampla e completa, com as mais variadas soluções em Sistemas de Fixação.



A ENTREGA MAIS RÁPIDA

Eficiência e agilidade! Assim define-se nosso moderno e amplo Sistema de Logística, que garante a entrega mais rápida do mercado!



FABRICAÇÃO NACIONAL

Fabricação nacional de chumbadores e itens especiais. Constante evolução e aprimoramento dos produtos.



LABORATÓRIO PROFISSIONAL

Capacitação. Desenvolvimento e Testes. Tudo isso somado ao corpo técnico altamente capacitado.

O BOM RELACIONAMENTO

Atenção, transparência e Integridade! A qualidade de nossa equipe não se restringe apenas ao atendimento qualificado.

**SEJA NOSSO PARCEIRO.
VENDA MAIS!**

LIGUE: (19) 2136.4455
www.ancora.com.br

ÂNCORA
GROUP

ÂNCORA[®]
SISTEMAS DE FIXAÇÃO

BANHEIRA

MARCA	TOTAL %
ASTRA	25,03
JACUZZI	23,82
MONDIALLE	14,5
OURO FINO	12,67
MULTIMAX	5,89
DECA	3,05
OUTROS	3,73
NÃO TRABALHA/NÃO LEMBRA/NÃO CONHECE	11,31
BASE PONDERADA	763
PENETRAÇÃO DE MARCA	88,69

SUL

ASTRA	25 %
JACUZZI	21,95 %
MONDIALLE	15,24 %

SUDESTE

ASTRA	24,55 %
JACUZZI	23,35 %
MONDIALLE	13,47 %
OURO FINO	12,28 %
MULTIMAX	9,88 %

NORDESTE

JACUZZI	38,05 %
ASTRA	22,44 %
OURO FINO	15,12 %

CENTRO-OESTE

ASTRA	33,33 %
MONDIALLE	26,67 %
OURO FINO	23,33 %

SUL

DECA	38,06 %
ROCA BRASIL	32,09 %
ICASA	13,43 %

SUDESTE

DECA	33,53 %
ROCA BRASIL	30,32 %
ICASA	13,12 %
FIORI	4,66 %
LORENZETTI	4,66 %

NORDESTE

DECA	38,02 %
ROCA BRASIL	30,58 %
HERVY	6,61 %

CENTRO-OESTE

DECA	50 %
ROCA BRASIL	36,67 %
ICASA	6,67 %

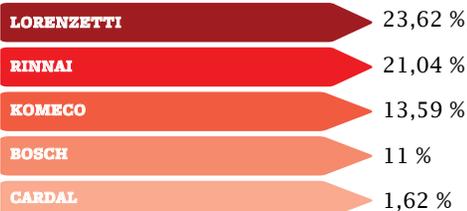
LOUÇA SANITÁRIA

MARCA	TOTAL %
DECA	36,84
ROCA BRASIL	31,31
ICASA	10,04
LORENZETTI	4,69
FIORI	3,17
ASTRA	2,01
HERVY	1,73
ETERNIT	1,47
SANTA CLARA LOUÇAS	1,47
DOCOL	0,44
OUTROS	1,97
NÃO TRABALHA/NÃO LEMBRA/NÃO CONHECE	4,84
BASE PONDERADA	658
PENETRAÇÃO DE MARCA	95,16

SUL



SUDESTE



NORDESTE



CENTRO-OESTE



SISTEMA DE AQUECIMENTO A GÁS

MARCA	TOTAL %
LORENZETTI	33,28
RINNAI	16,92
KOMECO	13,32
BOSCH	9,43
CARDAL	1,28
OUTROS	1,75
NÃO TRABALHA/NÃO LEMBRA/NÃO CONHECE	24,03
BASE PONDERADA	631
PENETRAÇÃO DE MARCA	75,97

BLUMENAU
ILUMINAÇÃO

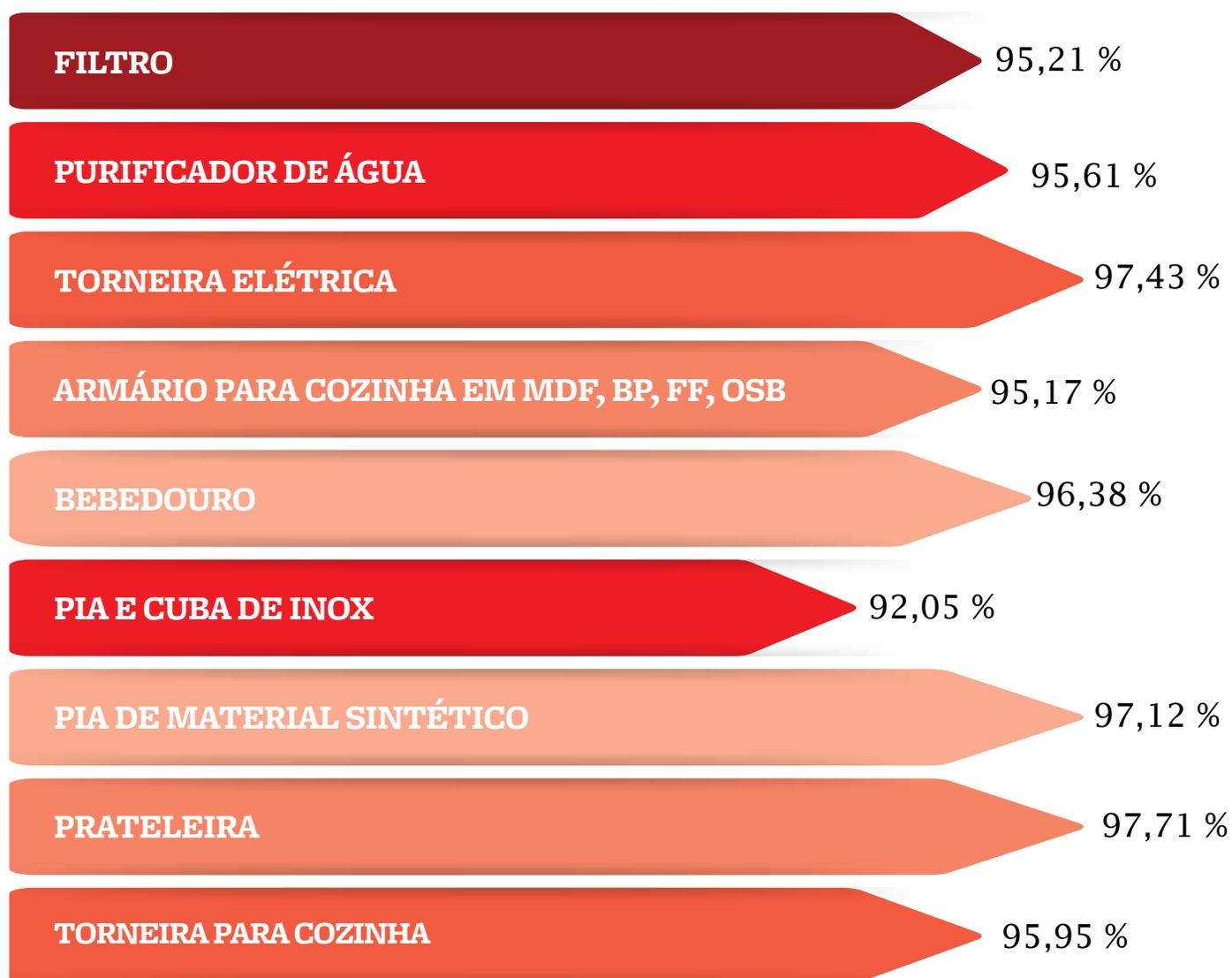
Nova marca para também comemorar o reconhecimento.



Nossa marca mudou, mas continua com o mesmo foco de sempre: inovação. Ao longo dos nossos 40 anos evoluímos, diversificamos e conquistamos o reconhecimento do mercado. Nossa gratidão pelo 2º lugar na Categoria Luminárias no *Top Of Mind 2017*. Afinal, nosso legado é deixar claro a importância da iluminação no ambiente e na vida das pessoas.



Itens para **cozinha**



www.sherwinwilliams.com.br

f /sherwinwilliamsbrasil

in /company/sherwin-williams-brasil

Agradecemos o seu
RECONHECIMENTO
por tudo o que fazemos
PARA COLORIR
a vida das pessoas



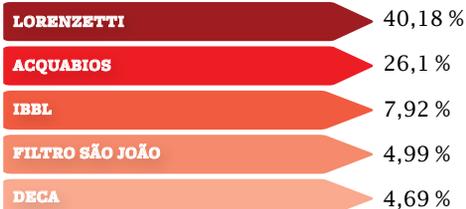
FILTRO

MARCA	TOTAL %
LORENZETTI	34,88
ACQUABIOS	18,58
DURIN	7,53
HERC	7,49
HIDROFILTROS	4,02
IBBL	4
TALITA METAIS	3,16
METAIS IMPERATRIZ	2,86
SOFT	2,7
FILTRO SÃO JOÃO	2,52
OUTROS	7,46
NÃO TRABALHA/NÃO LEMBRA/NÃO CONHECE	4,79
BASE PONDERADA	670
PENETRAÇÃO DE MARCA	95,21

SUL



SUDESTE



NORDESTE



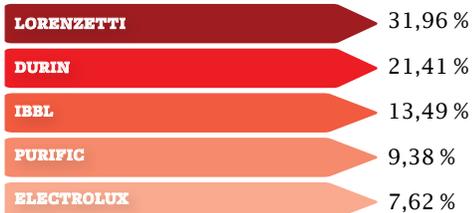
CENTRO-OESTE



SUL



SUDESTE



NORDESTE



CENTRO-OESTE



PURIFICADOR DE ÁGUA

MARCA	TOTAL %
LORENZETTI	33,1
DURIN	22,32
IBBL	13,64
PURIFIC	7,93
ELECTROLUX	6,56
SOFT	2,52
LATINA	1,63
FORTLEV	1,33
COLORMAQ	1,19
OUTROS	5,4
NÃO TRABALHA/NÃO LEMBRA/NÃO CONHECE	4,39
BASE PONDERADA	668
PENETRAÇÃO DE MARCA	95,61

ACQUABIOS®



AOS CLIENTES E PARCEIROS
O NOSSO AGRADECIMENTO PELA
CONFIANÇA E RECONHECIMENTO.

LINHA
ACQUA
PREMIUM

ÁGUA FILTRADA DE VERDADE
TEM QUE SER COM ACQUABIOS.



AS MELHORES OPÇÕES PARA FILTRAÇÃO
DE ÁGUA RESIDENCIAL DO MERCADO
VOCÊ ENCONTRA NO NOSSO SITE.

www.filtrosacquabios.com.br

 ACQUABIOS

TORNEIRA ELÉTRICA

MARCA	TOTAL %
LORENZETTI	39,47
FAME	21,68
HYDRA-CORONA	12,57
DECA	6,3
DOCOL	6,21
FABRIMAR	1,63
ZAGONEL	1,48
ÁGUIA METAIS	1,19
ELECTROLUX	1,04
METAIS IMPERATRIZ	0,89
OUTROS	4,97
NÃO TRABALHA/NÃO LEMBRA/NÃO CONHECE	2,57
BASE PONDERADA	666
PENETRAÇÃO DE MARCA	97,43

SUL

LORENZETTI	25 %
FAME	21,43 %
HYDRA-CORONA	17,14 %

SUDESTE

LORENZETTI	45,75 %
FAME	19,06 %
HYDRA-CORONA	11,73 %
DECA	3,52 %
DOCOL	3,23 %

NORDESTE

LORENZETTI	40 %
FAME	26,4 %
DOCOL	12 %

CENTRO-OESTE

LORENZETTI	36,67 %
FAME	26,67 %
HYDRA-CORONA	18,33 %

SUL

A. J. RORATO	36,43 %
COZIMAX	21,43 %
MGM MÓVEIS	12,86 %

SUDESTE

A. J. RORATO	27,08 %
COZIMAX	22,32 %
MGM MÓVEIS	16,37 %
ASTRA	10,71 %
TRAMONTINA	5,95 %

NORDESTE

A. J. RORATO	36,8 %
MGM MÓVEIS	17,6 %
COZIMAX	16,8 %

CENTRO-OESTE

A. J. RORATO	35 %
COZIMAX	23,33 %
MGM MÓVEIS	15 %

ARMÁRIO PARA COZINHA EM MDF, BP, FF, OSB

MARCA	TOTAL %
A. J. RORATO	31,65
COZIMAX	21,15
MGM MÓVEIS	15,75
ASTRA	8,07
MÓVEIS HB	3,98
FABRIBAM	3,59
GAAM	3,14
TRAMONTINA	3,01
MÓVEIS BUMI	0,6
MOVEIS JÃO JOÃO	0,3
OUTROS	3,93
NÃO TRABALHA/NÃO LEMBRA/NÃO CONHECE	4,83
BASE PONDERADA	661
PENETRAÇÃO DE MARCA	95,17

BEBEDOURO

MARCA	TOTAL %
IBBL	32,86
ELECTROLUX	21,11
LATINA	21,1
BRASTEMP	5,5
SOFT	5,42
COLORMAQ	2,57
ESMALTEC	1,04
HERC	0,74
MASTERFRIO	0,59
PURIFIC	0,44
OUTROS	5,02
NÃO TRABALHA/NÃO LEMBRA/NÃO CONHECE	3,62
BASE PONDERADA	668
PENETRAÇÃO DE MARCA	96,38

SUL

IBBL	30,71 %
LATINA	26,43 %
ELECTROLUX	18,57 %

SUDESTE

IBBL	37,24 %
ELECTROLUX	21,7 %
LATINA	19,94 %
BRASTEMP	6,74 %
SOFT	3,81 %

NORDESTE

IBBL	22,83 %
ELECTROLUX	21,26 %
LATINA	19,69 %

CENTRO-OESTE

IBBL	35 %
ELECTROLUX	23,33 %
LATINA	18,33 %

SUL

TRAMONTINA	32,86 %
GHELPLUS	25 %
FRANKE	13,57 %

SUDESTE

TRAMONTINA	21,91 %
GHELPLUS	15,74 %
FRANKE	14,81 %
FORMINOX	14,2 %
TECNOCUBA	6,17 %

NORDESTE

TRAMONTINA	32,46 %
GHELPLUS	25,44 %
FRANKE	11,4 %

CENTRO-OESTE

TRAMONTINA	25 %
GHELPLUS	21,67 %
FRANKE	18,33 %

PIA E CUBA DE INOX

MARCA	TOTAL %
TRAMONTINA	26,54
GHELPLUS	20,1
FRANKE	14,21
FORMINOX	10,91
PIANOX	4,42
TECNOCUBA	3,12
DECORALITA	1,09
CLASSINOX	1,09
FABRINOX	1,03
IRMÃOS FISCHER	0,78
OUTROS	8,76
NÃO TRABALHA/NÃO LEMBRA/NÃO CONHECE	7,95
BASE PONDERADA	638
PENETRAÇÃO DE MARCA	92,05

PIA DE MATERIAL SINTÉTICO

MARCA	TOTAL %
A. J. RORATO	32,69
DECORALITA	22,73
SINTEC	16,91
GARÇA PIAS E TANQUES	10,31
IRMÃOS CORSO	3,61
DURALEVI	2,51
FIBROMAR	1,77
SINTEX	1,18
ASTRA	1,03
PIATÃ	0,89
OUTROS	3,49
NÃO TRABALHA/NÃO LEMBRA/NÃO CONHECE	2,88
BASE POND.	666
PENETRAÇÃO DE MARCA	97,12

SUL

A. J. RORATO	32,14 %
DECORALITA	24,29 %
SINTEC	17,86 %

SUDESTE

A. J. RORATO	28,36 %
DECORALITA	20,18 %
SINTEC	18,13 %
GARÇA PIAS E TANQUES	13,16 %
DURALEVI	4,97 %

NORDESTE

A. J. RORATO	40,32 %
DECORALITA	26,61 %
SINTEC	12,1 %

CENTRO-OESTE

A. J. RORATO	41,67 %
DECORALITA	25 %
SINTEC	18,33 %

SUL

PRAT-K	37,86 %
ASTRA	29,29 %
A. J. RORATO	13,57 %

SUDESTE

PRAT-K	33,53 %
ASTRA	20,29 %
A. J. RORATO	16,18 %
FICO	15,88 %
TRAMONTINA	8,24 %

NORDESTE

PRAT-K	40,32
ASTRA	26,61
A. J. RORATO	12,1

CENTRO-OESTE

PRAT-K	36,67 %
ASTRA	26,67 %
FICO	18,33 %

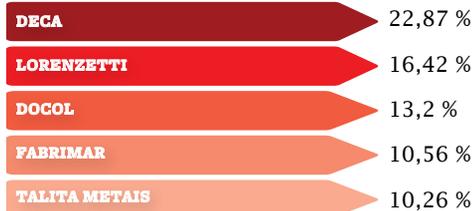
PRATELEIRA

MARCA	TOTAL %
PRAT-K	36,04
ASTRA	23,98
A. J. RORATO	13,37
FICO	13,04
TRAMONTINA	5,99
COZIMAX	0,89
D-CORE	0,74
FAMASTIL	0,45
GAAM	0,3
DECORALITA	0,3
OUTROS	2,6
NÃO TRABALHA/NÃO LEMBRA/NÃO CONHECE	2,29
BASE PONDERADA	664
PENETRAÇÃO DE MARCA	97,71

SUL



SUDESTE



NORDESTE



CENTRO-OESTE



TORNEIRA PARA COZINHA

MARCA	TOTAL %
DECA	27,88
LORENZETTI	18,28
DOCOL	14,68
FABRIMAR	10,64
TALITA METAIS	8,98
METAIS IMPERATRIZ	4,15
ÁGUIA METAIS	4
FAME	1,48
HERC	1,04
KELLY METAIS	0,89
OUTROS	3,93
NÃO TRABALHA/NÃO LEMBRA/NÃO CONHECE	4,05
BASE POND.	668
PENETRAÇÃO DE MARCA	95,95

Reconhecimento nacional

É aço.
É ferramenta forte.
É São Romão entre as
melhores do Brasil!

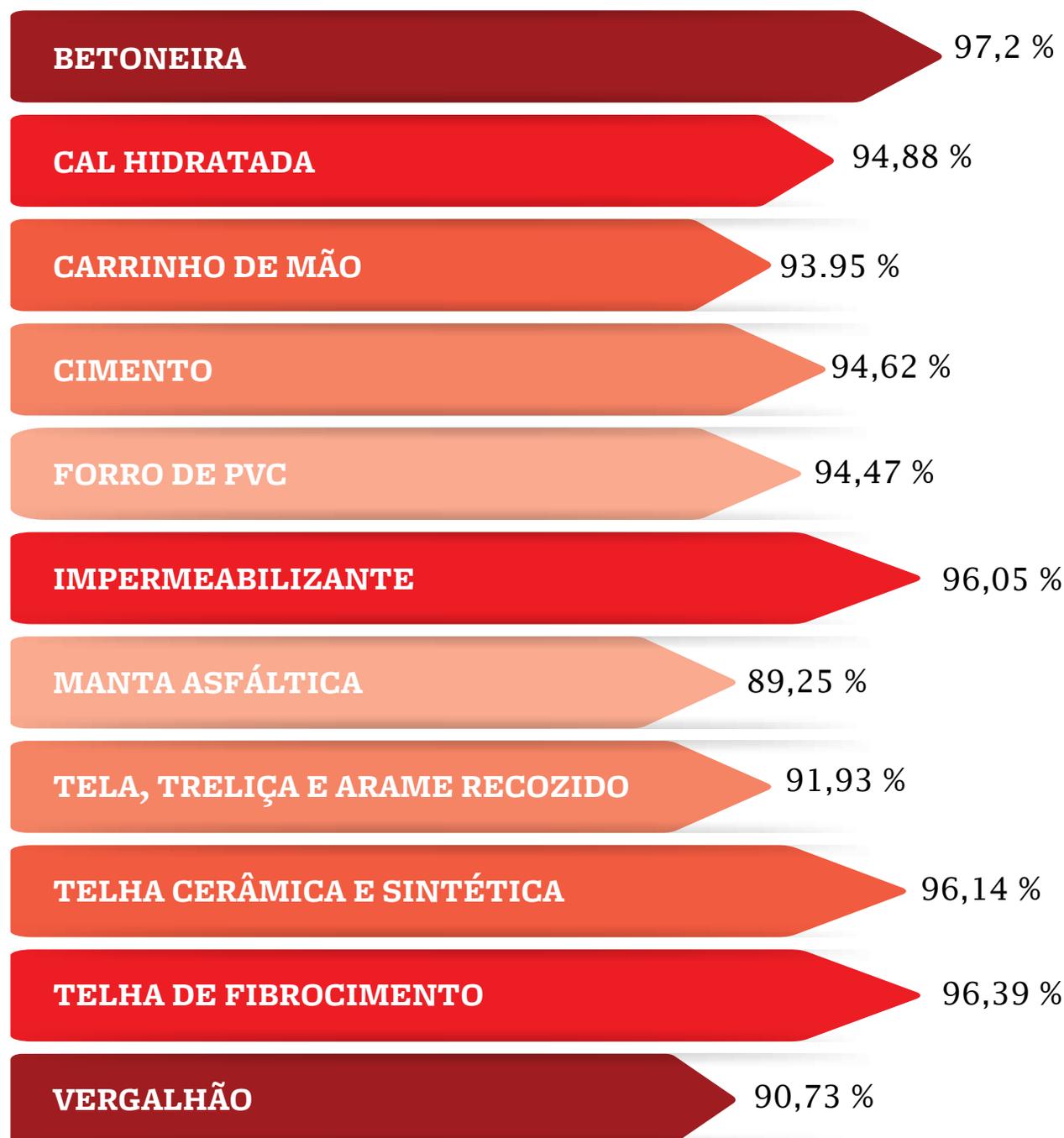
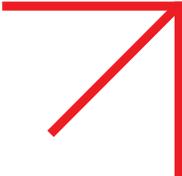


Desde 1875
SR FERRAMENTAS
São Romão

De Profissional para Profissional.

www.saoromao.com.br

Material básico



A KRONA É TOP OF MIND.
QUANDO O ASSUNTO É
TUBOS E CONEXÕES, ESTAMOS
ENTRE AS MAIS LEMBRADAS.



Foram mais de 7 mil lojistas de todo o Brasil entrevistados, e a Krona se destacou entre as marcas mais lembradas em **Tubos e Conexões para Água Fria e para Água Quente**, além de receber menções honrosas nas categorias **Assentos Sanitários e Torneiras de Plástico**. Este é mais um importante reconhecimento que reforça a qualidade dos produtos Krona, que vem sendo lembrada repetidamente desde a edição de 2006. **Muito obrigado pela sua confiança.**

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

asuaobra.com.br



krona.com.br



KRONA
TUBOS E CONEXÕES

BETONEIRA

MARCA	TOTAL %
CSM	37,24
MENEGOTTI	24,99
GMEG	12,46
IRMÃOS FISCHER	10,53
METALPAMA	4,76
MAQTRON	0,74
BETUMAT	0,44
HORBACH	0,44
TRAMONTINA	0,44
ALZA	0,3
OUTROS	4,85
NÃO TRABALHA/NÃO LEMBRA/NÃO CONHECE	2,8
BASE PONDERADA	656
PENETRAÇÃO DE MARCA	97,2

SUL



SUDESTE



NORDESTE



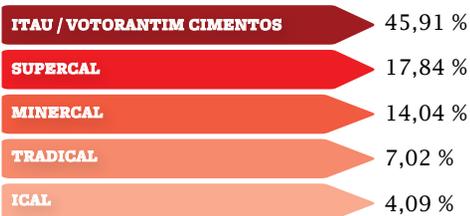
CENTRO-OESTE



SUL



SUDESTE



NORDESTE



CENTRO-OESTE



CAL HIDRATADA

MARCA	TOTAL %
ITAU / VOTORANTIM CIMENTOS	41,23
SUPERCAL	18,96
MINERCAL	11,51
ICAL	7,93
TRADICAL	4,37
CAL MORRO BRANCO	2,15
FRICAL	1,03
CAL CEM	0,89
ITAPIRA	0,59
DAGOBERTO BARCELOS	0,46
OUTROS	5,75
NÃO TRABALHA/NÃO LEMBRA/NÃO CONHECE	5,12
BASE PONDERADA	613
PENETRAÇÃO DE MARCA	94,88



MOTOMIL®

Construção Civil e Ferramentas

Ficamos lisonjeados por receber o premio Top of Mind Revenda Construção no segmento de betoneiras. Com certeza saber que somos lembrados é de grande importância para nós, que trabalhamos pela satisfação dos nossos clientes.

TOP OF MIND
Revenda Construção



Betoneira
« MB - 400P »

Betoneira
MB - 150L »



Com chave de proteção 24V;
Botão de emergência, conforme
Norma ABNT NBR 16329



« Todos os modelos
possuem proteção
de cremalheira.

Conheça nossa linha de produtos



www.gmeg.com.br

EleTropas

Garthen

GMEG

CARRINHO DE MÃO

MARCA	TOTAL %
TRAMONTINA	34,28
METALOSA	21,47
IRMÃOS FISCHER	19,63
CANAL	4,01
MAESTRO	3,08
METALPAMA	1,2
ESFERA	1,05
ROMA	0,45
BOTAFOGO	0,3
OUTROS	8,48
NÃO TRABALHA/NÃO LEMBRA/NÃO CONHECE	6,05
BASE PONDERADA	661
PENETRAÇÃO DE MARCA	93,95

SUL

TRAMONTINA	42,14 %
METALOSA	24,29 %
IRMÃOS FISCHER	22,14 %

SUDESTE

TRAMONTINA	32,94 %
METALOSA	21,36 %
IRMÃOS FISCHER	18,4 %
CANAL	3,26 %
MAESTRO	2,67 %

NORDESTE

TRAMONTINA	29,03 %
METALOSA	20,16 %
IRMÃOS FISCHER	15,32 %

CENTRO-OESTE

TRAMONTINA	35 %
IRMÃOS FISCHER	30 %
METALOSA	18,33 %

SUL

VOTORANTIM CIMENTOS	43,61 %
INTERCEMENT	18,05 %
CSN	13,53 %

SUDESTE

VOTORANTIM CIMENTOS	37,07 %
INTERCEMENT	17,82 %
CIMENTOS CAMPEÃO	11,49 %
CIMENTO LIZ	7,18 %
HOLCIM	5,46 %

NORDESTE

VOTORANTIM CIMENTOS	40,32 %
INTERCEMENT	26,61 %
CIMENTO LIZ	12,1 %

CENTRO-OESTE

VOTORANTIM CIMENTOS	59,26 %
INTERCEMENT	18,52 %
CSN	13,58 %

CIMENTO

MARCA	TOTAL %
VOTORANTIM CIMENTOS	41,07
INTERCEMENT	19,65
CIMENTOS CAMPEÃO	7,07
CIMENTO LIZ	6
CSN	5,79
HOLCIM	5,28
LAFARGE / MONTES CLAROS	2,24
CIMENTO NACIONAL	1,16
ITAMBÉ	1,02
OUTROS	5,34
NÃO TRABALHA/NÃO LEMBRA/NÃO CONHECE	5,38
BASE PONDERADA	686
PENETRAÇÃO DE MARCA	94,62





MUITO
OBRIGADO,
PARCEIRO
LOJISTA!

Com o seu voto, conquistamos mais
uma vez o prêmio Top of Mind nas categorias
revestimento cerâmico e porcelanato.

biancogres

   /biancogres www.biancogres.com

FORRO DE PVC

MARCA	TOTAL %
FORTLEV	26,6
ARAFORROS	15,12
PLASBIL	11,5
TIGRE	10,8
MADEX	8,6
AMANCO	4,31
PLASTUBOS	3,51
REAL PVC	2,87
MULTILIT	2,87
POLIFORT / PLASTILIT	2,23
OUTROS	6,06
NÃO TRABALHA/NÃO LEMBRA/NÃO CONHECE	5,53
BASE PONDERADA	644
PENETRAÇÃO DE MARCA	94,47

SUL

ARAFORROS	29,29 %
FORTLEV	27,86 %
PLASBIL	15 %

SUDESTE

FORTLEV	23,66 %
TIGRE	12,93 %
MADEX	11,04 %
AMANCO	8,52 %
PLASTUBOS	6,94 %

NORDESTE

ARAFORROS	22,83 %
FORTLEV	21,26 %
PLASBIL	19,69 %

CENTRO-OESTE

FORTLEV	51,67 %
PLASBIL	18,33 %
ARAFORROS	15 %

SUL

VEDACIT OTTO BAUMGART	54,95 %
WEBER QUARTZOLIT	19,82 %
SIKA	10,81 %

SUDESTE

WEBER QUARTZOLIT	28,74 %
SIKA	20,23 %
VIAPOL	15,84 %
TECRYL	9,97 %
BAUTECH	7,04 %

NORDESTE

VEDACIT OTTO BAUMGART	58,33 %
WEBER QUARTZOLIT	14,39 %
SIKA	10,61 %

CENTRO-OESTE

VEDACIT OTTO BAUMGART	55 %
SIKA	16,67 %
WEBER QUARTZOLIT	10 %

IMPERMEABILIZANTE

MARCA	TOTAL %
VEDACIT OTTO BAUMGART	27,84
WEBER QUARTZOLIT	22,38
SIKA	16,06
VIAPOL	11,25
TECRYL	5,04
BAUTECH	4,5
DENVER	3,41
HYDRONORTH	1,19
MACTRA	1,04
OUTROS	3,35
NÃO TRABALHA/NÃO LEMBRA/NÃO CONHECE	3,95
BASE PONDERADA	644
PENETRAÇÃO DE MARCA	96,5



MANTA ASFÁLTICA

MARCA	TOTAL %
VEDACIT OTTO BAUMGART	33,06
VIAPOL	20,67
WEBER QUARTZOLIT	10,68
SIKA	7,66
KIMANTA	4,06
BAUTECH	1,19
CIPLAK	1,04
DENVER	1,04
VONDER	0,89
MACTRA	0,89
OUTROS	8,07
NÃO TRABALHA/NÃO LEMBRA/NÃO CONHECE	10,75
BASE PONDERADA	668
PENETRAÇÃO DE MARCA	89,25

SUL

VEDACIT OTTO BAUMGART	37,14 %
VIAPOL	22,86 %
WEBER QUARTZOLIT	15 %

SUDESTE

VEDACIT OTTO BAUMGART	33,72 %
VIAPOL	19,35 %
WEBER QUARTZOLIT	7,33 %
SIKA	4,4 %
KIMANTA	3,81 %

NORDESTE

VEDACIT OTTO BAUMGART	30,71 %
VIAPOL	22,83 %
WEBER QUARTZOLIT	19,69 %

CENTRO-OESTE

VEDACIT OTTO BAUMGART	25 %
SIKA	21,67 %
VIAPOL	18,33 %

SUL

GERDAU	33,8 %
ARCELORMITTAL	25,35 %
VOTORAÇO	13,38 %

SUDESTE

GERDAU	40,47 %
ARCELORMITTAL	18,18 %
VOTORAÇO	10,26 %
MORLAN	3,52 %
MULTILIT	3,52 %
TELAS SÃO JORGE	3,52 %
TRIÂNGULO	3,52 %

NORDESTE

GERDAU	35,43 %
ARCELORMITTAL	22,83 %
VOTORAÇO	14,17 %

CENTRO-OESTE

GERDAU	35 %
ARCELORMITTAL	30 %
MORLAN	18,33 %

TELA, TRELIÇA E ARAME RECOZIDO

MARCA	TOTAL %
GERDAU	37,6
ARCELORMITTAL	21,66
VOTORAÇO	10,75
TELAS SÃO JORGE	3,47
MORLAN	3,44
MULTILIT	3,1
TRIANGULO	3,1
CERÂMICA SUL PARANÁ	1,19
BELOAÇO	1,19
CELOFAR	1,19
OUTROS	5,26
NÃO TRABALHA/NÃO LEMBRA/NÃO CONHECE	8,07
BASE PONDERADA	670
PENETRAÇÃO DE MARCA	91,93

TELHA CERÂMICA E SINTÉTICA

MARCA	TOTAL %
PRECON	33,81
INFIBRA / PERMATEX	23,97
CERÂMICA MONTE CARMELO	7,5
LARANJAL PAULISTA / GRUPO FAULIN	5,84
BARRO BELLO	5,83
CONFIBRA	2,88
TELHAS CANDELÁRIA	2,82
MULTILIT	2,78
ISDRALIT	2,78
CEJATEL	2,72
OUTROS	5,23
NÃO TRABALHA/NÃO LEMBRA/NÃO CONHECE	3,86
BASE PONDERADA	660
PENETRAÇÃO DE MARCA	96,14

SUL

PRECON	35,71
INFIBRA / PERMATEX	28,57
BARRO BELLO	11,11

SUDESTE

PRECON	27,17
INFIBRA / PERMATEX	19,36
CERÂMICA MONTE CARMELO	11,56
LARANJAL PAULISTA / GRUPO FAULIN	11,56
BARRO BELLO	6,94

NORDESTE

PRECON	45,31 %
INFIBRA / PERMATEX	30,47 %
CEJATEL	10,16 %

CENTRO-OESTE

PRECON	41,67
INFIBRA / PERMATEX	25
CERÂMICA MONTE CARMELO	18,33

SUL

ETERNIT	37,8
BRASILIT	28,35
PRECON	17,32

SUDESTE

ETERNIT	27,76
BRASILIT	20,96
PRECON	15,58
INFIBRA / PERMATEX	10,48
CONFIBRA	6,8

NORDESTE

ETERNIT	37,01 %
BRASILIT	33,86 %
PRECON	12,6 %

CENTRO-OESTE

ETERNIT	30
BRASILIT	25
PRECON	18,33

TELHA DE FIBROCIMENTO

MARCA	TOTAL %
ETERNIT	31,87
BRASILIT	25,39
PRECON	15,61
INFIBRA / PERMATEX	8,62
CONFIBRA	4,59
ISDRALIT	2,29
MULTILIT	1,72
IMBRALIT	1,15
CASALIT	0,72
CEJATEL	0,43
OUTROS	4,02
NÃO TRABALHA/NÃO LEMBRA/NÃO CONHECE	3,61
BASE PONDERADA	667
PENETRAÇÃO DE MARCA	96,39

SUL

GERDAU	34,13
ARCELORMITTAL	29,37
VOTORAÇÃO	20,63

SUDESTE

GERDAU	48,69
ARCELORMITTAL	20,12
VOTORAÇÃO	16,03
BELOAÇO	2,04
AÇORNI	2,04
AÇO DO VALE	2,04

NORDESTE

GERDAU	47,54 %
ARCELORMITTAL	27,87 %
VOTORAÇÃO	12,3 %

CENTRO-OESTE

GERDAU	41,67
ARCELORMITTAL	30
VOTORAÇÃO	18,33

VERGALHÃO

MARCA	TOTAL %
GERDAU	44,79
ARCELORMITTAL	24,45
VOTORAÇÃO	16,47
BELOAÇO	1,03
AÇORNI	1,03
AÇOS DO VALE	1,03
OUTROS	1,92
NÃO TRABALHA/NÃO LEMBRA/NÃO CONHECE	9,27
BASE PONDERADA	651
PENETRAÇÃO DE MARCA	90,73

CARDÃO

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

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

Profissionais
treinados e o
melhor serviço
de entregas!



> e mais...

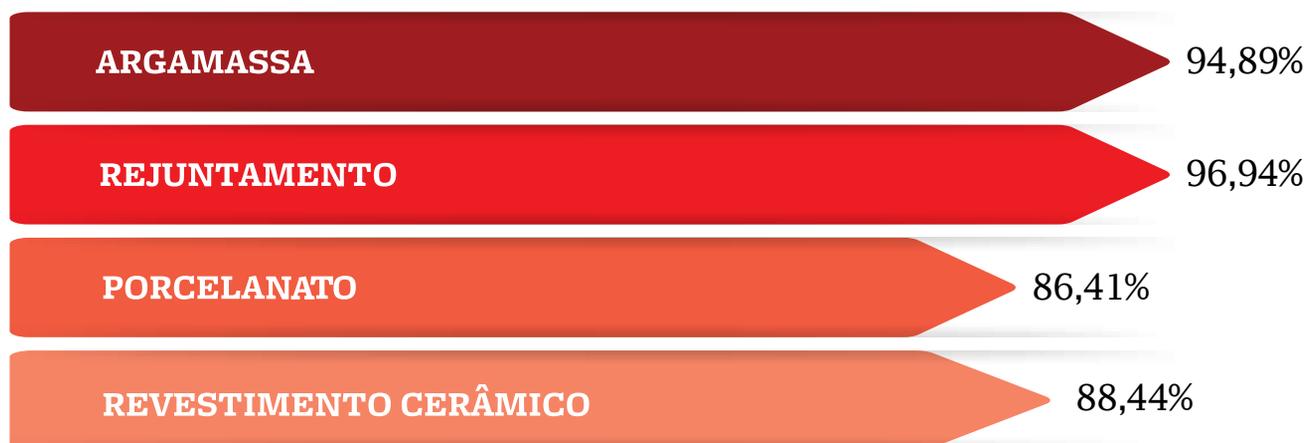
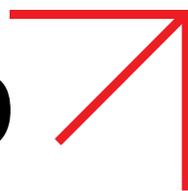
Adere, Afa, Aliança, Apolo, Acquaflex, Bambu, Baston, Bellota, Bestfer, Biehl, Black&Decker, Brasfort, Braskoki, Carreteiro, Ciser, Colorgin, Compel, Dacunha, Daneva, DeWalt, Famastil, Fame, Firlon, Foxlux, Franke, Gol, Hela, Herc, Higiban, HTH, Iberê, Inca, Intech, Isero, K&F, Kelly, Lonax, Meikon, Momfort, Monofil, Morlan, Netuno, Pacetta, Perlex, Pial Legrand, Pincéis Atlas, Pincéis Roma, Pincéis Tigre, Prysmian, Qualitronix, Quartzolit, Rayma, Rossi, São Romão, Siemens, Sil Fios, Simetall, Soprano, Stam, Stanley, Starfer, Starrett, Sunflex, Tempo, 3M, Trifixi, Tupy, Tyrolit, Vedacit, Ventisol e Walsywa.

Solicite a visita de nossos representantes

Venda exclusiva a lojistas **(21) 3512-3590**

cardaorio@cardaorio.com.br

Material para acabamento



ARGAMASSA

MARCA	TOTAL %
WEBER QUARTZOLIT	54,61
VOTOMASSA / VOTORANTIM CIMENTOS	11,97
PRECON	6,59
BOSTIK FORTALEZA	3,42
CERAMFIX	2,71
PORTOKOLL	1,48
ARGALIT	1,19
IMAR	1,04
CIMENTOLIT	0,89
ARGAMIL HIPERCOLA	0,59
OUTROS	10,04
NÃO TRABALHA/NÃO LEMBRA/NÃO CONHECE	5,09
BASE PONDERADA	668
PENETRAÇÃO DE MARCA	94,91

SUL

WEBER QUARTZOLIT	42,86 %
VOTOMASSA / VOTORANTIM CIMENTOS	15 %
PRECON	11,43 %

SUDESTE

WEBER QUARTZOLIT	60,7 %
VOTOMASSA / VOTORANTIM CIMENTOS	10,56 %
PRECON	5,28 %
BOSTIK FORTALEZA	3,23 %
CERAMFIX	2,93 %

NORDESTE

WEBER QUARTZOLIT	52,76 %
VOTOMASSA / VOTORANTIM CIMENTOS	9,45 %
PRECON	7,87 %

CENTRO-OESTE

WEBER QUARTZOLIT	51,67 %
VOTOMASSA / VOTORANTIM CIMENTOS	18,33 %
ARGA FORTE	5 %

SUL

DELTA	29,37%
ELIANE	20,62%
PORTOBELLO	15%

SUDESTE

DELTA	26,27 %
ELIANE	17,43 %
PORTOBELLO	13,14 %
BIANCOGRES	9,38 %
EMBRAMACO	7,24 %

NORDESTE

DELTA	31,43 %
CERÂMICA ELIZABETH	19,29 %
ELIANE	15 %

CENTRO-OESTE

ELIANE	14,46 %
DELTA	12,05 %
EMBRAMACO	10,84 %

PORCELANATO

MARCA	TOTAL %
DELTA	26,64
ELIANE	17,35
PORTOBELLO	9,77
BIANCOGRES	9,56
EMBRAMACO	4,64
CERÂMICA PORTINARI	4,39
CERÂMICA ELIZABETH	3,77
PORTO FERREIRA	2,52
INCEPA	1,36
GYOTOKU	1,22
OUTROS	13,58
NÃO TRABALHA/NÃO LEMBRA/NÃO CONHECE	5,19
BASE PONDERADA	756
PENETRAÇÃO DE MARCA	86,41

REJUNTAMENTO

MARCA	TOTAL %
WEBER QUARTZOLIT	52,46
BOSTIK FORTALEZA	12,37
VOTOMASSA / VOTORANTIM CIMENTOS	9,91
PRECON	6,2
DIRECIONAL	2,57
PORTOKOLL	2,21
CONSTRUCOLA	1,94
CERAMFIX	1,81
CERTA ARGAMASSA	0,74
ARGALIT	0,74
OUTROS	6,59
NÃO TRABALHA/NÃO LEMBRA/NÃO CONHECE	5,99
BASE PONDERADA	688
PENETRAÇÃO DE MARCA	97,53

SUL

WEBER QUARTZOLIT	36,25 %
BOSTIK FORTALEZA	19,38 %
VOTOMASSA / VOTORANTIM CIMENTOS	15,63 %

SUDESTE

WEBER QUARTZOLIT	62,76 %
BOSTIK FORTALEZA	13,49 %
VOTOMASSA / VOTORANTIM CIMENTOS	4,99 %
PRECON	3,52 %
DIRECIONAL	2,64 %

NORDESTE

WEBER QUARTZOLIT	52,76 %
VOTOMASSA / VOTORANTIM CIMENTOS	14,17 %
PRECON	12,6 %

CENTRO-OESTE

WEBER QUARTZOLIT	31,67 %
BOSTIK FORTALEZA	16,67 %
VOTOMASSA / VOTORANTIM CIMENTOS	15 %

SUL

ELIANE	25 %
BIANCOGRES	16,25 %
FORMIGRES	13,75 %

SUDESTE

ELIANE	25,52 %
BIANCOGRES	15,36 %
FORMIGRES	8,07 %
EMBRAMACO	5,73 %
PORTOBELLO	4,95 %

NORDESTE

ELIANE	30,71 %
BIANCOGRES	20,47 %
PORTOBELLO	11,81 %

CENTRO-OESTE

ELIANE	17,57 %
FORMIGRES	14,86 %
BIANCOGRES	12,16 %

REVESTIMENTO CERÂMICO

MARCA	TOTAL %
ELIANE	25,71
BIANCOGRES	16,26
FORMIGRES	8,29
PORTOBELLO	7,89
EMBRAMACO	6,12
CEDASA/MAJOPAR	4,06
INCEPA	2,92
CRISTOFOLETTI	2,89
INCOPISO	2,72
DELTA	2,70
OUTROS	11,56
NÃO TRABALHA/NÃO LEMBRA/NÃO CONHECE	8,88
BASE PONDERADA	745
PENETRAÇÃO DE MARCA	88,44

TOP OF MIND

Revenda Construção

Qualidade construindo confiança.
Os **produtos quartzolit** estão
mais uma vez entre os campeões.

3º LUGAR
MANTA ASFÁLTICA

1º LUGAR
ARGAMASSA

2º LUGAR
IMPERMEABILIZANTE



1º LUGAR
REJUNTES

3º LUGAR
ESPUMA DE POLIURETANO

5º LUGAR
INDÚSTRIA MAIS BARCEIRA
DOS LONSTAE

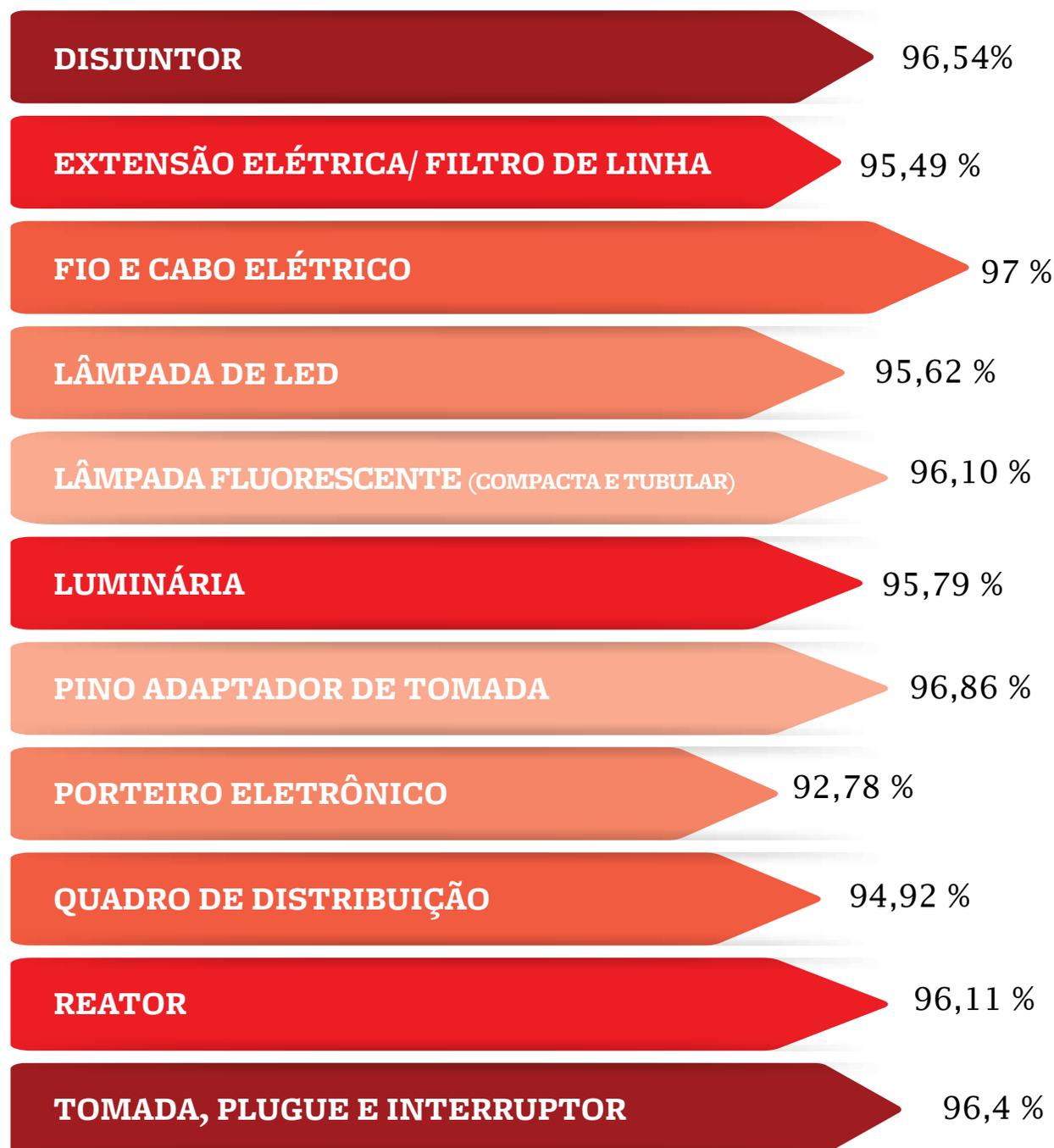
É trabalhando com qualidade que a **Weber** constrói uma das marcas mais lembradas por vocês.
Muito obrigado, parceiros revendedores.

     /weberquartzolit

www.quartzolit.weber

 **weber** produtos
SAINT-GOBAIN **quartzolit**

Material elétrico



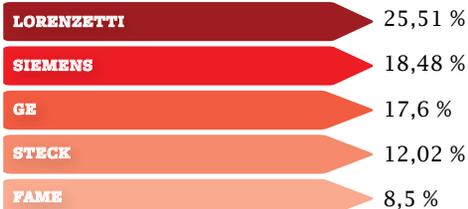
DISJUNTOR

MARCA	TOTAL %
LORENZETTI	31,46
SIEMENS	19,07
STECK	11,23
SOPRANO	10,47
GE	8,89
FAME	7,94
TRAMONTINA	1,63
ELETROMAR	1,04
SCHNEIDER ELECTRIC	0,59
OUTROS	4,21
NÃO TRABALHA/NÃO LEMBRA/NÃO CONHECE	3,46
BASE PONDERADA	668
PENETRAÇÃO DE MARCA	96,54

SUL



SUDESTE



NORDESTE



CENTRO-OESTE



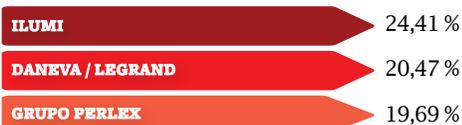
SUL



SUDESTE



NORDESTE



CENTRO-OESTE



EXTENSÃO ELÉTRICA/ FILTRO DE LINHA

MARCA	TOTAL %
ILUMI	21,73
DANEVA / LEGRAND	20,98
GRUPO PERLEX	13,22
FC FIOS E CABOS	10,78
MEGATRON	7,96
FOXLUX	5,04
MARGIRIUS	3,71
FAME	3,11
CORFIO	2,08
MEC-TRONIC	1,63
OUTROS	5,26
NÃO TRABALHA/NÃO LEMBRA/NÃO CONHECE	4,51
BASE PONDERADA	668
PENETRAÇÃO DE MARCA	95,49

FIO E CABO ELÉTRICO

MARCA	TOTAL %
SIL	30,84
CORFIO	16,14
COBRECOM	14,63
MEGATRON	11,92
LAMESA	8,85
PRYSMIAN	3,76
CONDUMIG	3,16
NAMBEI	3,04
MAXCABOS	0,9
CONDUSPAR	0,6
OUTROS	3,16
NÃO TRABALHA/NÃO LEMBRA/NÃO CONHECE	3
BASE PONDERADA	663
PENETRAÇÃO DE MARCA	97

SUL

CORFIO	27,86 %
SIL	25 %
LAMESA	12,14 %

SUDESTE

SIL	27,08 %
COBRECOM	16,96 %
MEGATRON	15,77 %
LAMESA	12,5 %
PRYSMIAN	7,44 %

NORDESTE

SIL	43,31 %
CORFIO	20,47 %
COBRECOM	13,39 %

CENTRO-OESTE

SIL	38,33 %
CORFIO	31,67 %
COBRECOM	13,33 %

SUL

TASCHIBRA	46,43 %
OUIROLUX	20,71 %
AVANT	10 %

SUDESTE

TASCHIBRA	21,11 %
OUIROLUX	17,01 %
GALAXY LED	11,73 %
AVANT	10,26 %
FOX LUX	8,5 %

NORDESTE

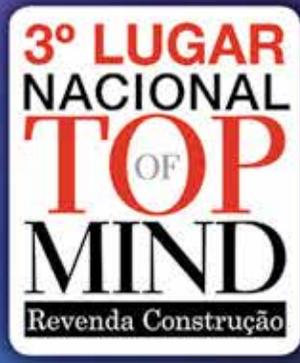
TASCHIBRA	30,71 %
OUIROLUX	22,05 %
AVANT	13,39 %

CENTRO-OESTE

TASCHIBRA	35 %
OUIROLUX	28,33 %
GALAXY LED	25 %

LÂMPADA DE LED

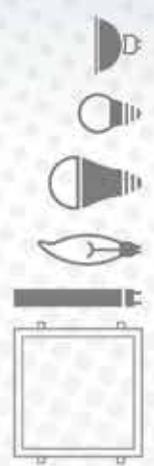
MARCA	TOTAL %
TASCHIBRA	29,53
OUIROLUX	19,79
GALAXY LED	11,82
AVANT	9,89
FOX LUX	7,5
PHILIPS	4
KIAN	3,11
EMPALUX	2,67
G LIGHT	2,22
OSRAM	1,93
OUTROS	3,16
NÃO TRABALHA/NÃO LEMBRA/NÃO CONHECE	4,38
BASE PONDERADA	668
PENETRAÇÃO DE MARCA	95,62



MAIS PRESENTE EM SUA VIDA
A CADA DIA QUE PASSA!

PELO SEGUNDO ANO CONSECUTIVO
ESTAMOS ENTRE AS MARCAS DE
ILUMINAÇÃO MAIS LEMBRADAS
PELOS BRASILEIROS.

ISSO SIGNIFICA QUE ESTAMOS NA
DIREÇÃO CERTA E QUE DEVEMOS
CONTINUAR TRABALHANDO DURO
PARA ILUMINAR TODOS OS
MOMENTOS DE SUA VIDA!



#LuzparaTodososMomentos

LÂMPADA FLUORESCENTE (COMPACTA E TUBULAR)

MARCA	TOTAL %
PHILIPS	20,57
OSRAM / LEDVANCE	17,23
TASCHIBRA	16,95
FOXLUX	10,19
KIAN	8,68
GE	4,15
FLC	4,15
OUROLUX	2,96
AVANT	2,22
EMPALUX	1,63
OUTROS	7,36
NÃO TRABALHA/NÃO LEMBRA/NÃO CONHECE	3,9
BASE PONDERADA	668
PENETRAÇÃO DE MARCA	96,10

SUL

TASCHIBRA	22,14 %
PHILIPS	20,71 %
OSRAM / LEDVANCE	19,29 %

SUDESTE

PHILIPS	16,13 %
OSRAM / LEDVANCE	14,66 %
TASCHIBRA	12,9 %
FOXLUX	9,97 %
KIAN	8,8 %

NORDESTE

PHILIPS	26,77 %
TASCHIBRA	19,69 %
OSRAM / LEDVANCE	16,54 %

CENTRO-OESTE

PHILIPS	31,67 %
OSRAM / LEDVANCE	28,33 %
TASCHIBRA	21,67 %

SUL

TASCHIBRA	50 %
BLUMENAL ILUMINAÇÃO	14,79 %
ILUMI	9,15 %

SUDESTE

TASCHIBRA	20,29 %
BLUMENAL ILUMINAÇÃO	15,88 %
ILUMI	13,53 %
KIAN	10,29 %
OUROLUX	7,65 %

NORDESTE

TASCHIBRA	27,56 %
BLUMENAL ILUMINAÇÃO	20,47 %
KIAN	18,11 %

CENTRO-OESTE

TASCHIBRA	36,67 %
BLUMENAL ILUMINAÇÃO	26,67 %
ILUMI	18,33 %

LUMINÁRIA

MARCA	TOTAL %
TASCHIBRA	29,39
BLUMENAL ILUMINAÇÃO	17,53
ILUMI	13,02
KIAN	10,07
AVANT	5,26
FOXLUX	5,18
OUROLUX	3,87
ECP	2,82
RCG	1,64
EMPALUX	1,64
OUTROS	5,37
NÃO TRABALHA/NÃO LEMBRA/NÃO CONHECE	4,21
BASE PONDERADA	669
PENETRAÇÃO DE MARCA	95,79

ELUMA. CONSTRUÍDA, CONCRETIZADA E FORTIFICADA NA MENTE DO CONSUMIDOR.

Continuar como marca Top of Mind na categoria Tubo e Conexão de Cobre reforça o compromisso da Eluma em oferecer produtos de qualidade, com alta resistência à corrosão, ação antimicrobiana e muitos outros benefícios. Afinal, quem construiu uma linda história com o cobre, também constrói excelentes oportunidades de negócio. Agradecemos a confiança!

TOP
OF
MIND
Revenda Construção



LUGAR

EM TUBO E CONEXÃO
DE COBRE



 www.paranapanema.com.br
 vendas@paranapanema.com.br
 (11) 2199-7604

ELUMA. A MARCA DO COBRE.

 **ELUMA**
uma marca Paranapanema

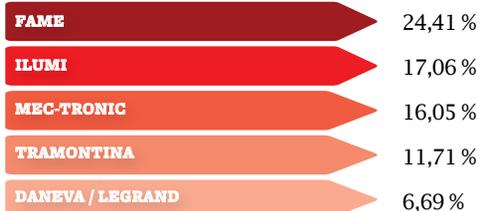
PINO ADAPTADOR DE TOMADA

MARCA	TOTAL %
FAME	30,4
ILUMI	19,06
GRUPO PERLEX	11,23
TRAMONTINA	10,77
MEC-TRONIC	10,42
DANEVA / LEGRAND	4,72
MARGIRIUS	2,37
ALUMBRA	1,18
OUTROS	6,71
NÃO TRABALHA/NÃO LEMBRA/NÃO CONHECE	3,14
BASE PONDERADA	626
PENETRAÇÃO DE MARCA	96,86

SUL



SUDESTE



NORDESTE



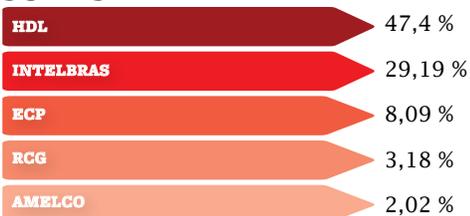
CENTRO-OESTE



SUL



SUDESTE



NORDESTE



CENTRO-OESTE



PORTEIRO ELETRÔNICO

MARCA	TOTAL %
HDL	42,56
INTELBRAS	23,52
ECP	8,76
RCG	6,62
AMELCO	2,36
FAME	2,13
AGL	0,88
GE	0,88
MULTITOC	0,29
FOXLUX	0,29
OUTROS	4,5
NÃO TRABALHA/NÃO LEMBRA/NÃO CONHECE	7,22
BASE PONDERADA	673
PENETRAÇÃO DE MARCA	92,78

QUADRO DE DISTRIBUIÇÃO

MARCA	TOTAL %
TIGRE	30,73
FAME	26,59
CEMAR / LEGRAND	15,36
AMANCO	7,14
RIBEIRO FABRIL	6,9
STECK	2,27
BRUM	0,91
CANAL	0,76
OUTROS	4,27
NÃO TRABALHA/NÃO LEMBRA/NÃO CONHECE	5,08
BASE PONDERADA	656
PENETRAÇÃO DE MARCA	94,92

SUL

TIGRE	27,86 %
FAME	24,29 %
CEMAR / LEGRAND	20,71 %

SUDESTE

TIGRE	30,54 %
FAME	29,34 %
CEMAR / LEGRAND	13,77 %
AMANCO	6,29 %
RIBEIRO FABRIL	5,39 %

NORDESTE

TIGRE	37,7 %
FAME	18,03 %
AMANCO	17,21 %

CENTRO-OESTE

FAME	35 %
TIGRE	23,33 %
CEMAR / LEGRAND	15 %

Qualidade para o seu projeto.

Mais de 800 itens para sua loja.

- Tomadas e Interruptores
- Linha modular e externa
- Sistema X
- Protetores de Linha
- Extensões
- Soquetes
- Plafons e Plugues
- Quadros de Distribuição

Baixe o catálogo completo em nosso site.



RADIAL
Materiais elétricos

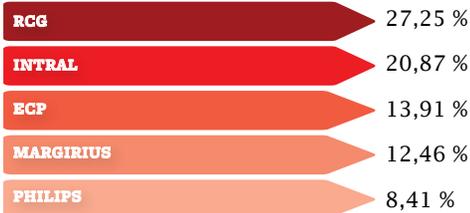


(11) 3576-0299 • www.radial.ind.br • sac@radial.ind.br

SUL



SUDESTE



NORDESTE



CENTRO-OESTE



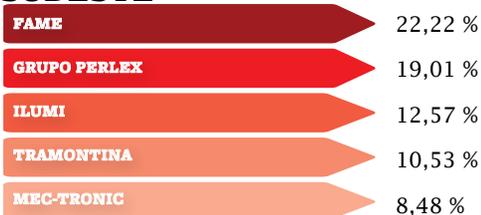
REATOR

MARCA	TOTAL %
RCG	26,79
INTRAL	19,31
ECP	16,87
MARGIRIUS	12,05
PHILIPS	6,93
GE	3,16
FAME	1,76
FOXLUX	1,17
FLC	1,17
TASCHIBRA	1,17
OUTROS	5,72
NÃO TRABALHA/NÃO LEMBRA/NÃO CONHECE	3,89
BASE PONDERADA	672
PENETRAÇÃO DE MARCA	96,11

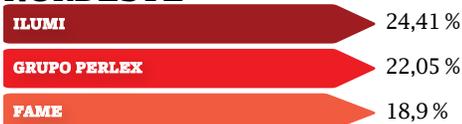
SUL



SUDESTE



NORDESTE



CENTRO-OESTE



TOMADA, PLUGUE E INTERRUPTOR

MARCA	TOTAL %
FAME	24,65
GRUPO PERLEX	20,65
ILUMI	15,61
TRAMONTINA	12,42
MEC-TRONIC	7,31
LEGRAND	3,99
MARGIRIUS	3,7
ALUMBRA	1,63
SCHNEIDER ELECTRIC	1,03
RADIAL	1,03
OUTROS	4,38
NÃO TRABALHA/NÃO LEMBRA/NÃO CONHECE	3,6
BASE PONDERADA	669
PENETRAÇÃO DE MARCA	96,4



grupo perlex

A beleza que o consumidor quer com a qualidade que ele precisa

LANÇAMENTOS

Novo Plafon

- Novo Design
- Instalação simplificada
- Parafusos mais longos
- Disponível na cor branca



Suporte e placa para móveis

- Compatível com todos os módulos das linhas: Tradição / Aros / Pumalight e Brasil
- Dimensões conforme exigências do mercado



Tomada Barra

- Disponível cores: branco/cinza e preto
- Pré-cortes para diferentes bitolas de cabos
- Prensa cabos
- Plástico anti-chama
- Contatos de cobre



Sensor de Presença

- Abrange 360° de detecção
- Alta tecnologia eletrônica
- Dois modelos de embutir de teto
- 1 ano de garantia

Cx 4x2

Dry-wall



Interruptor Engate Rápido 10A Modular

- Contatos de cobre e rebites de prata
- Disponível para Linhas: Tradição / Aros / Pumalight e Brasil



Filtro de Linha

- 5 e 4 tomadas de 10A
- Segurança com fusível
- Tensão bivolt
- Cabo, plugue e tomada certificados
- Cor preto



Tomada Rj45 - Cat6 e Cat6A

- Disponível para Linhas: Tradição / Aros / Pumalight e Brasil
- Atualizado com as novas exigências do mercado
- Com performance para jogos e instalação perfeita dos data centers atuais.
- Disponível montado ou partes (tampa / mecanismo / módulo)



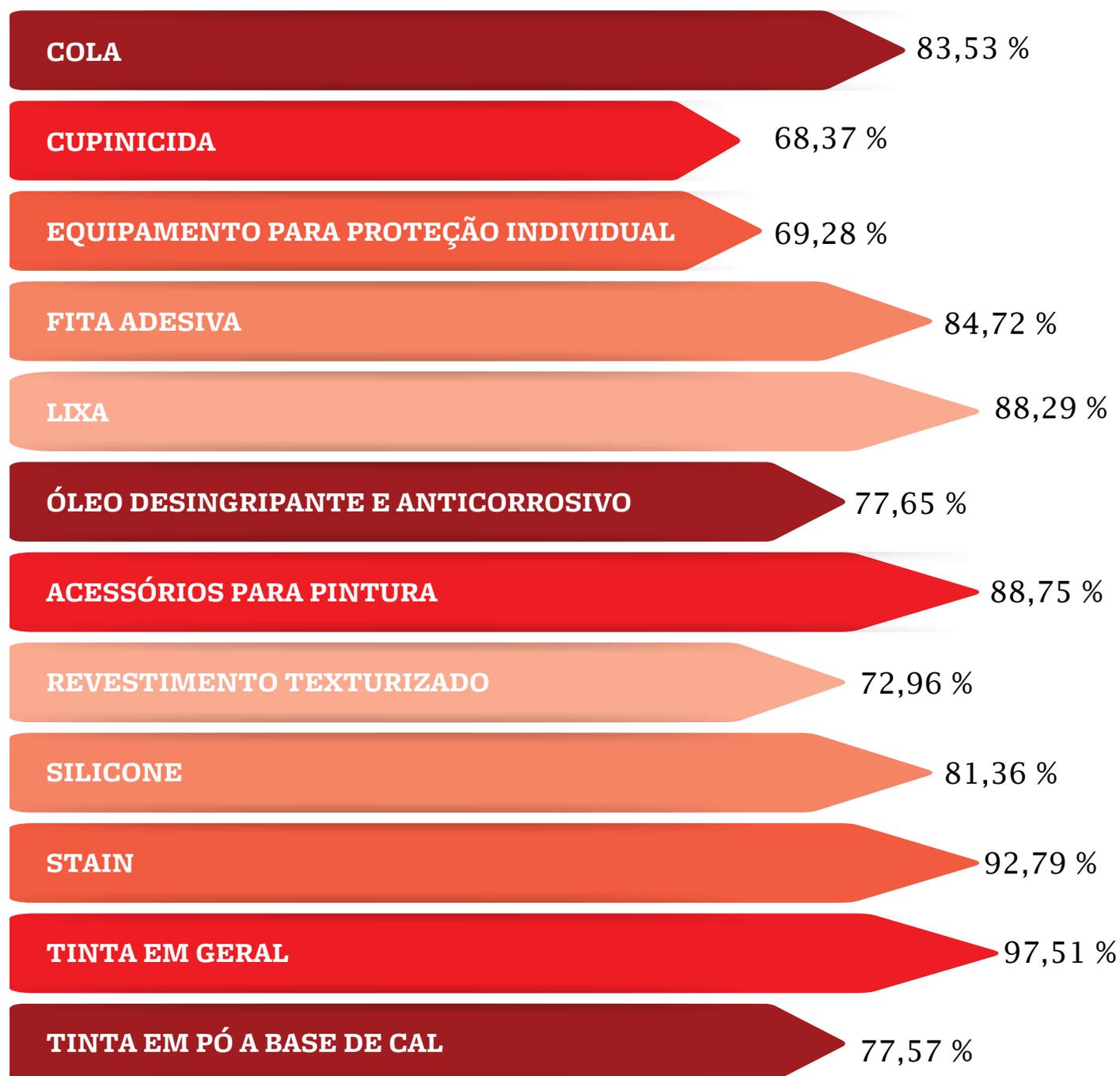
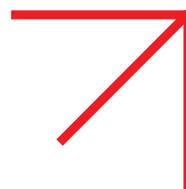
VENDAS (11) 4661-2414 - www.grupoperlex.com.br

A linha mais completa de materiais elétricos do Brasil!

EMPRESAS DO GRUPO PERLEX



Tintas e acessórios



HD-750

Melhor produto do ano há 15 anos.



**TOP
MIND**
Revenda Construção

Líder nacional.



LANÇAMENTO 2018. LINHA ZAPP G2



Sistema de Nivelamento

SOLUÇÕES PARA O ASSENTAMENTO DE
PISOS CERÂMICOS E PORCELANATOS.

www.cortag.com.br

CORTAG
REVOLUTION TOOLS

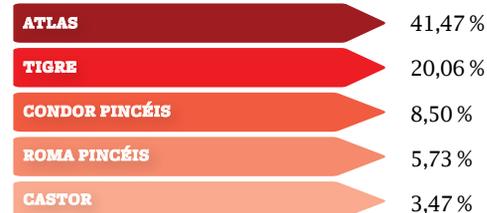
ACESSÓRIO PARA PINTURA

MARCA	TOTAL %
ATLAS	41,47
TIGRE	20,06
CONDOR PINCÉIS	8,5
ROMA PINCÉIS	5,73
CASTOR	3,47
ASTRA	2,87
ARPREX	1,29
PINCÉIS COMPEL	0,38
3M	0,25
OUTROS	4,73
NÃO TRABALHA/NÃO LEMBRA/NÃO CONHECE	11,25
BASE PONDERADA	757
PENETRAÇÃO DE MARCA	88,75

SUL



SUDESTE



NORDESTE



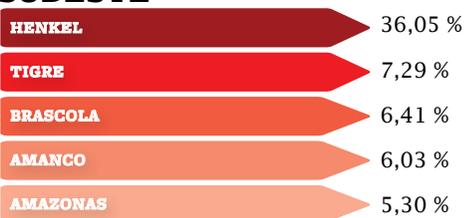
CENTRO-OESTE



SUL



SUDESTE



NORDESTE



CENTRO-OESTE



COLA

MARCA	TOTAL %
HENKEL	36,05
TIGRE	7,29
BRASCOLA	6,41
AMANCO	6,03
AMAZONAS	5,3
TEKBOND	2,76
APLICOLA / GR QUÍMICA	2,58
POLYTUBES / PULVITEC	2,23
3M	1,91
ALBATROZ	0,79
OUTROS	12,17
NÃO TRABALHA/NÃO LEMBRA/NÃO CONHECE	16,47
BASE PONDERADA	755
PENETRAÇÃO DE MARCA	83,53

ATLAS

PARA OS LOJISTAS, SOMOS TOP! E A RECÍPROCA É VERDADEIRA.



Reconhecimentos Atlas

1º LUGAR ACESSÓRIO
PARA PINTURA

3º LUGAR EPIS

5º LUGAR LIXAS

Agradecemos a todos que nos destacaram com sua avaliação, este reconhecimento é o que nos estimula a atender todos os dias com qualidade e eficiência.

Atlas, eleita a marca mais lembrada na categoria de **Acessório para Pintura**, reforçando nosso compromisso com clientes, consumidores e pintores do Brasil.



Quem usa Atlas
sabe o que é bom

ATLAS

SUL



SUDESTE



NORDESTE



CENTRO-OESTE



CUPINICIDA

MARCA	TOTAL %
JIMO	30,71
MONTANA QUÍMICA	14,56
VEDACIT OTTO BAUMGART	9,97
MACHADO	3,87
SAYERLACK	3,81
SPARLACK	0,97
ARRAZE	0,15
ALLCHEM QUÍMICA	0,15
BAYER	0,15
LUKSCOLOR	0,13
ADELBRAS	0,13
AMAZONAS	0,13
OUTROS	3,64
NÃO TRABALHA/NÃO LEMBRA/NÃO CONHECE	31,63
BASE PONDERADA	701
PENETRAÇÃO DE MARCA	68,37

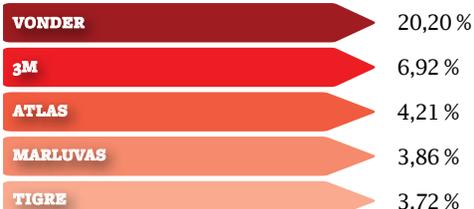
EQUIPAMENTO PARA PROTEÇÃO INDIVIDUAL

MARCA	TOTAL %
VONDER	20,2
3M	6,92
ATLAS	4,21
MARLUVAS	3,86
TIGRE	3,72
KALIPSO	3,69
BRACOL	2,89
NORTON	2,6
CARBOGRAFITE	2,58
MUCAMBO	2,47
OUTROS	16,11
NÃO TRABALHA/NÃO LEMBRA/NÃO CONHECE	30,72
BASE PONDERADA	713
PENETRAÇÃO DE MARCA	69,28

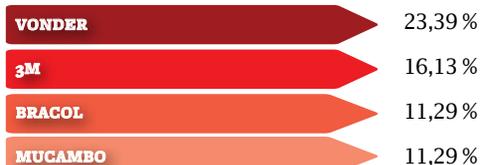
SUL



SUDESTE



NORDESTE



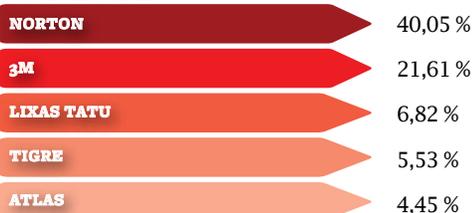
CENTRO-OESTE



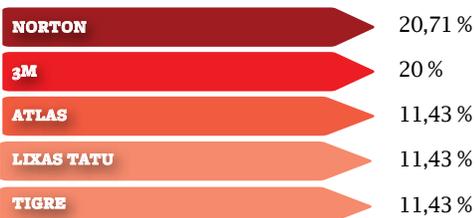
SUL



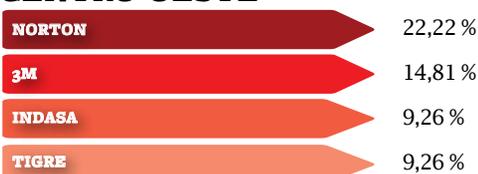
SUDESTE



NORDESTE



CENTRO-OESTE



LIXA

MARCA	TOTAL %
NORTON	40,05
3M	21,61
LIXAS TATU	6,82
TIGRE	5,53
ATLAS	4,45
CARBORUNDUM	1,9
INDASA	1,07
ADERE	0,67
VONDER	0,67
DOBLE A	0,38
OUTROS	5,15
NÃO TRABALHA/NÃO LEMBRA/NÃO CONHECE	11,71
BASE PONDERADA	770
PENETRAÇÃO DE MARCA	88,29

ÓLEO DESINGRIPANTE E ANTICORROSIVO

MARCA	TOTAL %
WD-40	30,62
MUNDIAL PRIME / AEROFLEX	16,54
WURTH	3,26
ORBI QUÍMICA / WHITE LUB	3,07
LUB / BASTON	2,40
LUBGIN	2,35
VONDER	1,52
JIMO	1,20
LUKSCOLOR	0,95
TEKBOND	0,89
OUTROS	14,85
NÃO TRABALHA/NÃO LEMBRA/NÃO CONHECE	22,35
BASE PONDERADA	709
PENETRAÇÃO DE MARCA	77,65

SUL



SUDESTE



NORDESTE



CENTRO-OESTE



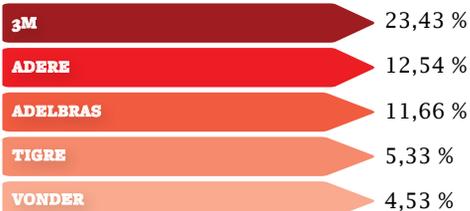
FITA ADESIVA

MARCA	TOTAL %
3M	23,43
ADERE	12,54
ADELBRAS	11,66
TIGRE	5,33
VONDER	4,53
ATLAS	3,78
EUROCEL	2,92
FAME	2,77
DOBLE A	2,72
RAPIFIX	2,62
OUTROS	12,41
NÃO TRABALHA/NÃO LEMBRA/NÃO CONHECE	15,28
BASE PONDERADA	752
PENETRAÇÃO DE MARCA	84,72

SUL



SUDESTE



NORDESTE



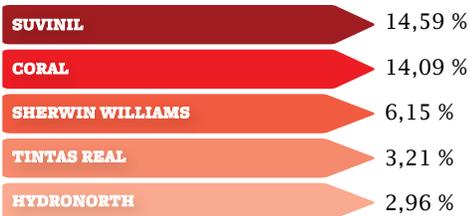
CENTRO-OESTE



SUL



SUDESTE



NORDESTE



CENTRO-OESTE



REVESTIMENTO TEXTURIZADO

MARCA	TOTAL %
SUVINIL	14,59
CORAL	14,09
SHERWIN WILLIAMS	6,15
TINTAS REAL	3,21
HYDRONORTH	2,96
RESICOLOR	2,14
KILLING	1,8
LUKSCOLOR	1,72
ARGALIT	1,03
FUTURA	1,01
BEMA	1,01
OUTROS	23,26
NÃO TRABALHA/NÃO LEMBRA/NÃO CONHECE	27,04
BASE PONDERADA	684
PENETRAÇÃO DE MARCA	72,96

ADERE[®] MAIS UMA VEZ NO TOP OF MIND.



Troféu Destaque

**TOP
MIND**
Revenda Construção

A **ADERE** foi reconhecida novamente na categoria Fita Adesiva e está consolidada no Top of Mind. Agradecemos a confiança!



SAIBA MAIS
Central de atendimento
0800 701 29 03 Seg. a Sex. das 9h às 16h
www.adere.com



ADERE[®]
Colou, tá colado.



SILICONE

MARCA	TOTAL %
HENKEL	20,22
TEKBOND	14,43
BRASCOLA	9,89
TYTAN/SELENA	3,04
SIKA	2,78
VEDACIT OTTO BAUMGART	2,2
ORBI QUÍMICA / WHITE LUB	1,76
AMAZONAS	1,54
ATLAS	1,48
PULVITEC	1,26
OUTROS	22,76
NÃO TRABALHA/NÃO LEMBRA/NÃO CONHECE	18,64
BASE PONDERADA	733
PENETRAÇÃO DE MARCA	81,36

SUL

HENKEL	15,54 %
TYTAN/SELENA	10,81 %
BRASCOLA	9,46 %

SUDESTE

HENKEL	20,22 %
TEKBOND	14,43 %
BRASCOLA	9,89 %
TYTAN / SELENA	3,04 %
SIKA	2,78 %

NORDESTE

TEKBOND	26,43 %
HENKEL	20,71 %
BRASCOLA	9,29 %

CENTRO-OESTE

HENKEL	28,33 %
BRASCOLA	16,67 %
SIKA	13,33 %

SUL

MONTANA QUÍMICA	20 %
SAYERLACK	18,12 %
EUCATEX	11,88 %

SUDESTE

MONTANA QUÍMICA	16,42 %
SUVINIL	14,51 %
SAYERLACK	13,73 %
SPARLACK	12,09 %
EUCATEX	11,59 %

NORDESTE

EUCATEX	31,39 %
SUVINIL	29,93 %
SPARLACK	7,3 %

CENTRO-OESTE

SPARLACK	23,33 %
MONTANA QUÍMICA	18,33 %
SUVINIL	16,67 %

STAIN

MARCA	TOTAL %
MONTANA QUÍMICA	16,42
SUVINIL	14,51
SAYERLACK	13,73
SPARLACK	12,09
EUCATEX	11,59
LUKSCOLOR	3,14
SHERWIN WILLIAMS	2,87
TINTAS RENNER / PPG	2,09
CORAL	1,32
KILLING	1,3
OUTROS	13,71
NÃO TRABALHA/NÃO LEMBRA/NÃO CONHECE	7,21
BASE PONDERADA	696
PENETRAÇÃO DE MARCA	92,79

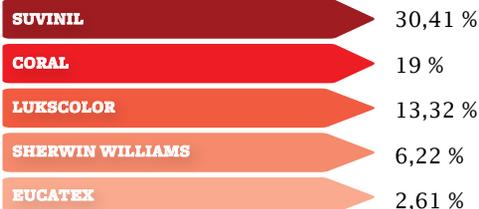
TINTA EM GERAL

MARCA	TOTAL %
SUVINIL	30,41
CORAL	19
LUKSCOLOR	13,32
SHERWIN WILLIAMS	6,28
EUCATEX	2,61
KILLING	1,79
HIDRACOR	1,7
TINTAS RENNER / PPG	1,67
ANJO TINTAS	1,64
HIDRONORTH	1,18
OUTROS	17,9
NÃO TRABALHA/NÃO LEMBRA/NÃO CONHECE	2,49
BASE PONDERADA	744
PENETRAÇÃO DE MARCA	97,51

SUL



SUDESTE



NORDESTE



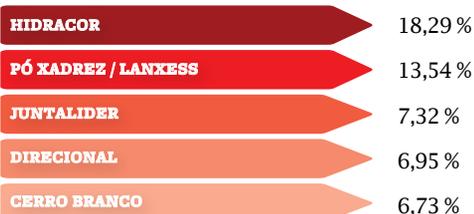
CENTRO-OESTE



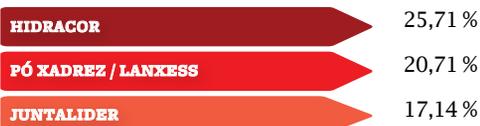
SUL



SUDESTE



NORDESTE



CENTRO-OESTE

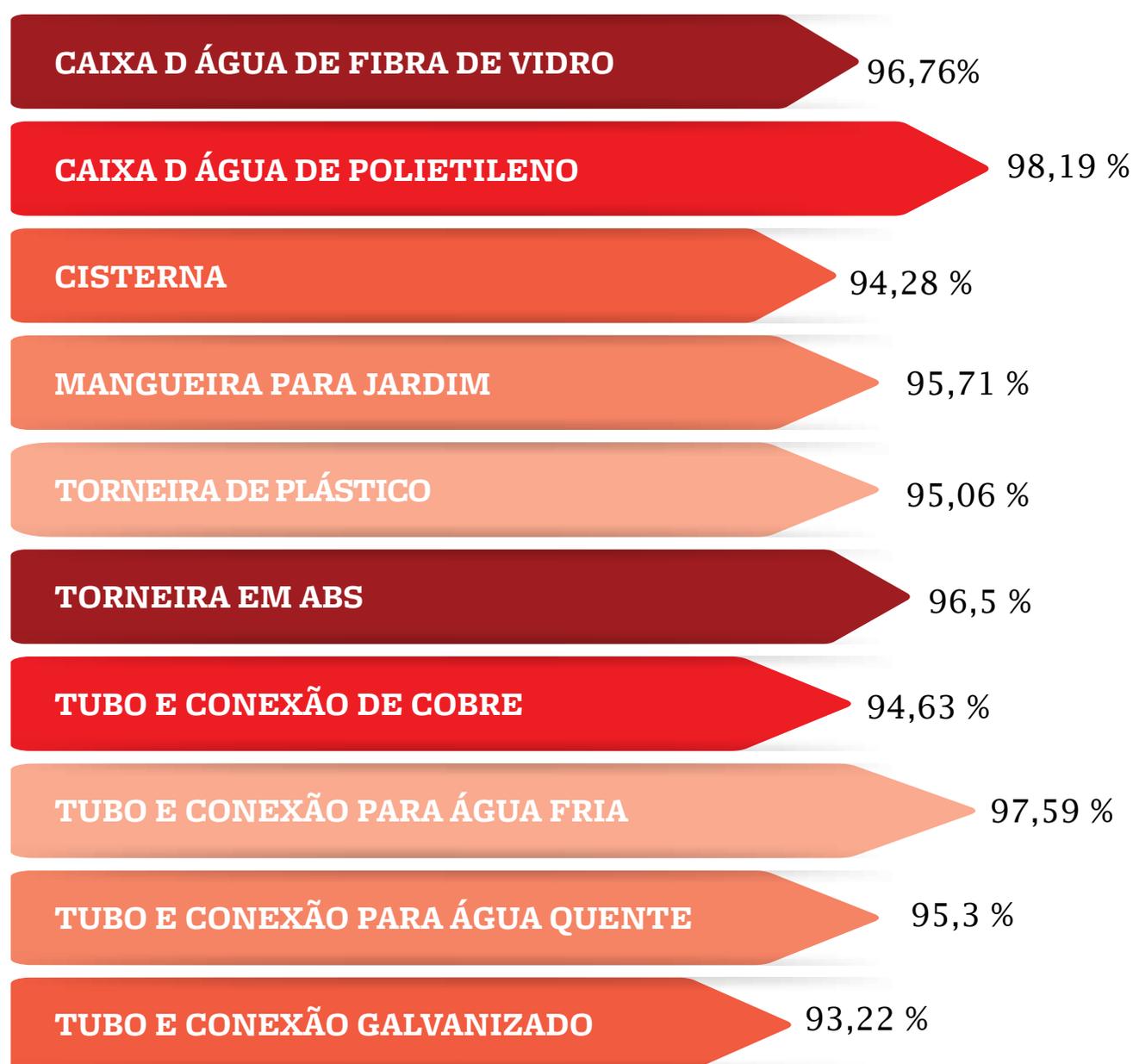


TINTA EM PÓ A BASE DE CAL

MARCA	TOTAL %
HIDRACOR	18,29
PÓ XADREZ / LANXESS	13,54
JUNTALIDER	7,32
DIRECIONAL	6,95
CERRO BRANCO	6,73
SHERWIN WILLIAMS*	4,6
ITAÚ / VOTORANTIM CIMENTOS	2,04
BOSTIK FORTALEZA	2,04
SUVINIL	1,47
CAL CEM	1,37
OUTROS	13,24
NÃO TRABALHA/NÃO LEMBRA/NÃO CONHECE	22,43
BASE PONDERADA	615
PENETRAÇÃO DE MARCA	77,57

A empresa não fabrica esse produto*

Material hidráulico





OBRIGADO.
OBRIGADO DE NOVO.
OBRIGADO MAIS UMA VEZ.

A **PORTA SANFONADA DUDA**
GANHA, PELA TERCEIRA VEZ,
O **PRÊMIO TOP OF MIND**
DA REVISTA REVENDA.

NOSSO AGRADECIMENTO A TODOS QUE
ESCOLHEM E CONFIAM NA DUDA.



 **Duda**

Nossa vocação é conquistar você.

Conheça toda a linha de produtos Duda.
Acesse www.duda.ind.br

SAC 22 2522 9919

 /DudaDamewer

Duas unidades fabris: Escada, PE e Nova Friburgo, RJ

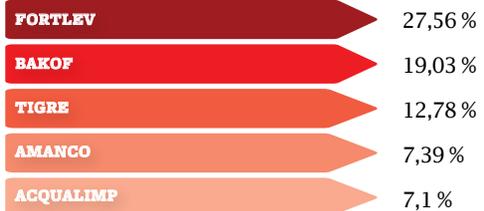
CAIXA D'ÁGUA DE FIBRA DE VIDRO

MARCA	TOTAL %
FORTLEV	32,63
BAKOF	20,92
TIGRE	13,69
FIBRATEC	5,73
FIBROESTE	5,55
PLASTIFIBRA	4,53
ETERNIT	3,84
AMANCO	3,73
ACQUALIMP	3,59
OUTROS	2,53
NÃO TRABALHA/NÃO LEMBRA/NÃO CONHECE	3,24
BASE PONDERADA	680
PENETRAÇÃO DE MARCA	96,76

SUL



SUDESTE



NORDESTE



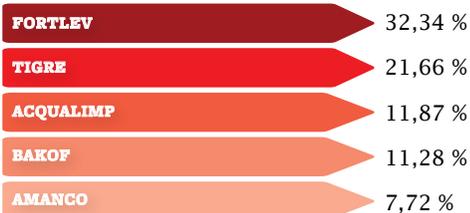
CENTRO-OESTE



SUL



SUDESTE



NORDESTE



CENTRO-OESTE



CAIXA D'ÁGUA DE POLIETILENO

MARCA	TOTAL %
FORTLEV	42,2
TIGRE	21,17
BAKOF	10,57
ACQUALIMP	10,27
AMANCO	4,65
BRASILIT	2,55
ETERNIT	1,65
IMBRALIT	1,54
FIBRATEC	1,5
OUTROS	2,11
NÃO TRABALHA/NÃO LEMBRA/NÃO CONHECE	1,81
BASE PONDERADA	663
PENETRAÇÃO DE MARCA	98,19

AGRADECIMENTO

Ser reconhecida pelo Prêmio Revenda é uma honra para a Ilumi, estar marcada na memória dos lojistas não tem preço. Agradecemos a todos que nos ajudaram e ajudam a ir sempre além.



1º lugar na categoria
EXTENSÃO ELÉTRICA/
FILTRO DE LINHA



2º lugar na categoria
PINO ADAPTADOR
DE TOMADA



3º lugar nas categorias
LUMINÁRIA e TOMADA,
PLUGUE E INTERRUPTOR

**TOP
MIND**
Revenda Construção



A 3M é Top Of Mind!

Agradecemos a todos os parceiros
por este reconhecimento.

Somos a marca mais lembrada
nas categorias:

- Fitas Adesivas
- Equipamentos de Proteção
- Lixas.

Nosso muito obrigado!



CISTERNA

MARCA	TOTAL %
FORTLEV	38,24
ACQUALIMP	23,77
AMANCO	10,28
BAKOF	8,3
TIGRE	6,74
PLASBOHN	1,78
OUTROS	5,16
NÃO TRABALHA/NÃO LEMBRA/NÃO CONHECE	5,72
BASE PONDERADA	668
PENETRAÇÃO DE MARCA	94,28

SUL

FORTLEV	32,14 %
ACQUALIMP	22,86 %
BAKOF	20 %

SUDESTE

FORTLEV	44,57 %
ACQUALIMP	25,51 %
AMANCO	15,54 %
TIGRE	6,45 %
PLASBOHN	3,52 %

NORDESTE

FORTLEV	28,35 %
ACQUALIMP	19,69 %
BAKOF	14,96 %

CENTRO-OESTE

FORTLEV	38,33 %
ACQUALIMP	25 %
BAKOFW	13,33 %

SUL

TRAMONTINA	31,72 %
PLASBHON	26,9 %
MANTAC	21,38 %

SUDESTE

TRAMONTINA	27,57 %
IBIRÁ	10,85 %
ARQUA	9,97 %
ACQUAFLEX	8,21 %
AMANCO	7,33 %

NORDESTE

TRAMONTINA	31,3 %
VIQUA	21,37 %
DURÍN	9,16 %
PABOVI	9,16 %

CENTRO-OESTE

TRAMONTINA	41,67 %
PLASBHON	31,67 %
PLASTILIT	15 %

MANGUEIRA PARA JARDIM

MARCA	TOTAL %
TRAMONTINA	30,44
PLASBHON	12,03
VIQUA	8,58
MANTAC	5,81
DURÍN	5,75
IBIRÁ	5,48
PABOVI	5,2
ARQUA	5,04
PLASTILIT	4,17
ACQUAFLEX	4,15
OUTROS	9,05
NÃO TRABALHA/NÃO LEMBRA/NÃO CONHECE	4,29
BASE PONDERADA	677
PENETRAÇÃO DE MARCA	95,71

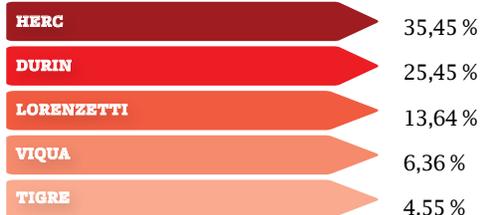
TORNEIRA DE PLÁSTICO

MARCA	TOTAL %
HERC	40,4
DURIN	19,96
VIQUA	8,7
TIGRE	7,75
LORENZETTI	6,89
PLASTILIT	4,71
AMANCO	1,69
DECA	1,23
ASTRA	0,92
KRONA	0,77
OUTROS	3,05
NÃO TRABALHA/NÃO LEMBRA/NÃO CONHECE	3,94
BASE PONDERADA	657
PENETRAÇÃO DE MARCA	96,06

SUL



SUDESTE



NORDESTE



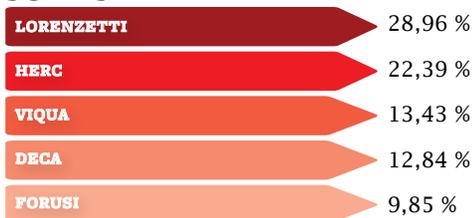
CENTRO-OESTE



SUL



SUDESTE



NORDESTE



CENTRO-OESTE



TORNEIRA EM ABS

MARCA	TOTAL %
LORENZETTI	32,25
HERC	22,97
VIQUA	12,08
DECA	6,49
DURIN	5,88
FORUSI	4,98
TIGRE	4,84
ASTRA	3,77
METAIS IMPERATRIZ	0,75
METAIS LEÃO	0,75
OUTROS	1,73
NÃO TRABALHA/NÃO LEMBRA/NÃO CONHECE	3,5
BASE PONDERADA	670
PENETRAÇÃO DE MARCA	96,5

QUALIDADE, SEGURANÇA E TRANQUILIDADE, SINÔNIMOS DE BONS NEGÓCIOS!

Há 15 anos tomamos
uma decisão muito
importante:

optamos por uma tecnologia
que utiliza fibras alternativas
na fabricação de todo
o fibrocimento Brasilit.

Garanta os melhores resultados
e facilite a vida de seus clientes.

Ofereça Brasilit!

Fale com a gente, saiba muito mais
e faça os melhores negócios:

 0800 11 6299

 brasilit.com.br

 facebook.com/BrasilitOficial

 Instagram.com/BrasilitOficial

 BrasilitSaint-Gobain



A marca que entende de Brasil

**Somos TOP,
mais uma vez!**

**Premiada 12x
a melhor betoneira
do Brasil.**

6x Melhor Produto do Ano na categoria Betoneiras.
6x Top of Mind.



**MELHOR DE
VERDADE**

CSM[®]
MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS PARA CONSTRUÇÃO

ACIONADO
POR MOTOR **WEG**

amelhorbetoneiradobrasil.com.br

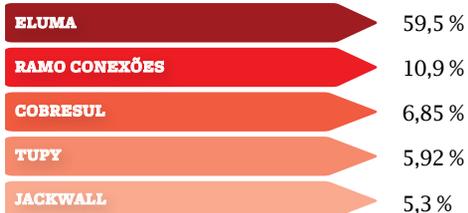
TUBO E CONEXÃO DE COBRE

MARCA	TOTAL %
ELUMA	45,05
TIGRE	11,68
JACKWALL	10,82
TUPY	9,5
RAMO CONEXÕES	7,2
COBRESUL	4,96
OUTROS	5,42
NÃO TRABALHA/NÃO LEMBRA/NÃO CONHECE	5,37
BASE PONDERADA	648
PENETRAÇÃO DE MARCA	94,63

SUL



SUDESTE



NORDESTE



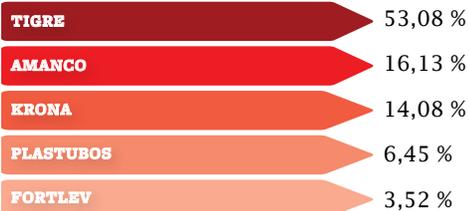
CENTRO-OESTE



SUL



SUDESTE



NORDESTE



CENTRO-OESTE



TUBO E CONEXÃO PARA ÁGUA FRIA

MARCA	TOTAL %
TIGRE	49,9
KRONA	15,58
AMANCO	15,13
FORTLEV	4,83
PLASTILIT	4,67
PLASTUBOS	3,26
TUBOZAN	0,74
OUTROS	3,48
NÃO TRABALHA/NÃO LEMBRA/NÃO CONHECE	2,41
BASE PONDERADA	668
PENETRAÇÃO DE MARCA	97,59

AGRADECEMOS A CONFIANÇA

Para a **Roca Brasil**, o desenvolvimento de **louças sanitárias, metais, móveis e assentos** prioriza a estética, performance e sustentabilidade.

E cada fase do processo produtivo é reflexo do nosso empenho diário com a qualidade para oferecer o melhor aos nossos consumidores.



Showroom Roca Brasil
Av Brasil, 2188 - Jd América
01430-001 - São Paulo/SP

**TOP
OF
MIND**
Revenda Construção

Roca Brasil
Roca | Incepa | Celite

SUL



SUDESTE



NORDESTE



CENTRO-OESTE



TUBO E CONEXÃO PARA ÁGUA QUENTE

MARCA	TOTAL %
TIGRE	53,18
AMANCO	23,16
KRONA	7,65
FORTLEV	7,07
PLASTILIT	1,05
OUTROS	3,19
NÃO TRABALHA/NÃO LEMBRA/NÃO CONHECE	4,7
BASE PONDERADA	665
PENETRAÇÃO DE MARCA	95,3

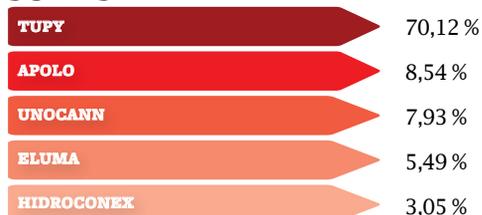
TUBO E CONEXÃO GALVANIZADO

MARCA	TOTAL %
TUPY	60,98
ELUMA	13,65
APOLO	10,5
UNOCANN	4,01
HIDROCONEX	1,54
OUTROS	2,56
NÃO TRABALHA/NÃO LEMBRA/NÃO CONHECE	6,78
BASE PONDERADA	475
PENETRAÇÃO DE MARCA	93,22

SUL



SUDESTE



NORDESTE



CENTRO-OESTE





GALAXYLED

A GalaxyLED é uma empresa brasileira com apenas três anos de mercado, porém, que já está entre as três principais marcas do ramo de iluminação, especializada no desenvolvimento de produtos com a tecnologia LED. Atendendo a todos os mais altos padrões de qualidade internacional, bem como às novas normativas do Inmetro para o mercado brasileiro, possui o maior portfólio do mercado, com 700 produtos em LED e 300

certificados pelo Inmetro, somando grande quantidade de luminárias projetadas e fabricadas para serem a melhor escolha quando se trata de iluminar qualquer tipo de projetos, em qualquer aplicação, nos mais variados ambientes.

Hoje a GalaxyLED dispõe de quatro linhas de produtos.

Line: produtos econômicos com design clean, modernos e funcionais para diversas aplicações em especial, destinados à iluminação geral e de destaque.

Concept: que, como o próprio nome diz, são produtos conceituais, com tecnologia e sofisticação, utilizados em projetos luminotécnicos desenvolvidos por arquitetos e light designers, traduzindo o conceito do ambiente por meio da luz.

Pro: com sistemas de iluminação desenvolvidos para projetos específicos e de alto padrão que demandam performance, potência e controle de foco e necessitam de alta precisão.

Classic: as lâmpadas decorativas e

com apelo retrô proporcionam uma luz mais discreta, suave, dando um ar mais aconchegante e podem ser usadas em vários tipos de ambiente.

Nossa missão é fornecer as melhores soluções em iluminação com a mais alta tecnologia, unindo responsabilidade ambiental às melhores práticas de gestão em um ambiente de trabalho seguro e moderno, garantindo a satisfação total dos seus clientes. Todas essas ações, em sinergia, visam ao crescimento sustentável e organizado da GalaxyLED, que busca a liderança do mercado de iluminação na América Latina.

A GalaxyLED possui cobertura nacional por meio de uma equipe de representantes e colaboradores treinados para atender às necessidades dos clientes com rapidez e agilidade, garantindo confiança e o melhor atendimento.

A unidade comercial está localizada em São Paulo, SP, dotada de showroom com exposição de toda a gama de produtos GalaxyLED, porém, a empresa ainda tem centro de distribuição em Joinville com 12.000 metros² e as filiais localizadas em Rio de Janeiro, Santa Catarina, Paraná e Minas Gerais. Com a chegada do Diretor de Operações, Samir Bueno, que assumiu a função em outubro de 2017, já podemos constatar a obtenção de resultados importantes, listando certificações ISO, integração da empresa via ERP (Sistema de Gestão Empresarial), reestruturação da área de Serviço de Atendimento ao Consumidor (SAC) e diretrizes de política comercial. Além de todos os fatos citados, para proporcionar esse novo momento de crescimento, foi implantado o software de gestão da TOTVS e os módulos especializados no modelo de subscrição, e, também, de coletores de dados para apoiar os processos logísticos e da solução TOTVS Inteligência Fiscal, 100% na nuvem, para atender às obrigações

fiscais, de acordo com as exigências do Sistema Público de Escrituração Digital (SPED). Após a implantação dos softwares, a empresa melhorou a visibilidade de estoque e a rastreabilidade das entregas. Agora, é possível monitorar o pedido, desde a saída do centro de distribuição até o destino final, sem falhas de comunicação. Como resultado, a GalaxyLED obteve padronização dos processos e agilidade em todas as etapas da operação, permitindo maior eficiência e atendimento proativo.

Com o rápido e grande crescimento da marca GalaxyLED, foi realizado um processo de reestruturação, e capitaneada, pelo COO Samir Bueno, para a adequação a essa nova conquista. A gestão da empresa GalaxyLED passou a utilizar a metodologia SWOT, indicada para analisar pontos fortes e fracos e oportunidades e ameaças de um negócio, favorecendo a construção de um plano de ação para reduzir os riscos e garantir o aumento do sucesso, além de consolidar a marca da empresa no mercado. A construção de políticas de comercialização, qualidade e comercial, com os respectivos documentos que balizam essas ações, foi complementada com plano de endomarketing e branding.

A GalaxyLED está em constante busca por novas certificações e o processo foi iniciado, em março, com a empresa certificadora Bureau Veritas, que realizou a auditoria prévia e listou as conformidades e não-conformidades das operações. Essas mudanças beneficiaram a equipe na forma de atendimento que se reverte em agilidade e maior qualidade para os parceiros e os clientes.

A qualidade é um dos fatores indispensáveis para a empresa GalaxyLED, que tem, como prioridade, satisfazer aos clientes e que, por este motivo, se compromete a fornecer as melhores soluções em iluminação a

fim de que, deste modo, possa atender, sempre, às necessidades próprias de cada um deles.

Identificar desvios, implementar ações corretivas, atender aos requisitos das partes interessadas e trabalhar preventivamente, gerenciando os riscos em busca da excelência, são algumas das ações estratégicas adotadas para alcançar os resultados pretendidos.

A consciência ambiental é fundamental para a GalaxyLED, que visa a minimizar os impactos ambientais por meio da implementação de boas práticas em acordo aos requisitos legais aplicáveis, reduzindo resíduos e evitando desperdícios, bem como fazendo o uso racional dos recursos naturais. A empresa GalaxyLED levanta a bandeira da sustentabilidade, de modo a influenciar os colaboradores a praticar ações ambientalmente corretas dentro e fora da organização, pois, todos sabem da importância em preservar a saúde do nosso planeta.

▾ PARCERIAS

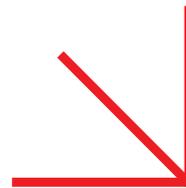
O Studio 1202 e a GalaxyLED montaram uma parceria desde o início do ano, sempre mostrando dicas e tutoriais para ajudar às pessoas entrarem no espírito do “faça você mesmo”. Foi essa vontade e poder de transformação que uniu essa parceria.

O Studio 1202 traz uma nova novidade de luminária por mês no canal. Sempre utilizando como base as soluções LED da empresa, a dupla elabora nova leitura das luminárias trazendo novas possibilidades de utilização das mais diferentes peças: plafons, spots, luminárias de embutir. Tudo isso, sempre acompanhado de um tutorial bem detalhado para que você possa replicar as luminárias em sua casa. “Antes de tudo, precisamos pensar fora da caixa e lembrar de que soluções LED são, por sua essência, lâmpadas que podem ganhar novas formas e usos”, explica o designer Joel Alves.





MEGATRON



Acreditando nas pessoas

A MEGATRON é uma empresa que acredita nas pessoas e tem na capacitação profissional de seus colaboradores um diferencial competitivo para alcançar os altos padrões de excelência em tudo que faz! Ciente do seu compromisso com o futuro investe fortemente em recursos que permitam a sustentabilidade de seu processo produtivo e de todo o seu negócio. Com vinte anos de experiência, a MEGATRON é referência de qualidade para todo o mercado em que atua, tendo em seu portfólio um amplo e diversificado mix de produtos, atuando em vários segmentos (um grande diferencial da marca). Através de um trabalho integrado e constante comprometimento entre toda a equipe interna e externa, vem demonstrando ano a ano o crescimento da marca, possibilitando ofertar produtos de qualidade.

Diante das vendas, seu foco principal é a comercialização das linhas de Cabos de energia Flexíveis, Extensões elétricas, Filtros de linha, Cordões prolongadores e antenas (internas e externas), todos certificados de acordo com as normas vigentes.

Apesar do momento desafiador vivido no setor, a Megatron vem seguindo seu planejamento, e crescendo, sem pensar em dificuldades. “Ser uma empresa capitalizada e muito bem estruturada, nos permitiu enfrentar as dificuldades do mercado”, diz Valmir Ferreira Santos, gerente Comercial da empresa. “Temos um quadro de representantes contratados de forma estratégica e distribuídos em todo território nacional, criando maior proximidade com nossos clientes e facilitando as negociações”, complementa.

Para atender ao aumento da demanda na produção e agilizar ainda mais

os processos internos, estamos realizando, neste primeiro semestre, uma ampliação de 40% na unidade fabril de Cachoeira de Minas (MG), totalizando uma área de 20.000m. Além desta, contamos ainda com as unidades de Itajuba (MG), Pedralva (MG) e com um centro de distribuição, em SP, onde atuamos com uma frota própria para a das entregas aos nossos clientes e transportadoras parceiras em todas as regiões do país.

Acreditamos que para o segundo semestre, haja um reaquecimento no mercado, o que nos encoraja a focar ainda mais em ações/parcerias com os revendedores. Outra ação que temos enfatizado são Treinamentos com às equipes de vendas em nossos clientes, juntamente com eletricitistas e instaladores, no intuito de apresentar a marca e seus diferenciais, e, assim, estreitarmos o relacionamento com todos.





Tramontina:

mais de 100 anos fazendo bonito

Tudo começou em 1911, quando o artesão e filho de imigrantes Valentin Tramontina se mudou para Carlos Barbosa, interior do Rio Grande do Sul, e abriu uma pequena ferraria, onde executava reparos para as indústrias da região e a ferrar cavalos. Mais adiante, em 1925, Valentin iniciou a produção artesanal de canivetes. Hoje, a empresa tem mais de 18 mil itens em seu portfólio, divididos em dez fábricas em território nacional.

Entretanto, foi preciso muito trabalho para multiplicar a pequena ferraria em dez unidades fabris. Valentin comandou a empresa até 1939, quando faleceu. A partir de lá, quem assumiu a Tramontina foi a viúva, Elisa. Em 1954, tornaram-se sócios Elisa e Ivo Tramontina e Ruy J. Scmazzon. Nas décadas seguintes, novos produtos entraram no portfólio e as fábricas começaram a ser construídas. Investindo em tecnologia, inovação e, principalmente, em capital humano, a Tramontina foi se tornando referência em qualidade, dentro e fora do Brasil.

O que a pequena ferraria de Valentin e

a Tramontina de hoje têm em comum? A vocação para sempre fazer bem feito e o compromisso ético de buscar, incansavelmente, produtos de qualidade, que se fortaleceram por muitos anos e se fixaram na cultura empresarial da marca. Essa é a essência da Tramontina: respeito máximo ao consumidor. Ao longo da sua história, a empresa carrega como missão o desenvolvimento, a produção e a entrega de produtos de qualidade que melhoram a vida das pessoas. Assim, gera valor para seus consumidores, os funcionários, os acionistas e às comunidades onde está inserida.

O segredo para manter a essência ao longo dos anos é simples: investir e valorizar cada uma das pessoas que trabalham na empresa. Afinal, elas são o maior capital da marca.

É por isso que a Tramontina inspira as pessoas a construir e compartilhar um mundo melhor nessas casas e no ambiente de trabalho. Um jeito de fazer bonito que resume um estilo de vida e uma visão de mundo. Representa uma filosofia de marca, que, genuinamente, traduz mais de

100 anos de história e faz com que a Tramontina continue crescendo.

A Tramontina leva seus produtos, todos com a marca brasileira, para mais de 120 países. Renomada pela produção de facas, talheres e panelas, a empresa também é referência nos setores de construção civil e agronegócio, produzindo eletros, ferramentas para agricultura, jardinagem, manutenção industrial e automotiva, veículos utilitários e materiais elétricos. Produz, ainda, ferramentas manuais para o setor industrial e automotivo, o mercado da construção civil e, também, a linha de uso doméstico. Além disso, o segmento do agronegócio é de extrema importância, visto que, praticamente, todas as ferramentas industriais e os organizadores são utilizados em meio rural, como solução completa para manutenções no campo.

Os mais de 18 mil itens contam com tecnologia de ponta em diversas etapas da produção, como, por exemplo, a utilização de robôs, que proporcionam acabamento de alto padrão, redução de custos e otimização de produtividade.



VONDER Ferramentas

cada vez mais forte e reconhecida pelos brasileiros

Força no desenvolvimento de produtos, infraestrutura de ponta, rigor técnico aplicado ao aprimoramento de suas ferramentas e foco em atendimento e pós-venda são características que fazem da VONDER uma referência no mercado de ferramentas e equipamentos profissionais.

São pouco mais de 20 anos de mercado e uma presença e reconhecimento que a colocam em posição de destaque entre grandes players dos mais variados nichos de especialidade profissional e industrial. A VONDER reforça em cada produto seu compromisso de excelência com seus revendedores e consumidores, com total foco e

respeito com quem trabalha com suas ferramentas. Essa filosofia de trabalho é diariamente colocada à prova, seja pelo mix de produtos ofertados, como, também, em todas as frentes que envolvem os processos de atendimento demandados aos clientes de Norte a Sul do Brasil. Para honrar ainda mais seu compromisso com o mercado, algumas premissas

de gestão também são fundamentais. Garantir ao consumidor de ferramentas na hora da escolha por uma determinada marca e/ou produto, um equipamento com a certeza de performance superior, alta qualidade e resistência e outros atributos, que possam assegurar a exata solução e a funcionalidade a que se destinam, focando sempre em diferenciais

que sigam diretamente ao encontro dos anseios de seus usuários faz a diferença e coloca a VONDER como uma das líderes na preferência de quem usa ou trabalha com ferramentas.

Primeiramente, uma estrutura administrativa, comercial e logística de ponta, que garante um atendimento rápido, seguro e eficiente aos clientes de todo o Brasil e, também, do mercado internacional.

Um dos grandes diferenciais da marca está na amplitude do seu mix. Completo, abrangente e de especialidades profissionais, ofertando soluções em produtos para as mais diferentes atividades profissionais e industriais, dentro de um conceito que explica a existência de uma ferramenta certa para cada necessidade profissional.

Outro ponto de atenção e diferenciação está presente no rigor técnico, que conduz o desenvolvimento e a evolução de cada produto da marca. A VONDER conta com um laboratório próprio, acreditado pelo Inmetro, com infraestrutura de ponta para a realização de inspeções e ensaios técnicos e de qualidade.

Mas os diferenciais da VONDER não param e o atendimento consultivo é mais um dos motivos que asseguram um lugar de destaque nos milhares de PDVs

espalhados por todo o país. Falando tanto da equipe Comercial quanto no suporte e atendimento pós-venda, que engloba a maior rede de assistências técnicas do segmento no Brasil, cobrindo todos os estados, e uma central de Assistência ao Consumidor – ASCON, para melhor atendimento aos nossos clientes e consumidores, o assessoramento técnico para os produtos contam com inúmeras ações de mercado, desde demonstrações técnicas dos produtos até eventos e treinamentos direcionados para linhas e categorias que requerem um maior aprofundamento das informações técnicas.

Nosso pós-venda é sinônimo de pronto atendimento e assertividade nas resoluções, dando subsídios para que o nosso público, cada vez mais exigente, sintam-se seguro em ter o melhor e mais eficaz retorno às suas demandas e necessidades. Uma das diretrizes da marca para o pós-venda é que, muito antes de comercializarmos os produtos, já temos que pensar na expectativa e na satisfação dos nossos clientes e consumidores.

Todo esse trabalho ajuda a consolidar a VONDER como uma das marcas mais completas nas categorias que atua e, desde 1997, com a chegada do primeiro produto VONDER ao mercado: o VON-

DER LUB, a marca cresce, evolui e ganha ainda mais força e reconhecimento, principalmente por quem mais entende de ferramentas e do trabalho profissional.

Por tudo isso, falar da VONDER é, sobretudo, falar de inovação e êxito em produtos. O mercado consumidor tem uma necessidade cada vez maior de itens que atendam, de forma eficiente, aos diversos tipos de necessidades para os mais variados perfis de consumo. Seja para atender aos anseios dos profissionais autônomos ou para consumidores finais, eventuais usuários de uma ferramenta, fatores de inovação, funcionalidade, instrução e atratividade das embalagens, ações e conteúdos técnicos em formatos digitais e outras dicas de uso, conteúdo, fazem com que as marcas tenham uma jornada de aprimoramento constante de seus produtos. Embalagens que apresentem, de forma instrucional e intuitiva, as principais características e funcionalidades também são responsáveis pela percepção de valor de cada conteúdo e produto ofertado.

Cada vez mais a VONDER trabalha para atender às exigências desses consumidores, que, além de ferragens, ferramentas, máquinas e equipamentos, precisam de uma abordagem de consumo moderna e dinâmica, que enxerguem as marcas como facilitadoras na execução de suas tarefas, recursos na busca por redução de custos e prazos na execução dos projetos e muito mais. E, para todas essas necessidades, a VONDER faz um constante e rigoroso acompanhamento e aprimoramento de suas linhas de produtos, atendendo às necessidades do mercado e certificando-se de que qualidade não é apenas um atributo da marca, mas uma característica que se obtém com um trabalho diário de acompanhamento de produtos, serviços e atendimentos. Ao preferir a VONDER, nossos clientes e consumidores escolhem e atestam todos esses atributos que nos ajudam a construir, a cada dia, uma marca cada vez mais forte e sólida no mercado em que atuamos.



■ GAMMAPRO

Para atender a um mercado mais exigente, a Gamma Ferramentas lançou a linha de ferramentas GammaPro, desenvolvida para o público profissional e industrial. Inicialmente com a linha de marteleiros e martelos, que possuem design ergonômico diferenciado e excelente relação peso x potência, alto desempenho na perfuração/rompimento de alvenaria, concreto, asfalto ou qualquer outro tipo de material que exija impacto para ser perfurado/rompido. Indicado para empreiteiras, construtoras, consórcios de obras, locadoras e para outras aplicações profissionais industriais e de uso contínuo.



■ ASSENTOS ASTRA CONFORTÁVEIS

A Astra lança linha de assentos almofadados perolados, fabricados com materiais nobres e enchimento de espuma. São assentos macios, que proporcionam total conforto ao usuário. O já consagrado assento almofadado da Astra, por exemplo, vem com um

exclusivo sistema que

permite que o arco e o tampo parem em pé ao mesmo tempo. O grande diferencial são as novas cores peroladas: bronze, prata e ouro.



■ OS 70 DA ARTECOLA

No dia 5 de maio, a Arteccla, com Matriz em Campo Bom, RS, comemorou 70 anos de fundação. “Nos destacamos pela inovação e a sustentabilidade, e, para isso, contamos com uma equipe qualificada, formada por pessoas que acreditam no que fazem e escrevem conosco essa longa história empresarial”, afirma o presidente Executivo, Eduardo Kunst. Na atual estrutura, a Arteccla conta com três áreas de negócios: Indústria (adesivos e laminados especiais para aplicações nos mais diversos segmentos industriais, como calçadista, moveleiro, papel e embalagem, automotivo e construção civil), Consumo (por meio da marca AFIX®, oferece um portfólio completo em soluções para construir e reformar, atendendo tanto quanto ao especialista como o usuário do “faça você mesmo”, e Extrusão (produtos diferenciados e de alta performance para diversos segmentos, que incorporam fibras naturais em sua composição). No Brasil, mantém unidades no Rio Grande do Sul, em São Paulo e na Bahia, onde emprega cerca de 300 colaboradores. Com sua rede internacional, atua em 18 países da América Latina. Em meio a um dos momentos mais emblemáticos destas sete décadas, que, após um período de crescimento acelerado, exigiu lançar mão do recurso da Recuperação Judicial para reorganizar o planejamento financeiro, a empresa segue firme em sua Visão para 2022: Ser referência em soluções diferenciadas, sustentabilidade e sólida reputação. Kunst reforça o foco na Missão: “Nós, da Arteccla, existimos para criar valor através de soluções diferenciadas, promovendo o desenvolvimento sustentável e facilitando a vida dos clientes. Estamos fortemente alinhados a esse princípio, com muita determinação e confiança nos novos rumos da organização”.



Para quem usa, somos **TOP!**

Escolhida como entre as melhores marcas em argamassa.

A **Cimentolit** foi classificada entre as melhores marcas em argamassa em 2017 no **TOP OF MIND**. Motivo de orgulho para nós e para toda a equipe que trabalha com base na alta qualidade de nossos produtos. Os profissionais reconhecem nossas competências e diferenciais porque constroem no menor tempo e com máxima qualidade e segurança em suas obras, somados à economia e sustentabilidade. Por isso, temos orgulho em dizer **SOMOS TOP!**

*Essa conquista
também é sua!*

**TOP
OF
MIND**
Revenda Construção



**TOP
10**

Cimentolit
evolução sustentável

Cimentolit[®]
evolução sustentável

► cimentolit.com | **27** ANOS

CABO DE COBRE NU DA COBRECUM

A Cobrecum Fios e Cabos Elétricos apresenta para o mercado seu mais novo produto: o Cabo de Cobre Nu com Têmpera Meio Dura. Indicado para instalações de linhas aéreas de transmissão de energia elétrica e no sistema de aterramento, o produto é formado por fios de cobre nu, eletrolítico, têmpera meio dura, sólido e com encordoamento classes 2A e 3A e está de acordo com as normas básicas aplicáveis e exigidas para esse tipo de material: NBR 5111 e NBR 6524 da ABNT (Associação Brasileira de Normas Técnicas). Além disso, o Cabo de Cobre Nu com Têmpera Meio Dura possui identificação com os dados do fabricante (Nome e CNPJ), seção nominal e as normas da ABNT que o cabo atende. O cobre utilizado na fabricação do cabo de cobre nu é refinado por eletrólise e tem pureza mínima de 99,9%. Também é recozido e tem têmpera meio dura.



23º CONCURSO ESTUDOS DECA

Alunos de design de interiores e arquitetura de escolas técnicas e faculdades que estejam sob orientação de coordenador, independentemente do semestre que estejam cursando, poderão se inscrever no 23º Concurso Estudos Deca. Esta é uma oportunidade de ter o trabalho reconhecido por profissionais renomados que compõe o júri, ganhar visibilidade na mídia e encarar um grande desafio de desenvolver um projeto autoral. Outra exigência é que esses cursos sejam reconhecidos pelos órgãos e as entidades competentes ABD (Associação Brasileira de Design de Interiores), MEC (Ministério da Educação e Cultura) e CAU (Conselho de Arquitetura e Urbanismo). O concurso lança o desafio por temas. Para os alunos de design de interiores os temas são: banheiro de espaço de coworking e um banheiro de casal. Já para os estudantes de arquitetura: banheiro do museu no gender (unissex) e banheiro como equipamento urbano em áreas comerciais de alto fluxo. Também é permitida a participação de ex-alunos dos cursos de arquitetura e design de interiores de escolas técnicas e faculdades que tenham se formado até um ano antes da data da inscrição do concurso e que estejam sob orientação do coordenador do curso concluído. As inscrições podem ser feitas até o dia 24 de agosto, pelo site: <http://www.decaclub.com.br/concurso/>.

DNI PODEROSO

A KEY WEST, do GRUPO DNI, lançou o Bloco de Iluminação Luz Emergência autônomo que abrange áreas de até 200m. O modelo DNI 6927, com total de 20 LEDs SMD, possui fluxo luminoso potente de 1000 Lúmens, melhora a segurança pela iluminação, é autônomo, econômico e durável. São dois modelos: DNI 6927 de maior luminosidade 1000 Lúmens, LEDs SMD: =20 que abrange até 200m; DNI-6926 com 500 Lúmens, LEDs SMD 6+6=12 que abrange até 110m.



SIEMENS

Engenhosidade para a vida

Leia o QR
code com
a câmera do
seu celular



Minidisjuntores 5SL1 e dispositivos DR 5SV

A mesma qualidade com o máximo de segurança



Os novos minidisjuntores 5SL1 e dispositivos DR 5SV são modernos, compactos e modulares. Com a mesma qualidade que você confia, garantem total proteção para seus projetos e instalações. Mais que segurança, a tranquilidade da escolha certa.

siemens.com.br/minidisjuntoredr

DIAS DOS PAIS

FAÇA O MELHOR DIA DOS PAIS!
(COM EINHELL!)



Aproveite este momento e faça bons negócios com Einhell.

Consulte-nos!

 **Einhell**

ANCORA
GROUP

CONTATO
(19) 2136-4477
einhell.com.br

MAX FERRO PRIMER SERRALHEIRO

Para proteger as superfícies ferrosas e de metal, a Eucatex lança o Max Ferro Primer Serralheiro, que age como um fundo anticorrosivo, é indicado para aplicação em metais ferrosos novos, antes do uso de esmaltes sintéticos. Sua função é criar uma camada de proteção, que irá ajudar no acabamento, além de facilitar a aderência da tinta.

Disponível em embalagem de 18 litros, na cor cinza e com acabamento fosco, o Primer Serralheiro é um produto versátil: além da aplicação em superfícies de metal, pode também ser utilizado na pintura de calçadas de concreto. O produto exige uma única demão, que fica seca ao toque em apenas 30 minutos.



Use os produtos
IMPERMACX
A SUA OBRA AGRADECE
O SEU BOLSO TAMBÉM!



GLASS TOUCH DE PAREDE

Entre as novidades preparadas pela Franke, em comemoração ao seus 20 anos de Brasil, estão as coifas para parede Glass Touch nas versões 60cm e 90cm ideais na composição com os modelos de cooktops de indução da marca atendendo aos mais variados projetos de cozinhas. O lançamento apresenta painel slim com apenas 40mm de altura frontal. Seu design minimalista e acabamento de aço inox contrasta com o painel em vidro preto totalmente touch, facilitando o manuseio durante o preparo da alimentação.



Uma história tão sólida como as nossas obras: são três fábricas, 22 anos e milhões de sacos de argamassas vendidos. Quem entende de obra sabe: preço é importante, mas é a qualidade que evita prejuízos no futuro. Os produtos Impermacx têm Tecnologia Européia com controle de qualidade rigoroso, garantindo segurança, durabilidade e acabamento. Procure os produtos Impermacx e tenha em sua loja produtos de qualidade.

ARGAMASSA
MACXICOLA
Super Ligante

macxcola.com.br

81.3542.1462 71.3394.1368 71.3082.4350



DUCHA BLINDADA HYDRA

A Ducha Fit Blindada da Hydra diferencia-se dos demais modelos pela vida útil prolongada por conta da resistência blindada que isola o contato com a água e evita a oxidação, impedindo que queime facilmente e também protege o usuário de tomar choque. Esses modelos são ideais para quem mora em regiões com água que tenha excesso de ferro, cloro e sais minerais, onde é muito comum a frequência de resistências queimadas. O modelo tem design moderno e compacto, e banho relaxante com jato intenso, fazendo que o usuário desfrute da melhor maneira esse momento. Além disso, a ducha ainda conta com sistema eletrônico, sendo possível personalizar o banho de cada pessoa com a temperatura que desejar, dentre as inúmeras opções que o modelo disponibiliza. Isso pode ser feito de uma maneira muito simples e prática, por meio da haste de controle que fica ao alcance das mãos. Com todo esse conforto, o modelo ainda proporciona uma economia de até 91% de energia.

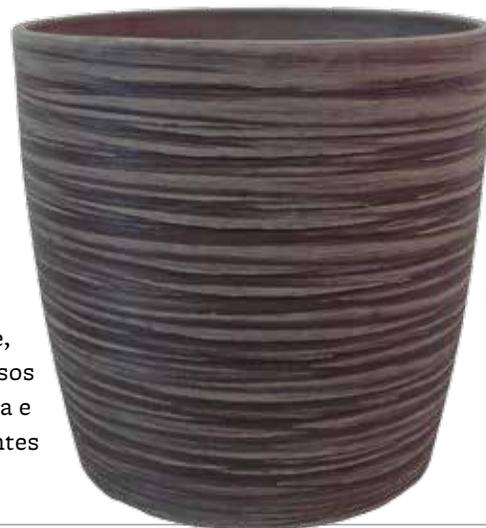
PURIFICADORES HYDRA

A Hydra lançou a sua linha de Purificadores com o modelo Hydraplus. Com design moderno e compacto, o Purificador Hydraplus integra torneira e purificador em um só produto, não precisando de um ponto extra de água. O Hydraplus elimina mais de 75% do cloro, e mantém o flúor e sais minerais da água essenciais à saúde. O processo de purificação da água ocorre por meio da tripla camada de filtragem, sendo duas delas com a tecnologia Melt Blown que retira resíduos como barro, areia, limo e ferrugem e uma camada de carvão ativado que reduz em mais de 75% o odor e o sabor do cloro que fica na água. Os purificadores Hydraplus são certificados pelo INMETRO de acordo com a Norma NBR 16098, que verifica a melhoria na qualidade da água. O Purificador Hydraplus está disponível nas cores branca, preta e cromado. Na versão parede, conta com bica móvel e arejador articulado, além do acionamento suave por conta do sistema de 1/4 de volta.



JAPI VALORIZA AMAZÔNIA

A Japi, empresa do Grupo Astra, lançou a Amazônia, nova linha de vasos da marca com acabamento diferenciado e paredes mais robustas. Todos os vasos da linha Amazônia são fabricados a partir de um processo que mistura plástico de engenharia e compostos minerais, pó de madeira e de pedra. Por causa desses materiais, os vasos têm estrutura resistente que garantem uma espessura mais robusta. Além disso, esse processo confere à linha seu grande diferencial, o acabamento – a textura dos vasos é feita manualmente, ou seja nenhum vaso é igual ao outro –, cada peça é exclusiva. Os vasos têm duas opções de tamanho e estão disponíveis nas cores: amêndoa e castanha. Podem ser utilizados como vasos ou cachepôs, em ambientes internos ou externos.



▶ LINHA AMANCO PPR INDUSTRIAL

A Amanco passa a atuar também no segmento de tubos e conexões de ar comprimido com o lançamento da linha PPR Industrial. Feitos de polipropileno, os materiais são mais leves que outras soluções semelhantes do mercado, fato que facilita a instalação e a manutenção, e não produzem resíduos que interferem no pleno funcionamento dos equipamentos, evitando, assim, incrustamentos. Realizadas por termofusão, a união das juntas do sistema é mais segura que os métodos tradicionais de rosqueamento e soldagem das peças, o que assegura a proteção contra vazamentos. A linha Amanco PPR Industrial é resistente a produtos químicos como óleos e ácidos graxos, à compressão, à oxidação e não fragiliza, quando exposta a temperaturas próximas de zero, porque apresenta menor módulo de elasticidade, se comparado ao plástico. Ou seja, possui maior vida útil. Sua condutividade térmica, mais baixa que a do metal, demanda ainda menos material isolante.

▶ NOVO GERENTE COMERCIAL DA LIXAS TATU

A Lixas Tatu anunciou André Oliveira no cargo de novo gerente Nacional de Vendas. André tem mais de 28 anos de experiência profissional, liderando a área comercial de grandes empresas nacionais e multinacionais no segmento de construção e bens de consumo, como Dorma, Fabrimar e 3M. Tem expertise no planejamento e gestão comercial de KA, atacados, distribuidores e varejo especializado bem como em Trade Marketing. “Estou muito honrado em assumir o desafio de gerir a área comercial desta grande empresa. Aumentaremos nosso corpo de vendas objetivando crescimento e pulverização, visto que temos um potencial de expansão significativo”, afirma.



MAIS UM ANO ENTRE AS MAIS LEMBRADAS

TOP OF MIND 2017
TOP 10
REVENDA CONSTRUÇÃO

A Rinnai está mais uma vez entre as marcas mais lembradas na pesquisa **Top of Mind**, da **Revista Revenda**, na categoria Sistema de Aquecimento a Gás. Uma conquista que você revendedor tornou possível, oferecendo a tecnologia e qualidade dos aquecedores de água a gás Rinnai, aos consumidores. Agradecemos pela sua confiança!

Rinnai

SUA CASA COM **MAIS CONFORTO**

CONQUISTAS DA SOPRANO

A Soprano conquistou o selo Great Place to Work, reconhecimento concedido às organizações que possuem alto índice de satisfação de seus colaboradores. O Great Place to Work (GPTW) é uma certificação concedida pela consultoria de mesmo nome a empresas de todo o mundo com o objetivo de reconhecer padrões de excelência na gestão de pessoas. Para realizar a avaliação, é aplicada uma pesquisa de clima organizacional para medir a satisfação geral dos colaboradores da empresa. Com o selo GPTW conquistado, a Soprano concorre ao 9º Prêmio Melhores Empresas para Trabalhar. Com o slogan “A vida é melhor para quem confia”, a Soprano recriou sua identidade visual e lançou uma campanha com o objetivo de reforçar os vínculos de segurança e parceria junto ao seu público por meio de suas sete unidades de negócios: Fechaduras e Ferragens, Materiais Elétricos, Utilidades Térmicas, Componentes para Móveis e Smart. “A Soprano é uma empresa com mais de 60 anos que, nos últimos tempos, passou por grandes transformações e isso resultou em uma revisão do nosso posicionamento. Sabemos o quanto a vida das pessoas depende dos nossos produtos. As pessoas confiaram na gente e sabemos que a expectativa fundamental é que não pode dar problema. A Soprano sabe se colocar no lugar das pessoas e que também sabem que o nosso produto existe para que elas possam simplesmente confiar. Quando a nossa marca se faz presente na vida das pessoas, ela precisa ser sinônimo de tranquilidade”, contextualiza o coordenador de Marketing Corporativo Fabrício Justo.

PRODUTO DO BEM



O POLIULACK ECO é o mais novo produto da Sayerlack, que investiu no seu desenvolvimento para oferecer um verniz marítimo mais amigável por baixíssimo odor; mais econômico, que dispensa o uso de aguarrás na diluição; mais eficiente, que proporciona secagem mais rápida (3 a 4 horas) e durabilidade de até dois anos por conter filtro solar em sua composição. O produto está disponível em galão e embalagens de 3,6 litros e 900 ml.

GROSSL INVADE SUDESTE

A catarinense Grossl está ampliando sua área de atuação, com investimentos na região Sudeste, especialmente em São Paulo. A expectativa é de aumentar em 41%



sua participação na região, com ênfase na comercialização de abrasivos, adesivos e selantes destinados aos segmentos de construção civil, metal mecânico, automotivo, indústria madeireira e moveleira. Para alcançar essa meta, investiu em novo design da marca, está ampliando o número de representantes e também buscando novas revendas. Além de projetar crescimento no mercado paulista, a Grossl espera, também, incremento de 30% no faturamento para este ano. Os bons números acompanham o desempenho do setor moveleiro. De acordo com a pesquisa Desempenho do Mercado de Móveis, do Instituto de Estudos e Marketing Industrial (Iemi), o segmento apresentou alta em praticamente todas as áreas – produção e emprego industrial, produtividade, varejo e exportação – no comparativo com 2016. “Temos uma ampla linha de produtos específicos para grandes indústrias e também pequenos marceneiros e estamos muito otimistas em levar nossas novidades para a região Sudeste, tendo em vista o cenário mais otimista deste ano”, destaca o presidente da empresa, Jair Grossl.

HENKEL E SENAI-SP JUNTOS

A Henkel inaugurou novo Centro de Treinamento em parceria com o SENAI-SP (Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial). No local, com 250m² e 16 postos de trabalhos individuais, serão capacitados 800 alunos por ano, com aulas teóricas e práticas para aplicação do portfólio completo da Henkel de soluções químicas para o mercado de reparação, manutenção e embelezamento automotivo. As modernas instalações ficam na escola Senai Conde José Vicente de Azevedo, no Ipiranga, bairro da zona sul da cidade de São Paulo. Com investimento superior a R\$1,5 milhão, o novo espaço foi totalmente reformado e equipado e será utilizado para aprimorar os cursos já oferecidos gratuitamente para os alunos da unidade. Será possível aprender na prática as aplicações para adesão, vedação, travamento e fixação para motores, adesivos, selantes e tratamento de superfície para a carroceria, além de técnicas de emblezamento, vitrificação e polimento profissional de veículos. “Como líder no segmento de adesivos e selantes para reparação automotiva, a Henkel está comprometida em apoiar a formação profissional de qualidade. Essa parceria amplia o conhecimento dos estudantes em soluções químicas e faz que tenham uma imersão total e experiências práticas sobre nossas tecnologias” – afirmou Manuel Macedo, presidente da Henkel para América Latina durante a inauguração. O evento contou com a participação de Paulo Skaf, presidente da FIESP (Federação das Indústrias do Estado de São Paulo), SESI (Serviço Social da Indústria) e SENAI, Walter Vicioni, diretor Regional do SENAI-SP, e Antonio Carlos Fiola Silva, presidente do Sindicato da Indústria de Representação.



Classificada como uma das maiores distribuidoras de materiais para construção do Brasil pela Revista Revenda, recentemente nos tornamos a única distribuidora oficial Tigre em São Paulo.

Temos por objetivo oferecer as melhores marcas do mercado a preços competitivos e, principalmente, um serviço de qualidade, sendo sempre a melhor opção para os nossos clientes.

 ATENDIMENTO DE QUALIDADE  ENTREGA COM FROTA PRÓPRIA  + DE 8.000 ITENS EM ESTOQUE

Aqui, cada cliente é importante!

E é por isso que cada negócio é tratado com o devido cuidado. Na Center Fertin, você fará o melhor negócio para sua empresa!



Center Fertin

DESDE 1983

GRANDE SÃO PAULO (11) 3376.8000 | (11) 5515.8000 - OUTRAS LOCALIDADES 0800.722.0808

www.centerfertin.com.br



Condor
Todo cuidado para você e sua casa



MAIOR RENDIMENTO
3x
MAIS
SEM RESPINGAR

Pintou a oportunidade de vender uma solução completa aos seus clientes.

Além dos melhores pincéis, rolos e acessórios para pintura, **ofereça a linha de limpeza Condor.** Todos com nova marca e novas embalagens, mais bonitas e explicativas, para aumentar o seu ticket médio e a satisfação dos seus clientes. Afinal, o acabamento de uma obra não termina na pintura.

CONHEÇA OS MAIS DE 1.500 PRODUTOS DO MUNDO CONDOR:

CONDOR.IND.BR



► MONTANA 65 ANOS

A Montana Química, que está completando 65 anos de mercado, tem atividade intensa junto a associações setoriais e aos programas institucionais focados na qualidade. São projetos que contemplam o aprimoramento constante de produtos, tendo como plano de fundo aspectos socioambientais e de responsabilidade empresarial. A participação ativa em feiras e eventos relevantes para o setor também tem papel estratégico. No campo do conhecimento acadêmico, a Montana participa de eventos internacionais como o IRG - Grupo Internacional de Pesquisa em Proteção de Madeiras, e o AWPA - American Wood Protection Association. No Brasil é patrocinadora do Ebramem, o Encontro Brasileiro em Madeira e Estruturas de Madeira, ligado à Escola de Engenharia da USP São Carlos. Esses encontros têm caráter técnico e científico, contribui para a difusão de conhecimento tecnológico, sendo fundamental para desenvolver novos projetos construtivos em madeira. Profissionais da Montana também atuam com regularidade junto a diversos comitês normativos da ABRAFATI, a Associação Brasileira dos Fabricantes de Tintas. Atualmente, está participando ativamente do projeto voltado à produção de tintas Super Premium, reforçando a qualidade dos produtos nacionais em benefício da cadeia produtiva e do consumidor final. A atuação desses profissionais também se dá junto ao Sitivesp, o Sindicato da Indústria de Tintas e Vernizes do Estado de São Paulo, em ações de treinamento e qualificação de profissionais.

Você já vendeu filtro hoje?



46% dos lares brasileiros ainda não possuem nenhum sistema de filtração residencial. Fonte: IBGE 2017.

FIQUE ATENTO: Todo e qualquer cliente que visita a sua loja é um potencial cliente para o mercado de filtros. Afinal, todas as pessoas precisam de água todos os dias.

Seja Hidrofiltros!

Nossa empresa desenvolve soluções para filtração e purificação de água.

Seja você também nosso distribuidor e ofereça mais saúde aos seus clientes.



10 razões para
vender filtros.

Acesse agora!

Claudio Chaves
Diretor - Presidente



[54] 3213.6300 • www.hidrofiltros.com.br



HIDROFILTROS
A CIÊNCIA DA ÁGUA

SER ELEITA A SEGUNDA MARCA
MAIS LEMBRADA EM BUCHA PARA
FIXAÇÃO, É UMA HONRA PARA NÓS.
AGRADECEMOS A TODOS OS LOJISTAS
QUE VOTARAM NA MARCA IV-PLAST.



**MUITO
OBRIGADO!**



11 2955-4111

vendas@ivplast.com.br

www.ivplast.com.br



FUTURA CHEGOU

A Lorenzetti apresenta a linha de duchas Futura, nas versões eletrônica e multitemperaturas, com design quadrado e moderno. O modelo eletrônico possui controle de temperatura gradual, proporcionando mais comodidade e economia na hora do banho. A escolha da temperatura é realizada por meio de botão ou de haste prolongadora de 20cm, 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 linha Futura representa a inovação, com atributos que oferecem mais praticidade, preço acessível e o conforto que as duchas de parede proporcionam, além de design moderno e quadrado, que valoriza o ambiente”, explica Paulo Sergio Galina, responsável pelo Marketing da Lorenzetti.

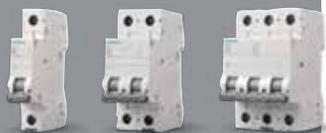
ESTICA E PUXA

Um dos pontos que contribuem para a escolha da manta asfáltica é a flexibilidade e resistência a fissuras. Mas a durabilidade do material pode ser comprometida quando as temperaturas elevadas atingem suas propriedades, chegando a deformar o produto. Observando o cenário, a MC-Bauchemie trouxe da Europa a MC-Proof A Extra, Manta Asfáltica que não deforma, mesmo quando aplicada com chama ou barra de asfalto derretida. A Manta Asfáltica da MC-Bauchemie já vem sendo utilizada em obras de edificações e infraestrutura no país e desde maio está disponível também para o mercado da construção.



MINIDISJUNTORES SIEMENS

Desenvolvida na Alemanha, a Siemens apresenta no, Brasil,



a nova linha de minidisjuntores 5SL1. Fabricado em diversas unidades fabris da Siemens pelo mundo, o lançamento faz parte da estratégia da Siemens em estender aos clientes brasileiros as vantagens de suas soluções globais, já referências no mercado. De acordo com Saulo Santos, gerente de Produto da Siemens, a linha 5SL1 possui tecnologia de ponta e proporciona maior facilidade e rapidez na montagem da instalação elétrica, garantindo praticidade aos usuários e atendendo aos requisitos das normas ambientais internacionais (RoHs). Por mais que seja inédita no Brasil, a linha 5SL1 possui as mesmas dimensões padronizadas do restante do portfólio comercializado em solo nacional, tais como, os minidisjuntores 5SY e os dispositivos DR 5SV.

COBRECUM ANUNCIA PARCERIA

A IFC/Cobrecum Fios e Cabos Elétricos, reconhecida como uma das principais empresas fabricantes de condutores elétricos, anunciou associação com a Abracopel (Associação Brasileira de Conscientização para os Perigos da Eletricidade), que é uma das mais importantes entidades do segmento elétrico. A IFC/Cobrecum Fios e Cabos Elétricos estará presente nos Seminários de Atualização Técnica da Abracopel com palestras no Seminário sobre Gerenciamento de Risco Elétrico e exposição no RoadShow – Qualidade e Segurança das Instalações Elétricas e Sistemas Fotovoltaicos. As palestras da IFC/Cobrecum terão duração de 40 minutos e serão apresentadas pelo gerente de Negócios Estratégicos da empresa, Gilberto Alvarenga, e, em algumas etapas, pelo consultor Técnico da IFC/Cobrecum, o engenheiro Hilton Moreno. O RoadShow – Qualidade e Segurança das Instalações Elétricas e Sistemas Fotovoltaicos e o Seminário sobre Gerenciamento de Risco Elétrico serão realizados nas seguintes datas: 18 e 19 de julho, em Brasília, DF; 15 e 16 de agosto, em Cuiabá, MT; 19 e 20 de setembro, no Recife, PE; 24 e 25 de outubro em Caxias, RS; e 07 e 08 de novembro, em Natal, RN.

FALTOU PRODUTO? PODE VENDER!

NA DISTRIBUIDORA LOPES, VOCÊ NÃO PERDE VENDA! SUAS COMPRAS CHEGAM EM 24H*



 AGILIDADE
 EFICIÊNCIA
 GARANTIA

 Distribuidora
LOPES

 WWW.DISTRIBUIDORALOPES.COM.BR

 /LOPESBR  @DISTRIBUIDORALOPES

 **G8**
Grupo de
Empresas
Constituídas
no Brasil

Entrega em 24 horas para capitais e regiões metropolitanas, para demais localidades entrega em 48 horas, salvo acontecimento de força maior. Abandono MS e MT. Entrega no prazo mediante disponibilidade de estoque.

SASAZAKI MUDA PRESIDENTE

A Sasazaki efetivou, no mês de maio, Leonardo Kozo Sasazaki como o novo presidente Executivo. Leonardo já atuou na presidência da empresa entre os anos de 2012 e 2015, e retorna ao comando da indústria com a missão de mantê-la atualizada e competitiva, além de dar continuidade às ações estratégicas que visam o melhor desenvolvimento da cadeia de valor como um todo. A nomeação do executivo foi definida pelo Conselho de Administração e reforça o posicionamento da companhia quanto à estabilidade e aos projetos de desenvolvimento para os próximos anos. “A Sasazaki entende que a ética, a transparência e a honestidade nas relações com consumidores, clientes, fornecedores e colaboradores é fator primordial para o sucesso da empresa e de todos que contribuem para seu crescimento”, afirma o presidente da companhia. “Trabalharemos em conjunto para que a empresa continue a ser uma marca de referência e inovação no mercado da construção civil”, completa.

Experiência sólida

Leonardo Kozo Sasazaki faz parte da segunda geração da família Sasazaki e desenvolveu toda sua carreira profissional dentro da empresa. Graduou-se em Engenharia Mecânica, pela Universidade do Estado de São Paulo (UNESP – Campus Guaratinguetá), em 1985, mesmo ano em que ingressou na indústria como assistente de Engenharia de Planejamento. Passou por outras funções, entre as quais, fez parte da equipe de projetos industriais e ferramentaria e foi diretor dos departamentos de produção, comercial e financeiro, além de vice-presidente.



OBRIGADO PELA PARCERIA

Uma relação marcada pela vida inteira

A Fuzil está, há mais de **100 anos**, oferecendo as melhores condições e soluções para que esta parceria se **fortaleça cada vez mais**.

Nossas ferramentas são feitas para acompanhá-lo por toda a vida e, **garantimos isso**.

Estamos muito felizes por toda essa confiança e, por estarem conosco, **caminhando e crescendo sempre mais!**



Estamos do seu lado.

www.fuzil.com.br
(19) 3641 5900



Rodovia SP 344 Km 243,5
Vargem Grande do Sul - SP



NOVA FÓRMULA IGOLFLEX FACHADA

A Sika traz uma nova fórmula de impermeabilizante para solucionar, de vez, problemas com umidade, além de impedir a penetração da água que migra das paredes externas para ambientes internos. O Igoflex Fachada é um impermeabilizante flexível, de alto desempenho, aplicado na forma de pintura, pronto para uso. Uma fórmula 4 em 1 que sela, impermeabiliza, dá acabamento e protege contra mofo e fungos. Outros benefícios ao utilizar o produto é proteger as edificações e manter a durabilidade, afinal um imóvel bem cuidado prolonga o acabamento e a estrutura. “Fachadas e muros externos são locais que estão sempre em contato com a água, principalmente em tempos de chuva. E tanto o lado de fora como na parte de dentro, esse elemento vai causando manchas na fachada, descascamento ou empolamento da pintura. Isso produz fungos e mofo, oferecendo risco à saúde. É importante a impermeabilização da fachada como proteção, além da estética”, explica o eng. Charles Spíndola Abrenhosa, gerente Nacional de Varejo da Sika.



SIL PATROCINA COPA DO BRASIL

Depois de patrocinar os campeonatos Paulista e Carioca, agora, a SIL Fios e Cabos Elétricos entra em campo com a Copa do Brasil. A iniciativa contempla a apresentação de duas placas estáticas em todas as arenas e os estádios participantes da competição. O patrocínio ao futebol, aliado a outros investimentos, como a nova campanha publicitária 2018 “Com SIL na jogada, a energia rola solta!”, se configura como plataforma importante para trazer visibilidade para a marca em todo o território nacional, aproximando ainda mais a empresa de seu público consumidor. A exposição será potencializada não apenas pelas transmissões televisivas – que ocorrem na TV aberta e em canais por assinatura –, mas também por meio da mídia espontânea, já que a marca se torna visível durante veiculação dos programas jornalísticos e esportivos que reprisam os gols, bem como nas imagens publicadas em jornais, revistas, sites e mídias digitais. Ao longo de sua parceria com a paixão nacional, a SIL já apoiou clubes e campeonatos. Recentemente, estampou seu logotipo na camisa do Santos Futebol Clube. No rádio, patrocina o futebol da Bandeirantes (840 AM e 90,9 FM), com jingles nos programas esportivos e durante as transmissões dos jogos. “Ligar a marca ao futebol é uma forma de transmitir uma ideia de atualidade e aproximar-se do seu público-alvo. Com essa ação temos oportunidade de aumentar o relacionamento com parceiros e prospects e gerar visibilidade”, garante Rodrigo Morelli, supervisor de Marketing da SIL.



LANÇAMENTO

HOMECO



TOP
OF
MIND
Revenda Construção

OBRIGADO A TODOS OS
CLIENTES QUE ELEGERAM
A **KOMECO** UMA DAS
MARCAS TOP OF MIND NA
CATEGORIA SISTEMA
DE AQUECIMENTO A GÁS.
A **CONFIANÇA NOS NOSSOS
PRODUTOS** É FUNDAMENTAL
PARA ESTA CONQUISTA.

KOMECO

Condicionadores de ar, Aquecedores de água,
solar, a gás, bombas e pressurizadores

komeco.com.br

SUVINIL ON-LINE BOMBA

A Suvinil está comemorando o primeiro aniversário do e-commerce Suvinil, que, em seu primeiro ano, já atingiu mais de um milhão de visitantes e disponibilizou mais de 60.000 produtos. Até o final de 2018, os consumidores de todas as capitais do Brasil poderão mudar a decoração sem sair de casa, basta escolher a tinta pela Loja Suvinil na internet, que o revendedor mais próximo entregará na sua casa. Esta expansão é uma das ações para tornar a jornada da pintura mais simples e ágil, como o novo posicionamento da marca. “Estamos orgulhosos por sermos a primeira marca de tintas a oferecer a experiência completa de pintura em uma plataforma digital, desde o momento de inspiração, passando pela compra do produto final, com o lançamento da loja virtual, em maio de 2017, e também com a indicação de mão de obra por meio do Vitrine Suvinil”, comenta Wagner Kool, gerente sênior de Marketing Estratégico da Suvinil. Com o e-commerce, os consumidores têm mais facilidade e agilidade para comprar os produtos, podendo aproveitar melhor seu tempo com o que é mais importante para eles, como curtir a família e os amigos. E as revendas da Suvinil ganham mais uma opção para ampliar suas vendas. “Nos próximos quatro anos, estimamos que as vendas on-line de nossos parceiros representarão entre 12% e 15% de nossos negócios. Aprendemos muito sobre o consumidor de tintas on-line neste primeiro ano e já estamos prontos para expandir o serviço para outras regiões do País”, finaliza Wagner.

TRAMONTINA NA INTERNET

Para facilitar a consulta de consumidores, revendedores e profissionais especificadores, a Tramontina disponibiliza para download no seu site o Catálogo 2018/2019 da linha de produtos para o mercado de materiais elétricos. Totalmente reformulado e atualizado, o catálogo reúne as 12 famílias de produtos que atendem às exigências dos consumidores, oferecendo o melhor em design, segurança e soluções técnicas para as instalações elétricas. O novo catálogo foi organizado de acordo com a área de aplicação do produto. É possível conhecer em detalhes cada item que compõe o portfólio da Tramontina, incluindo a descrição das soluções para instalações elétricas lançadas recentemente, como interruptores

da Linha Aria, duchas e torneiras da Linha Sense, além da linha de Contatores e Botoeiras, que chega ao mercado no segundo semestre de 2018. O acesso é feito pelo site www.tramontina.com.br. O material também está disponível nas versões em inglês e espanhol.



Garça

PIAS E TANQUES



4º LUGAR NA PESQUISA

TOP

MIND

Revenda Construção

O empenho e a dedicação sempre nos levarão mais longe. Somos gratos a todas as pessoas que fazem parte da nossa equipe e aos nossos clientes. Sem vocês nada disso seria possível.



Fone: (14) 32749050

www.garcapiasetanques.com.br

NOVO PORTAL GRUPO REVENDA



www.gruporevenda.com.br

Como parte da missão de "ser o principal grupo de comunicação da cadeia de negócios entre fornecedores e comércio e geração de conhecimento das relações de consumo de materiais de construção no varejo", o Portal Grupo Revenda é o mais completo do segmento, com notícias, blog, artigos, dados, eventos, vídeos e com a própria revista **Revenda Construção** levando para o setor informações e conhecimento especializado sobre venda e consumo de materiais de construção.

GRUPO
Revenda

REYMASTER EM JOINVILLE

A Reymaster inaugurou uma nova unidade no bairro Bom Retiro, em Joinville, SC. A distribuidora, com sede em Curitiba, PR, instala na cidade um escritório que funcionará como uma loja física virtual, com atendimento presencial de profissionais especializados, mas sem exposição de produtos, tipo omni-channel: uma das grandes tendências no mercado nacional. A grande vantagem do modelo de negócio é o suporte técnico adequado e o acesso às soluções de última geração comercializadas pela empresa, principalmente às ligadas ao conceito da Indústria 4.0. Esta é a primeira das filiais que a Reymaster pretende abrir ao longo do próximo ano. A empresa já conta com representantes contratados nos estados de São Paulo, Mato Grosso do Sul e Rio Grande do Sul e seu planejamento de expansão inclui a abertura de unidades nestes locais também. Segundo o diretor da Reymaster, Marco Stoppa, a entrega dos produtos vendidos



na cidade catarinense acontecerá em até dois dias úteis, com frete próprio e também através de parceiros credenciados, tendo saídas programadas diariamente. “Estamos animados e confiantes com a nova unidade da empresa em Joinville. A cidade foi escolhida para a primeira filial devido à crescente concentração de indústrias no interior catarinense e este é um dos segmentos que estamos focando muitos esforços atualmente, com produtos voltados à automação e NR-12”, explica Stoppa. O novo endereço da Reymaster é Av. Rolf Wiest., 277, sala 304. Contato: joinville@reymaster.com.br

MAIS UMA VEZ...



TOP
OF
MIND
Revenda Construção

1º LUGAR

na categoria
OLEO DESENGRIPANTE
E ANTICORROSIVO

CAMPEÃO.

viajando pelo BRASIL

Confira as datas e os locais das principais feiras do segmento



CONSTRUSUL

21ª Feira Internacional da Construção
De: 01 a 04 de agosto
Local: Fiergs, Porto Alegre,RS
www.feiraconstrusul.com.br

FICONS

XI Feira Internacional de Materiais Equipamentos e Serviços da Construção
De: 11 a 15 de setembro
Local: Centro de Convenções de Pernambuco, Recife/Olinda
www.ficons.com.br

FEITINTAS

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

FESQUA

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

INTERMACH

Feira Internacional de Tecnologia e Máquinas
De: 17 a 20 de setembro
Local: Joinville, SC
www.intermach.com.br

CONSTRUSUMIT

Negócios e Estudos sobre a Construção Civil
De: 28 e 29 de setembro
Local: São Paulo,SP
www.construsummit.com.br

2019

FEICON BATIMAT

Feira Internacional da Construção
De 09 a 12 de abril - 2019
Local: São Paulo Expo Center, SP
www.feicon.com.br

FESQUA - BOAS VENDAS

A Feira Internacional de Esquadrias, Ferragens e Componentes será realizada apenas em setembro, mas já tinha vendido 90% do espaço para exposição. Os principais fornecedores deste segmento, estimulados pelas boas perspectivas de mercado para alumínio, aço, madeira e PVC, garantiram, antecipadamente, estandes neste que é o maior e mais importante evento da América Latina no setor, apresentando as tendências em produtos e serviços.

De acordo com José Carlos Noronha, consultor do mercado de alumínio, o ano de 2018 deve totalizar 91,4 mil toneladas de alumínio processado para esquadrias

em janelas, portas e fachadas, com 2019 atingindo um volume ainda mais substancial, 97,3 mil toneladas. Ambos acima de 3 pontos percentuais em relação ao crescimento do PIB, demonstrando um inegável aquecimento do setor.

STAIN ORIGINAL é montana®

montana
Osmocolor
Stain Preservativo

PRODUTO IBAMA REGISTRADO

PROTEÇÃO CONTRA MOFO FUNGO

montana
Montana Química S.A.
SAC: 0800-167667
www.montana.com.br

65 ANOS montana

FISP

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

— 1º LUGAR —

TOP
OF
MIND
PROTEÇÃO
2018

**MARLUVAS É GARANTIA
DE SEGURANÇA.
NOS PÉS E NOS
NEGÓCIOS.**

**Sucesso de vendas
em todo o Brasil e outros países
da América Latina, os calçados de
segurança Marluvas são sinônimo
de faturamento para sua empresa.**



Seja um revendedor:

faleconosco@marluvas.com.br

(32) 3693-4043

marluvas.com.br

 [marluvas.com.br/facebook](https://www.facebook.com/marluvas.com.br/)

 [marluvas.com.br/linkedin](https://www.linkedin.com/company/marluvas.com.br/)

 [marluvas.com.br/instagram](https://www.instagram.com/marluvas.com.br/)

 [marluvas.com.br/youtube](https://www.youtube.com/marluvas.com.br/)



MARLUVAS

CALÇADOS PROFISSIONAIS

A força da história.

A GRANDE PREMIADA É A SUA LOJA

1º LUGAR

Assento sanitário
Banheira
Armário e espelho para parede

2º LUGAR

Armário para banheiro
Acessórios para banheiro
Prateleira

