# Revenda

ED. 337 | OUTUBRO 2018 | ANO XXX | www.gruporevenda.com.br

## DIA DO BALCONISTA

**"Não há coisa melhor do que ouvir que foi bem atendido. É imensamente gratificante!" MANOEL DA SILVA, Central Brooklin de Tintas**

• 13 º Prêmio Excelência Atacadista Distribuidor • ESPECIAL TINTAS

# FOCAMOS NOSSA ENERGIA NA QUALIDADE, PENSANDO NA SEGURANÇA DOS SEUS CLIENTES.

A Fortlev fabrica produtos para instalações elétricas pensando em quem irá usá-los. É por isso que tudo é feito em PVC, com proteção antichamas e fácil manuseio. Isso significa mais qualidade, praticidade e segurança para seus clientes.

FORTLEV

/fortlevbrasil

www.fortlev.com.br

grupo Revenda

OUTUBRO 2018 | Edição 337

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

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

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

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)
Mateus França (matheus.franca@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
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 conceitosemitidos pelos colunistas e colaboradores não representam, necessariamente, os da revista. Todos os direitos são reservados. Registrada de acordo com a lei de imprensa. Marca Registrada no INPI.

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

# NO ATACADO é bem melhor

Passamos pelo primeiro semestre aos trancos e barrancos. Mais trancos, aliás.

Além da alta taxa de desemprego, tivemos uma greve dos caminhoneiros que mostrou quanto somos dependentes do transporte rodoviário. Impactou para baixo todo o bom desempenho que a economia vinha apresentando.

Mas, como não há mal que dure para sempre, agosto mostrou o início da retomada da economia.

Se o nível do desemprego não aumentou significativamente, também não caiu ainda mais. O desempenho do segmento de materiais de construção foi bom, aumento real de 4,8% no acumulado dos primeiros 6 meses do ano em relação ao mesmo período do ano anterior – segundo o IBGE –, o que segurou, mais uma vez, as vendas da indústria. Com a economia ainda estagnada, obras de infraestrutura e empreendimentos imobiliários parados, restou à indústria escoar a produção nas lojas de materiais de construção. Que deram conta do recado.

Estudos realizados pelo DataMKT Construção do **Grupo Revenda** mostram que o brasileiro está valorizando mais o seu imóvel. Reformando, construindo ou pintando. Tudo isso, como mostra a pesquisa, porque está ficando, cada vez mais, em casa, recebendo amigos ou proporcionando bem-estar à família.

Este país vive de promessas. E, mais uma vez, as promessas ficam para 2019, aparentemente um ano de calmaria, sem eventos que possam influenciar grandes alterações no humor nacional. Não teremos Copa do Mundo nem eleições, que ficaram para 2018.

Então, dependendo do eleito para ocupar a cadeira presidencial, a partir de 1º de janeiro de 2019, poderemos navegar em águas mais calmas, escolhendo bons portos para atracar o imenso barco que é o Brasil.

Caso algo extraordinário aconteça, podemos contar, sempre, com as revendas de materiais de construção. Estas, sim, sempre sólidas.

**Boa leitura**

**Roberto Ferreira**

# INÚMERAS SOLUÇÕES PARA CONSTRUÇÃO A SECO!

## TC-DY 500 E

PARAFUSADEIRA EINHELL
PARA DRYWALL

*Rotação: 0 - 2200 rpm*
*Peso liquido: 1,65 kg*
*Medida do cabo: 4m*

*Potência: 500W*
*Tensão: 220V / 60 Hz - 127V / 60 Hz*
*Encaixe: 6.35 mm (1/4")*

## CONTE COM AS MAIS VARIADAS SOLUÇÕES PARA O SEGMENTO!

PARAFUSOS
PARA DRYWALL

FITAS
DRYWALL

PARAFUSOS PARA
CONSTRUÇÃO A SECO

SOQUETE MAGNÉTICO
PARAFUSO TELHA

SELANTE/SILICONE
ADESIVO

LIGUE: (19) 2136.4455
vendas.canais@ancora.com.br
www.ancora.com.br

ANCORA GROUP

ANCORA®
SISTEMAS DE FIXAÇÃO

SUMÁRIO

# Revenda

EDIÇÃO 337 | OUTUBRO 2018 | ANO XXX

06 **PRÊMIO ATACADISTA**
Noite de prêmios e festa para os melhores do Brasil

58 **ESPECIAL TINTAS**
Imobiliárias, proteção à madeira e acessórios

Fotos: Fábio Andrade e Divulgação

98 **FILTROS E PURIFICADORES**
Segmento que está aquecendo. Então, venda saúde!

54 **DIA DO BALCONISTA**
72 **ACESSÓRIOS PARA PINTURA**
80 **PROTEÇÃO PARA MADEIRA**
86 **TINTAS LOJA**
104 **VOTOTANTIM**
106 **FICONS**
114 **AGENDA**

FOTOS FÁBIO ANDRADE

13º PRÊMIO EXCELÊNCIA
ATACADISTA DISTRIBUIDOR

# construindo o BRASIL

Desde 1975
FERRAMENTAS São Romão
De Profissional para Profissional.

ANCORA SISTEMAS DE FIXAÇÃO
Einhell
29 ANOS ILUMI MATERIAIS ELÉTRICOS a marca do lar brasileiro.
grupo perlex
ATLAS
Famastil por GRUPO FOXLUX
IRWIN STANLEY
TASCHIBRA
PAPAIZ Gas Control
Sil Fios e Cabos Elétricos
ASTRA
HIDROFILTROS A CIÊNCIA DA ÁGUA

Eles são centenas. Seus caminhões, milhares. Produtos, milhões por ano.

Estamos falando dos atacadistas distribuidores de materiais de construção, homenageados pela revista **Revenda Construção**, no último dia 11 de setembro, no Secovi-SP, quando foram entregues os troféus aos 54 melhores do Brasil.

A pesquisa Excelência Atacadista Distribuidor mensurou o desempenho, no período de um ano, dos melhores atacadistas distribuidores do Brasil em sete quesitos: Atendimento, Linha Mais Completa de Produtos/Marcas, Melhores Preços, Melhores Prazos, Pontualidade de Entrega, Melhor Trabalho no Ponto de Venda e Credibilidade e Confiança.

Para isso, foram realizadas 721 entrevistas, de 16 de julho a 1º de agosto de 2.018, divididas em quatro regiões e ponderadas na base da amostra para efeito de resultados nacionais, de acordo com critérios do IBOPE Inteligência, elaborados pelo DataMkt Construção, sobre distribuição física de lojas de materiais de construção, sendo 51% das entrevistas na região Sudeste, 21% na região Sul, 19% na região Nordeste, e 9% na região Centro-Oeste, totalizando 5.040 votos.

É importante ratificar que o objetivo dessa pesquisa não é mensurar o tamanho das operações, mas, sim, o desempenho nos quesitos avaliados, com iguais pesos para os resultados gerais regionais e nacional.

O Tambasa foi o vencedor geral, com 17,06% dos votos, seguido por Ferragens Negrão, com 9,85%, e, Martins, com 5,73%. Tambasa e Martins têm sede em Minas Gerais, região estratégica do Brasil para esse segmento, enquanto a Ferragens Negrão tem sede no Paraná.

## VISITA DE **CONTEÚDO**

No período da manhã, os atacadistas distribuidores fizeram uma visita técnica na TOTVS, uma empresa brasileira de software, com sede em São Paulo, no bairro de Santana. A TOTVS foi, inicialmente, formada a partir da fusão da Microsiga e com a Logocenter. Após a abertura de capital na Bovespa, em 2006, a empresa incorporou os principais concorrentes nacionais, a RN Sistemas e Datasul. A TOTVS é a líder no mercado brasileiro de ERP e, além do Brasil, possui escritórios na Argentina, México e nos Estados Unidos. Segundo a revista Exame, é a maior empresa de software da América Latina.

A visita foi realizada na nova sede da empresa, inaugurada em abril de 2017, na Zona Norte. O prédio tem mais de 62.000 metros quadrados de área construída, 121 salas de reunião, um auditório com capacidade para 250 pessoas e 1.200 vagas de garagem.

O imóvel foi projetado para ser sustentável, com 5.300m² de teto verde, fachada composta por painéis solares e utilização de água de chuva, aproveitada em 80% do consumo. Trabalham na empresa cerca de 3.000 funcionários. A primeira palestra foi sobre TI e as tendências, apresentada por Denia Kuhn Rezende. Em seguida, Felipe Pervelli mostrou como o Comércio Digital oferece novas oportunidades. Após a visita, os participantes foram recebidos para almoço no Secovi-SP.

LINHA ESPECIAL DE
LIMPEZA E
IMPERMEABILIZAÇÃO
Máximo poder de limpeza, remoção e impermeabilização de diversos tipos de superfícies!
LIMPEZA
REMOÇÃO
IMPERMEABILIZAÇÃO
www.vonder.com.br
Sempre utilize equipamentos de proteção individual VONDER
ATÉ 23 DE DEZEMBRO DE 2018
COMPRE COM A OVD E CONCORRA
A MILHARES DE PRÊMIOS!
PARTICIPE!
SHOW DE PRÊMIOS
OVD
50 anos
01 AMAROK POR SEMANA
14 SEMANAS PROMOCIONAIS CONSECUTIVAS
Conheça também as Mantas Térmicas VONDER!
É bom trabalhar com
vonder®
Tecnologia e inovação a serviço da limpeza a partir de fórmulas ecologicamente corretas!
A escolha é sua e a qualidade é VONDER!

# CAMINHÕES QUE NUNCA PARAM

Com esse título, inauguramos no portal do Grupo Revenda uma série de três artigos exclusivos, tendo como base a Pesquisa Relacionamento dos Lojistas com Atacadistas e Distribuidores, realizada pelo DataMkt Construção, e, também, disparados pela newsletter semanal DataNews, antecedendo à realização do Prêmio Excelência Atacadistas Distribuidor, como veremos nas páginas a seguir.

Bem, caríssimos lojistas, vamos consolidar alguns dados e informações desta mesma pesquisa e artigos, a fim de que seja possível comparar com suas próprias experiências e tirar as conclusões adequadas para cada negócio. Afinal, conhecimento são experiências comparadas.

Na pesquisa realizada pelo DataMkt Construção, sistema de inteligência de mercado cogerido por Leroy Merlin, Eucatex, Atlas, Votorantim Cimentos e Deca, foram entrevistados 480 lojistas de bairro, em quatro regiões do Brasil, ou, 120 varejistas de pequeno porte, sendo que, 64,2% dos entrevistados, na região Sudeste são atendidos por seis ou mais atacadistas distribuidores, um pouco mais do que a região Sul, com 63,3%, enquanto, por outro lado, esse número cai na região Nordeste, com 55,8%, e, no Centro-Oeste, com 54,2%.

Somente por estes dados é possível afirmar que a lógica de atendimento e distribuição do atacado, de certa maneira, reproduz a lógica de atendimento e distribuição dos fabricantes, porém, expandindo-a: atendimento de clientes e/ou regiões geográficas com maior potencial de faturamento.

Inversamente, 16,7% dos lojistas da região Centro-Oeste são atendidos por apenas dois ou três atacadistas distribuidores, seguidos por 15,8%, no Nordeste; 10,8%, no Sudeste, e, por fim, 8,3%, no Sul.

Isso pode significar uma oportunidade para atacadistas e distribuidores, com atuação regionalizada ou células regionais, considerando que, independentemente do potencial de faturamento, se nas lojas do Sudeste e Sul há maior incidência de fornecedores atacadistas, por que não poderia haver, também, uma incidência maior nas regiões Nordeste e Centro-Oeste?

De qualquer maneira, independentemente do número de atacadistas e distribuidores que atendem às diversas praças brasileiras, é certo que não há um só município, entre os 5.570 municípios brasileiros, que não tenha, ao menos, uma pequena loja de materiais de construção. Afinal, sem essa loja, como poderiam ser construídas e reformadas as residências dessa mesma cidade?

Mas, como essas lojas preferem fazer seus pedidos de compras?

O meio preferido e mais utilizado é o bom, velho e atencioso contato pessoal, cara a cara, no balcão de vendas.

Na média das quatro regiões, 89,2% dos entrevistados disseram que fazem os seus pedidos de compras durante a visita dos vendedores/representantes nas próprias lojas, sendo 92,5% dos entrevistados no Sul; 92,5% no Nordeste; 90,8% no Sudeste; e, 80,8%, no Centro-Oeste.

O segundo meio mais utilizado é o telefone, pois, na média, 45,4% disseram utilizá-lo para fazer os seus pedidos, sendo 50%, no Sul; 49,2%, no Centro-Oeste; 42,5%, no Sudeste; e 40% no Nordeste.

Finalmente, o terceiro meio, é um aplicativo muito usado pelos brasileiros, tanto para compartilhar fotos de filhos e pets nos grupos das famílias, como, também, para realizar negócios e transações comerciais.

Do total de entrevistados, 23,3% disseram fazer seus pedidos pelo WhatsApp, sendo o Sul a região que mais o adota, com 35,8%, seguido pelo Sudeste, com 22,5%, pelo Centro-Oeste, com 20,8%,e, por fim, pelo Nordeste, com apenas 14,2%.

Mas, e nesse atendimento, independentemente da maneira como foi feito, o que, segundo a pesquisa, é mais importante para os lojistas entrevistados?

Para isso, apresentamos cinco itens para definições do que era "muito importante", "importante", "pouco importante" e "sem importância", nessa relação comercial: entrega da mercadoria no mesmo dia da solicitação, treinamento de vendas para a equipe de vendedores/balconistas, ser atendido por vendedores simpáticos e prestativos, investimento na melhoria do ambiente da loja e materiais de apoio à venda, como displays, materiais publicitários para balcões e gôndolas.

Simpatia e prestatividade foi, destacadamente, o item considerado "mais importante" pela grande maioria dos entrevistados, com destaque para o Sul, com 85,8%, seguido pelo Sudeste, com 81,7%, pelo Centro-Oeste, com 78,3%, e, pelo Nordeste, com 77,5%.

Ou seja, podemos presumir que todas as outras questões mais técnicas, como entrega, treinamento, ambientação e materiais de PDV, terão pouca efetividade se não houver uma relação empática, cordial e amigável, entre os vendedores/representantes dos atacadistas e os lojistas de bairro.

Enfim, quando avaliamos os resultados, em que o contato pessoal, aliado à simpatia e à prestatividade, são os principais atributos para geração de negócios com os atacadistas, fica claro que os lojistas de materiais de construção desejam muito mais do que uma simples relação de compra e venda com entrega rápida.

Posto isso, quanto aos outros atributos mais votados na pesquisa... Bem, deixemos de lado. É mera consequência.

Newton Guimarães
Head DataMkt Construção

# SUA LOJA FICA AINDA MAIS COMPLETA COM A LINHA DE ASSENTOS DUDA

## MAIS DE 80 OPÇÕES DE MODELOS, CORES E ACABAMENTOS

ASSENTO SANITÁRIO UNIVERSAL
TAMPA INJETADA
ASSENTO SOPRADO

ASSENTO SANITÁRIO FLEX UNIVERSAL
NOVO!
TAMPA E ARO SOPRADOS

ASSENTO SANITÁRIO ALMOFADADO UNIVERSAL

ASSENTO SANITÁRIO ESPECIAL ALMOFADADO FIT/VERSATO

ASSENTO SANITÁRIO ESPECIAL ALMOFADADO THEMA

ASSENTO SANITÁRIO ESPECIAL ALMOFADADO SABATINI

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**

*"Para nós, da Ferramentas São Romão, é um prazer muito grande participar, mais uma vez, junto com o Grupo Revenda, deste evento que reúne os maiores atacadistas e distribuidores de ferragens e ferramentas do Brasil. Nós estamos em todo o país e esta é uma oportunidade única de estreitar o relacionamento com nossos principais clientes. Mais de 90% dos presentes são nossos distribuidores, e as exceções são somente aqueles especialistas, segmentados, que não trabalham com nossa linha de produtos. Somos uma marca forte e seguimos crescendo, vencendo as dificuldades pelas quais o Brasil tem passado, mas não somos uma ilha, e, por isso, é tão importante estar aqui, junto com os atacadistas-distribuidores. Com muito trabalho, muita dedicação e com parcerias, acreditamos que o período mais difícil já passou. Daqui para frente, mesmo que não seja em velocidade de cruzeiro, acreditamos que estaremos retomando e que será um período de crescimento."*

**GERALDO FERREIRA, diretor da Ferramentas São Romão**

*"Nossos clientes atacadistas representam cerca de 10% da nossa venda anual.*
*Hoje, a empresa trabalha com 83 atacadistas, espalhados por todo o território brasileiro. Com o trabalho, de forma diferenciada, em parceria com os atacados, a Taschibra tem a possibilidade de atender e pulverizar os produtos com uma capilaridade superior, isso, certamente, representa muito do sucesso que a empresa tem hoje.*
*A revista* ***Revenda Construção****, há muito tempo, é parceira da Taschibra. Sempre atualizada com informações pertinentes e interessantes do setor, é um excelente canal para apresentar novos produtos e fortalecer a marca."*

**AFONSO LUIS SCHEIBER, diretor Presidente da Taschibra**

# LIXADEIRAS DE PAREDE

**Muito mais praticidade, ergonomia e produtividade nas pinturas profissionais!**

www.vonder.com.br

LPV 600

- Uso obrigatório de aspirador de pó para partículas finas*

*não acompanha

- Facilitam os trabalhos em tetos ou áreas de difícil acesso

LED para melhor iluminação da área trabalhada

- Cabo dobrável: fácil armazenamento e transporte!

- Ideais para paredes de alvenaria, gesso e massa corrida

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

Sempre utilize equipamentos de proteção individual VONDER

ATÉ 23 DE DEZEMBRO DE 2018
COMPRE COM A OVD E CONCORRA
A MILHARES DE PRÊMIOS!

**PARTICIPE!**

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

É bom trabalhar com

# vonder®

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

*"A empresa AQUILEIA, recém-montada, será a fabricante dos reguladores para gás com marca licenciada PAPAIZ Gas Control. Este lançamento é fruto de extensa pesquisa e planejamento que comprovaram a possibilidade da extensão a várias linhas de produtos compatíveis com as características inerentes à marca: robustez, segurança, confiabilidade. A marca também foi considerada democrática e com enorme aceitação junto ao consumidor final. Antiga a ligação da família com os principais distribuidores de todo o país, quando ainda atuava com outras linhas do segmento de materiais de construção. Num Brasil continental, é indiscutível a importância de distribuidores nacionais e regionais, sem os quais seria impossível chegarmos a todos os municípios do país. O entrosamento da indústria com fornecedores e distribuidores é importantíssimo, para que se evitem rupturas e que a produção possa escoar de forma organizada. Contaremos com a forte presença dos atacadistas para garantir a distribuição desejada dos nossos produtos. Quanto ao casamento antigo com a revista* **Revenda Construção**, *ressaltamos o profissionalismo e o incentivo aos distribuidores, com pesquisas junto aos lojistas e prêmios decorrentes."*

**SANDRA PAPAIZ, diretora Papaiz Gas Conrol**

*"Sem a figura do atacadista distribuidor seria impossível para a SIL Fios e Cabos Elétricos chegar a todos os pontos de venda, em todo o território nacional. Não por outro motivo mantemos um trabalho de grande sucesso e cooperação com esses nossos parceiros, iniciativa conjunta que contribui para o atendimento de excelência que a companhia se propõe a prestar. Assim, trabalhamos na melhoria contínua desse serviço. Essa premiação é um referencial para o mercado de materiais de construção. Por meio dela é possível fazer as melhores escolhas para os nossos negócios e, consequentemente, para o desenvolvimento da indústria no país."*

**PEDRO MORELLI, gerente Comercial e de Marketing da SIL**

*"O evento Atacadista Distribuidor 2018 foi excelente, com a presença das maiores empresas atacadistas de materiais de construção do Brasil. É muito importante o reconhecimento destes empresários que investem para auxiliar a indústria a levar a marca e os produtos aos PDVs mais longínquos do nosso país, provendo um atendimento e acompanhamento mais recorrente e dedicado aos lojistas. Imprescindível também elogiar o esforço e a dedicação destes atacados em levar, também, treinamentos, serviços e conhecimento aos varejos que atendem."*

***GUILHERME GOMES, Marketing da Atlas***

# ICASA

A ICASA completa 45 anos com um novo visual! Renovada e moderna, a nova identidade inspira-se nos principais atributos que tornam a marca ICASA sinônimo de excelência: a AMIZADE, a INOVAÇÃO e a SUSTENTABILIDADE.

*De olho no futuro, sem perder a essência de seu passado!*

*"O atacadista é muito importante em nosso segmento porque ele possibilita a pulverização dos nossos produtos. Muitas vezes, a indústria tem dificuldades para fazer chegar ao maior número possível de municípios. E ele tem a capacidade de atender aos pequenos, aos médios e, até, grandes lojistas. Então, para a Hidrofiltros, é muito importante. Este evento premia os principais atacadistas de todo o Brasil e favorece uma troca mútua de informações. Hoje, nos temos cerca de 8.000 CNPJs de todo o Brasil. O nosso produto é bastante consumido pela população em geral, com certeza, eu diria que mais de 40% dos nossos clientes são atendidos pelos atacadistas. A Hidrofiltros existe há 25 anos, mas, nos últimos 6 anos, estava com um grupo norte-americano que, por estratégia, procurava atender a terceiros. De um ano para cá, a empresa foi readquirida pelo sócio-fundador e voltou a ser totalmente nacional e, agora, trabalhamos apenas a nossa marca. O nosso crescimento previsto para este ano é de 12%, e, o mês de agosto, foi muito bom quanto à venda dos nossos produtos."*

**LUIS ROBERTO MONTEIRO MOBILIO, gerente Nacional de Vendas da Hidrofiltros**

*"A Astra tem uma excelente parceria com os Atacadistas Distribuidores de Materiais para Construção para atingir os pontos de venda do Brasil. Eles possuem ótima capilaridade de clientes, atingindo, com rapidez, uma grande quantidade de lojas em que a indústria tem dificuldade de atuar. A Astra possui, no portfólio, mais de 6.000 itens e, com essa variedade de produtos, conseguimos atuar com grande quantidade de atacadistas por todo o Brasil. Atuamos com atacadistas desde pequeno porte, com atendimento regional, até os de grande porte, com atuação nacional. E o nosso portfólio é variado, composto por itens voltados para a construção, desde a fundação da obra até o acabamento; do item técnico ao de decoração. A quantidade que cada Atacadista distribuidor trabalha com a Astra varia muito, de acordo com a sua especialidade e o porte. A Astra está sempre presente nos eventos promovidos pela revista* **Revenda Construção**, *que valoriza o trabalho dos revendedores e dos atacadistas e estreitam, ainda mais, o relacionamento com a Astra.*

**JOAQUIM COELHO, diretor Comercial da Astra**

# PISTOLAS ELÉTRICAS PARA PINTURA

**Maior mobilidade, conforto e praticidade, com o melhor acabamento nas aplicações domésticas ou profissionais!**

+VOLUME
-DESPERDÍCIO
-PRESSÃO
+EFICIÊNCIA
HVLP

*Ideais para diferentes tipos de superfícies e locais de difícil acesso*

*Excelente cobertura e acabamento*

*Leves e ergonômicas*

www.vonder.com.br

Sempre utilize equipamentos de proteção individual VONDER

PEV 750

PEV 400

PEV 900

PEV 600

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

SHOW DE PRÊMIOS OVD 50 anos

ATÉ 23 DE DEZEMBRO DE 2018
COMPRE COM A OVD E CONCORRA
A MILHARES DE PRÊMIOS!

**PARTICIPE!**

01 AMAROK POR SEMANA

14 SEMANAS PROMOCIONAIS CONSECUTIVAS

*Conheça também os* ***Aerógrafos VONDER!***

É bom trabalhar com

# vonder®

*Rendimento com a melhor cobertura e acabamento para pinturas profissionais!* ***A escolha é sua e a qualidade é VONDER!***

*"O segmento atacadista distribuidor trata-se de um dos pilares de sustentação dos negócios de nossa companhia, que, com sua expertise em distribuição, atende, de maneira eficiente e efetiva, ao pequeno e ao microvarejo, que, certamente, não conseguiríamos atender com qualidade. Trabalhamos com a grande maioria dos atacadistas nacionais e regionais e, por meio de uma troca colaborativa de informações e do compartilhamento do sell out de nossos clientes, conseguimos ter uma base sólida de informações do setor. Sem a participação deles, seria difícil atender a todos os pontos do Brasil. Certamente, vivemos em um país de grande extensão geográfica, e peculiaridades regionais de cultura, consumo, renda per capita e outros indicadores, que aumentam a complexidade em atender o seguimento e que exige uma flexibilidade que a indústria, normalmente, não tem. A parceria com a revista* **Revenda Construção** *é saudável, de grande contribuição para um estreitamento na relação Indústria x distribuição."*

**CARLOS MAGALHÃES, Senior Sales Manager da Stanley Black & Decker**

*"O Atacadista Distribuidor desempenha um papel fundamental no processo comercial da nossa empresa, fazendo que nossos produtos cheguem às mãos de clientes finais nos mais diversos pontos do país. Trata-se muito mais de um parceiro de negócios do que de um cliente, sendo a extensão do nosso braço, no que diz respeito à promoção dos nossos produtos, com importante protagonismo na eficiência logística, que permite concentrarmos nossos esforços na busca de novos produtos e nos processos de desenvolvimento da nossa marca nos vários mercados.*

*O Grupo Foxlux busca, sempre, a máxima longevidade nos relacionamentos empresariais com fornecedores e, especialmente, com clientes. A partir desse conceito mantemos um relacionamento muito forte com, aproximadamente, 80 Atacadistas Distribuidores, localizados nas mais diversas regiões do país.*

*Contamos, atualmente, com mais de 1.200 SKUs, distribuídos entre os segmentos de Iluminação, Materiais Elétricos, Ferramentas, Utilidades Domésticas e Produtos para Jardinagem.*

*Nos sentimos orgulhosos por ter tido a oportunidade de participar desse importante evento que, há 13 anos, reconhece e premia os principais Distribuidores Atacadistas do Brasil.*

**DIETER HEINZ LENGNING, vice-Presidente da Famastil/ Foxlux**

DEPECIL
Distribuidora de Materiais de Construção

A DEPECIL SE ORGULHA MUITO EM RECEBER O PRÊMIO ATACADISTA DISTRIBUIDOR 2018.

13º RANKING NACIONAL

13º PRÊMIO EXCELÊNCIA ATACADISTA DISTRIBUIDOR

# DISTRIBUIDOR MATERIAIS PARA CONSTRUÇÃO CIVIL

TEMOS MUITO A AGRADECER A PREFERÊNCIA DE NOSSOS CLIENTES, A INCANSÁVEL DEDICAÇÃO DE NOSSOS REPRESENTANTES, A CONFIANÇA DE NOSSOS FORNECEDORES E O PROFISSIONALISMO DE NOSSOS FUNCIONÁRIOS. SEJAMOS FIRMES COM NOSSO RIGOROSO TRABALHO, SUPERANDO OS MAIS DIVERSOS DESAFIOS E EXPLORANDO NOVOS HORIZONTES.

DEPECIL
Distribuidora de Materiais de Construção

**TELE VENDAS**
**0800 642 2244**
www.depecil.com.br

*"Os atacadistas possuem grande representatividade para os negócios do Âncora Group (Âncora Sistemas de Fixação e Einhell Brasil), não apenas pelo fator distribuição dos produtos de portfólio, mas, também, pela enorme parceria que temos com os maiores do país. Trabalhamos fortemente a venda consultiva e técnica, com cada um deles, de forma personalizada, para que tenham, cada vez mais, argumentos e indicações do uso dos produtos corretos para cada situação. Com isso, fidelizam o consumidor final, uma vez que passam a ser especialistas no assunto.Com o Prêmio Excelência Atacadista Distribuidor promovido pela revista* ***Revenda Construção****, temos a oportunidade única de reencontrar e homenagear todos estes parceiros em uma só noite. Além de prestigiar todo o sucesso e o crescimento que desenvolveram ao longo de toda sua historia."*

**RAFAEL BERNARDI, gerente de Marketing da Âncora**

*"Nós, da ilumi, nos sentimos honrados em apoiar o trabalho da revista Revenda Construção no evento que destacou o canal atacadista no país. O atacado vem se profissionalizando e, por consequência, prestando importante serviço ao varejo e às indústrias. Somos uma empresa que tem ótima relação e valoriza a importância do atacado. Temos toda uma estrutura mercadológica e de marketing para dar suporte aos nossos distribuidores. Parabéns aos laureados e, também, à revista* ***Revenda Construção*** *pela iniciativa e o brilhantismo do evento."*

**PAULO SÉRGIO RODRIGUES, diretor da Ilumi**

*O Grupo Perlex, com 56 anos de mercado, e por causa da grande gama de produtos em sua linha, sempre têm participação nos atacadistas. Assim como todos os clientes, o atacado é um importante aliado a qualquer empresa, pois, eles contam com a logística a seu favor, e alcançam uma grande parcela dos lojistas, facilitando a divulgação dos produtos. Não é diferente para o Grupo Perlex, e, hoje, são representativos em nossas vendas. Estamos nos atacadistas mais importantes de cada região do Brasil. Os atacadistas trabalham de 5.000 a 30.000 KUs, e, como a nossa linha é muito grande, não é possível criar um padrão de atendimento por segmento, mesmo porque, o Brasil é muito grande, e, a logística, desafiadora. Impossivel ter uma empresa com excelência na totalidade de nosso país. A revista* ***Revenda Construçã****o é um parceiro de muitos anos do Grupo Perlex. Os eventos são bem interessantes porque promovem uma interação com os clientes fora do ambiente de trabalho, estreitando laços e um tempo para a troca de ideias, que, muitas vezes, na correria do dia a dia, não conseguimos fazer. Enriquecedor esse momento do evento. Fora o carinho de toda a equipe que é muito especial. Agradecemos a todos os profissionais envolvidos.*

**ELVIRA ROS, presidente da Perlex**

# ILUMI
MATERIAIS ELÉTRICOS
a marca do lar brasileiro.

Em sua próxima compra
peça tomadas
## monobloco

Instalação
## moderna!
Economia de tempo e material!

Disponível nas linhas:

Fabricadas em ABS
Muito mais resistentes.

Já vem jampeado

Apenas 3 parafusos

PASSO A PASSO:
Soltar os 3 parafusos, cabear e apertar novamente.

Rápido e Prático
para instalar!

# A entrega dos troféus, momento **de gala da festa**

**01** Paulo Celso Miranda (Belenus), Geraldo Ferreira e Carlos Belizário, Ferramentas São Romão, patrocinadores do evento **02** Geraldo Ferreira, Antonio Carlos Cardão (Cardão Comércio e Importação), Carlos Belizário **03** Geraldo Ferreira, Ana Beatriz Cardão (Casa Cardão Atacadista), Carlos Belizário **04** Geraldo Ferreira, Mozart de Castro (Casa do Lojista), Carlos Belizário **05** Geraldo Ferreira, Paulo Yshizaki (CCR Distribuidora/Bonfiglioli), Carlos Belizário **06** Geraldo Ferreira, Victor Damião (Center Fertin), Carlos Belizário **07** Júnior Mota (Cofema Atacadista/M.N. Teruya) e Rafael Bernardi, Einhell Brasil, empresa patrocinadorra do evento **08** Cesar dos Santos (Comercial Elétrica Aricanduva) e Rafael Bernardi **09** Francisco de Assis Jorge Bezerra (Comercial Maia) e Rafael Benardi **10** Vilmar Soares Bernardo (Comercial Vicentina) e Rafael Bernardi

BRASFORT®

Ferramentas | Elétrica | Hidráulica | Jardinagem | Utilidades | EPI

# O MIX mais completo de produtos para o seu negócio!

www.**brasfort**.net.br

BRASFORTFERRAMENTAS

**11** Dieter Heinz Lenging, Famastil, empresa patrocinadora do evento, Roberto Gomide Castanheira (Condor Atacadista) e Silvio Pallioto, Famastil, empresa patrocinadora do evento **12** Dieter Heinz Lengning, Leandro Lizot (Conesul Distribuidor Atacadista), Silvio Pallioto **13** Dieter Heinz Lenging, Leandro Dias (Construjá Distribuidora), Silvio Pallioto **14** Dieter Heinz Lenging, Aline Decker (Depecil Distribuidora), Silvio Pallioto **15** Lucas Vidor, Hidrofiltros, empresa patrocinadora do evento e Rodrigo Sessogolo (Diferpan Distribuidora) **16** Pedro Morelli, representando a Dimacol / Grupo Valdir Saraiva, e Lucas Vidor **17** Vânia Hippolito (Dime Distribuidora) e Lucas Vidor **18** Mauro Saccomane Moreira (Distac Distribuidora / Grupo Tutan ) e Lucas Vidor **19** José Carlos Lopes (Distribuidora Lopes) e Paulo Sérgio Rodrigues, Ilumi, empresa patrocinadora do evento **20** Álvaro Luís da Silva (Distribuidora Naciional) e Paulo Sérgio Rodrigues **21** José Augusto Galan (Eletroleste/Mateusbras/Megaleste) e Paulo Sérgio Rodrigues **22** Marcelo Sampaio Oliveira (Estoque da Baixada) e Paulo Sérgio Rodrigues **23** Carlos Racuia (Fera Atacado / Racuia Atacadista) e Carlos Magalhães, Irwin/Stanley, empresa patrocinadora do evento **24** Francisco de Assis Bezerra (Ferragens King Ouro) e Carlos Magalhães **25** Célio de Moura (Ferragens Negrão) e Carlos Magalhães **26** Marcelo Sampaio Oliveira (Ferragens Ramada) e Carlos Magalhães

PROPAGUE DOC-1YNIC

# A MAIOR CERTIFICAÇÃO DOS NOSSOS PRODUTOS É A SUA CONFIANÇA.

Quem oferece Krona para seus clientes, sabe que está entregando produtos de qualidade. Além da satisfação dos consumidores, ser parceiro Krona é ter certeza de:

- **ESTOQUE EM DIA**
- **PRODUTOS CERTIFICADOS**
- **TRANSPARÊNCIA NAS NEGOCIAÇÕES**
- **RENTABILIDADE GARANTIDA**

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

**asuaobra**.com.br **krona**.com.br

KRONA
TUBOS E CONEXÕES

**27** Valdemar Pereira da Silva (Comércio de Ferramentas Teruya e Sandra Papaiz, Papaiz Gas Control, empresa patrocinadora do evento **28** joão Biajoti Filho (Marest/Girobem) e Sandra Papaiz **29** Nelson Teruya (Global Center Comercial Ferragens) e Sandra Papaiz **30** Flávio Coelho (IDB Atacadista) e Cassiano Cardoso, Atlas, empresa patrocinadora do evento **31** João Flávio de Matos (Loja Elétrica) e Cassiano Cardoso **32** Flávio Tannus Moreira (Martins) e Cassiano Cardoso **33** André Luis de Barros Oliveira (Mécari Distribuidora) e Cassiano Cardoso **34** Danilo Torres Pires (Mercante) e Pedro Fogolin Gellis, Grupo Perlex, empresa patrocinadora do evento **35** Sandra Rodrigues (Mundial Atacadista) e Pedro Fogolin Gellis **36** João Francisco (Navas Distribuição) e Pedro Fogolin Gellis **37** Alexandre Martins de Oliveira (Nova Casa) e Pedro Morelli, Sil, empresa patrocinadora do evento **38** Max Rodrigues Braga (Opção Atacadista) e Pedro Morelli **39** Mariana Moreno (Orion Distribuidora) e Pedro Morelli **40** Marcio Zamperetti (OVD) e Afonso Luis Scheiber, Taschibra, empresa patrocinadora do evento **41** Breno Bartolomeu (Tambasa), Afonso Luis Scheiber e André Crepaldi (Tambasa)

BSB
CHINELOS ANTIDERRAPANTES
Enquanto você relaxa, a gente continua cuidando da sua segurança.
MICRORRANHURAS TRANSVERSAIS
TOTAL ADERÊNCIA
BRACOL
ACESSE NOSSO SITE
OU FALE COM NOSSOS
REPRESENTANTES
14 3511.1900
E SAIBA MAIS
bracolonline.com.br
/bracolonline
Relaxe, é BRACOL

# momento de curtir e **TROCAR CONTEÚDO**

01

02

03

04

*"Sou da área de gestão de TI. A visita técnica na Totvs foi muito importante para conhecer a estrutura da empresa e ver como funcionam os softwares, os RPs e a maneira de se preparar para o futuro e melhorar o mercado; o abastecimento nos PDVs. Os sistemas de gestão, hoje em dia, estão, cada vez mais, evoluídos, com mais tecnologia embutida. No nosso segmento estamos vendo que a tendência do e-commerce cresce muito. Notamos que as pessoas sempre utilizam essa plataforma cada vez mais e, a cada dia, essa é uma realidade dentro do segmento."*

**ASSIS BEZERRA, gerente de TI da Comercial Maia, Fortaleza**

05

06

**01** Papaiz Gas Control **02** Revista Revenda Construção e Tramontina **03** OVD **04** Lorenzetti, Loja Elétrica, Sil e Fera Atacado/Racuia Atacadista. **05** Depecil e Revista Revenda Construção **06** Stanley Black & Decker, Lopes Distribuidora e Astra

07

08

09

10

*É importante visualizar que a tecnologia, hoje, é o caminho para alavancar as vendas. A constante inovação nos dá ferramentas para melhorar ainda mais o nosso segmento. Tivemos oportunidade de ver, na Totvs, a Loja do Futuro, com uma dinâmica muito grande e automática, e tudo isso é realizado por meio de análises de dados, da utilização de equipamentos e tecnologia, que estão se tornando, cada vez mais, parte fundamental na área de vendas. Gera mais lucro para a empresa, diminuindo os custos.*

**DANILO TORRES, gerente de TI da Mercante Distribuidora**

**07** Orion Distribuidora e Amanco **08** Center Fertin
**09** Einhell e Âncora **10** Atlas e Grupo Revenda

11

*"Muito legal, muito interessante, uma oportunidade única para conhecermos novas tecnologias. Para nós, especialmente, abriu um leque muito grande de informações com o objetivo de aplicar soluções para melhorar a empresa."*

**ALINE DECKER, Depecil Distribuidora**

*"Hoje, a empresa depende de sistemas. E tivemos a concretização de que o conhecimento é fundamental para o nosso negócio. Parece que a visita à Totvs foi feita, especialmente, para a Depecil, porque vimos que a integração das tecnologias é fundamental para a melhoria do negócio."*

**ROESTON SALSANELLI, Depecil Distribuidora**

12

13

14

15

17

18

*"É muito importante a tecnologia em nosso negócio e, nós, na Tambasa, estamos na cabeceria em nosso segmento. Acabamos de complementar o sistema da Schaffer, o Cuby, que agiliza bastante os nossos processos. Não tivemos um aumento de produtividade significativo com esse sistema, mas estamos evoluindo. Quanto à premiação, ficamos muito felizes pelo reconhecimento do nosso trabalho pelos lojistas de todo o Brasil. A Tambasa investe, cada vez mais, na tecnologia e na melhoria dos processos de venda, entrega e pós-venda."*

**GERSINHO BARTOLOMEU, Tambasa**

16

*"Hoje foi um dia muito rico. Tivemos a oportunidade de conhecer uma série de tendências para o futuro. A tecnologia, em nosso negócio, é fundamental para todo o cenário de distribuição. Os contatos, as informações que este evento nos proporcionou foram ricos para nós, e a tecnologia é muito importante para o controle, a tomada de decisão, para a gestão do negócio, da produtividade. Enfim, a gente não consegue mais ficar sem essa área tão importante que é a tecnologia. Quanto ao evento, posso dizer que foi um sucesso. A premiação, a troca de informações com outros atacadistas e representantes da indústria, aqui presentes, foram muito úteis."*

**FLÁVIO TANNUS MOREIRA, Martins**

**11** Solufix, Conesul Atacadista Distribuidor e Gamma Ferramentas **12** Papaiz Gás Control e Belenus **13** Revista Revenda Construção, Taschibra e Mundial Atacadista **14** Opção Atacadista e Revista Revenda Construção **15** Casa Cardão e Revista Revenda Construção **16** CCR Distribuidora e Tigre **17** Lorenzetti, Stam, Papaiz Gás Control, Navas Distribuição e Revista Revenda Construção **18** Grupo Perlex

*"A visita e o conhecimento que asdquirimos, hoje, deixaram claro que os passos que estão sendo dados, atualmente, na tecnologia, no atacado e no varejo, nos norteiam para o futuro. É preciso estar antenado com a evolução, constante. A Tambasa investe muito em tecnologia e o ganho é fundamental para a melhoria das vendas e o relacionamento junto aos clientes. Hoje o cliente compra mais serviços, e a tecnologia ajuda muito a deixa-los satisfeitos. Na Totvs, vimos quanto é importante ter tecnologia no gerenciamento do nosso negócio."*

**ANDRÉ CREPALDI, área de tecnologia da Tambasa**

19

20

21

**19** Cofema Atacadista, Hidrofiltros e Global Center
**20** Mundial Atacadista, Ilumi e IDB Atacadista
**21** Mundial Atacadista e Ilumi

22

**22** Comercial Maia e Mercante Distribuidora **23** Comercial Vicentina e Revista Revenda Construção **24** Papaiz Gás Control, Navas Distribuição e Stam **25** Astra e IDB Atacadista **26** Opção Atacadista, Taschibra, Mundial Atacadista e Grupo Foxlux **27** Grupo Foxlux e Estoque da Baixada **28** Astra, Revista Revenda Construção e IDB Atacadista **29** Lorenzetti e Center Fertin

23

24

25

26

*"A tecnologia, hoje, faz parte do nosso dia a dia, principalmente em nosso negócio. É graças a ela que a gente compra melhor, vende melhor, ganha mais e se mantém competitivo no mercado. Quanto mais itens temos trabalhando, mais o uso da tecnologia se faz necessário. Quanto eu comecei neste segmento, há 33 anos, não tínhamos computador, era tudo na unha, com muita dificuldade, e com a tecnologia podemos trabalhar com mais de 20 mil itens, sem problemas."*

**NELSON TERUYA, Global Center Comercial Ferragens**

27

*A gente entende que a tecnologia sempre traz significativa produtividade. Nos últimos prêmios, vimos muito chão de fábrica e, desta vez, deparamos com algo diferente, na área de tecnologia. Uma área muito importante em nosso negócio, pois ajuda demais na rapidez, na questão da diminuição dos erros. O que foi muito importante, para nós, na visita foi que a Totvs mostrou as tendências para o futuro. Em nosso negócio, quanto mais tecnologia, melhor. Trabalhamos, atualmente, com cerca de 28 mil produtos e a tecnologia está ajudando na produtividade e na rapidez da entrega ao cliente, não somente na tecnologia, mas, também, no transporte das mercadorias. E isso gera lucro para a empresa.*

**BRENO BARTOLOMEU, área de tecnologia da Tambasa**

28

29


Casa do LOJISTA ATACADISTA

VENDAS SOMENTE NO ATACADO PARA LOJISTAS

MEGA ATACADO

O MAIOR MIX DE PRODUTOS PARA SUA LOJA!

SÃO MAIS DE 30 MIL ITENS

DIVIDIDOS NAS LINHAS:

• Máquinas & Acessórios • Ferragens & Ferramentas • Elétrica
• Iluminação • Hidráulica • Tintas • Utilidades • Térmicos • Decoração
• Utensílios Domésticos • Porcelanas | Vidros | Cerâmicas
• Armarinhos • Limpeza • Jardinagem | Piscina • Brinquedos

Casa do lojista kids

CONHEÇA A NOSSA LINHA DE BRINQUEDOS.

SOMENTE NA LOJA DE SÃO JOSÉ DOS CAMPOS

ROD. PRESIDENTE DUTRA, KM 154

EM BREVE EM OUTRAS UNIDADES

NOSSAS LOJAS

Marginal Tietê
011 2090.0800

Pari
011 2348.1150

Barueri
011 4800.1600

Campinas
019 3765.9600

São José dos Campos
012 3932-8800

www.casadolojista.com.br

30

31

*"Hoje foi surpreendente a visita, com uma estrutura organizacional de ponta. A tecnologia não pode faltar dentro da empresa. Em todos os setores da empresa, quanto mais otimização menos custo e mais organização, controlando o estoque muito grande e o armazém. Tudo é muito grande em nossa empresa, então a tecnologia é muito importante para a melhoria do nosso negócio. O evento foi enriquecedor, bonito, com a presença dos mais importantes atacadistas do Brasil, representantes da indústria que nos possibilitou uma integração positiva e a troca de conhecimento. Nós, da Opção, estamos trabalhando muito para crescer ainda mais."*

**MAX RODRIGUES BRAGA, OPÇÃO ATACADISTA**

32

**30** Gamma Ferramentas, Tambasa, Atlas e Conesul Atacadista Distribuidor **31** Diferpan Distribuidora, Construjá Distribuidora e Nova Casa **32** Ferramentas Teruya, Casa do Lojista e Comercial Elétrica Aricanduva **33** Einhell, Revista Revenda Construção e Âncora **34** Martins e Tambasa **35** Dime Distribuidora **36** Distribuidora Nacional, Stanley Black & Decker, Cardão Comercio Importação e Distribuidora Lopes **37** Marest/Girobem e Revista Revenda Construção **38** Brasilit

34

35

33

36

37

38

# O Martins

## está entre os melhores do Prêmio Excelência Atacadista Distribuidor de Material de Construção.

Agradecemos aos nossos parceiros e clientes por mais esta conquista.

*Juntos, cada um vale mais.*

MARTINS
SISTEMA INTEGRADO MARTINS

65 anos

TRIBANCO

TRIBANCO Seguros

Tricard

UNIVERSIDADE MARTINS DO VAREJO

IAMAR Instituto Aliair Martins

efácil

Smart

*"A visita foi muito enriquecedora, a tecnologia é, com certeza, estratégia-chave para o crescimento. Estamos sempre precisando aprimorar, porque o conhecimento é contínuo, não podemos parar. O que foi apresentado na Totvs estamos tentando implantar na Casa Cardão e, constantemente, investimos em tecnologia. De dois anos para cá, principalmente, este ano, o principal investimento da empresa é em tecnologia. Isso representou aumento de produtividade, empoderou o cliente, e com isso, fidelidade, pois obtém mais informações da empresa. É o caminho a ser seguido. Adoramos o evento, uma oportunidade de estar em contato com outros atacadistas, trocar informações."*

**RAISSA MARIA CARDÃO ALVES, Casa Cardão**

**39** Ilumi e Atlas **40** Orion Distribuidora e Atlas **41** Comercial Vicentina **42** CCortag e Belenus **43** Mundial Atacadista, Estoque da Baixada e Tambasa **44** Hidrofiltros e Eletroleste/Megaleste/Mateubras **45** Sil **46** Grupo Perlex e Orion Distribuidora **47** Ferramentas São Romão

*Fui várias vezes ao Japão para conhecer sistemas de tecnologia e nós ainda estamos no início, mas num bom caminho. A Loja do Futuro, que conhecemos na Totvs, nos deu indicativos de como será num futuro bem próximo e temos que estar preparados para isso. O atacado ainda precisa de mais tecnologia para facilitar a venda de mercadorias, porque as embalagens são grandes e fechadas. Mas, aqueles que não investirem em tecnologia o seu negócio vai sumir. Sem produtividade, não é possível ganhar e ficar no mercado, porque para ter preço, é preciso aumentar a produtividade.*

**SÉRGIO ISHIZAKI, CCR Distribuidora**

Agradecemos a todos os
CLIENTES, FORNECEDORES E
COLABORADORES
por mais esta CONQUISTA.

*Juntos somos mais fortes!*

**28º Ranking Nacional**

PRÊMIO EXCELÊNCIA
ATACADISTA DISTRIBUIDOR

**THIBABEM**
ATACADISTA/DISTRIBUIDOR

**www.thibabem.com.br**

**35 3690.3100**

**Varginha - MG**

THIBABEM
ATACADISTA/DISTRIBUIDOR
*Desde 1991*

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

# OS MAIS VOTADOS

O Tambasa recebeu 17,06% dos 5.047 votos apurados na pesquisa nacional. Ferragens Negrão e Martins ficaram em 2º e 3º

| NACIONAL | TOTAL |
|---|---|
| TAMBASA | 17,06% |
| FERRAGENS NEGRÃO | 9,85% |
| MARTINS | 5,73% |
| BARTOFIL DISTRIBUIDORA | 3,23% |
| NOVA CASA | 3,19% |
| OVD | 3,13% |
| ELETROLESTE/ MATEUBRAS/MEGALESTE | 3,07% |
| COFEMA ATACADISTA / M.N. TERUYA | 2,62% |
| CONSTRUJÁ DISTRIBUIDORA | 2,54% |
| DIFERPAN DISTRIBUIDORA | 2,20% |
| DISTAC DISTRIBUIDORA / GRUPO TUPAN | 2,06% |
| CASA DO LOJISTA | 1,76% |
| DEPECIL DISTRIBUIDORA | 1,49% |
| ORION DISTRIBUIDORA | 1,45% |
| CASA CARDÃO ATACADISTA | 1,39% |
| ALMEIDA DISTRIBUIDORA | 1,13% |
| DISTRIBUIDORA NACIONAL | 1,13% |
| FERRAGENS KING OURO | 1,09% |
| DIMACOL / GRUPO VALDIR SARAIVA | 1,01% |
| MERCANTE | 1,01% |
| LOJA ELÉTRICA | 0,95% |
| CENTER FERTIN | 0,89% |
| CCR DISTRIBUIDORA (BONFIGLIOLI) | 0,85% |
| COMERCIAL ELÉTRICA ARICANDUVA | 0,77% |
| COMERCIAL MAIA | 0,75% |
| FERA ATACADO / RACUIA ATACADISTA | 0,69% |
| REPOR ATACADISTA | 0,65% |
| NOVA DISTRIBUIDORA / REI DA FERRAGEM | 0,61% |
| FERRAGENS RAMADA | 0,55% |
| GLOBAL CENTER COML. FERRAGENS | 0,55% |
| NAVAS DISTRIBUIÇÃO | 0,55% |
| THIBABEM ATACADISTA DISTRIBUIDOR | 0,53% |
| MAREST / GIROBEM | 0,52% |
| MUNDIAL ATACADISTA | 0,50% |
| DIME DISTRIBUIDORA | 0,48% |
| CONDOR ATACADISTA | 0,46% |
| CARDÃO COM. E IMPORTAÇÃO | 0,42% |
| COMERCIAL ELÉTRICA GUERREIRO | 0,40% |
| BELENUS | 0,34% |
| COMÉRCIO DE FERRAMENTAS TERUYA | 0,34% |
| MÉCARI DISTRIBUIDORA | 0,34% |
| CONESUL DISTRIBUIDOR ATACADISTA | 0,32% |
| DISTRIBUIDORA LOPES | 0,32% |
| PEDIS ATACADO | 0,26% |
| MULTFER DISTRIBUIDORA | 0,24% |
| COMERCIAL VICENTINA | 0,20% |
| IDB ATACADISTA | 0,20% |
| FAROL ILUMINAÇÃO | 0,18% |
| SANTISTA ATACADISTA | 0,18% |
| DISTRIBUIDORA BLUMENAU | 0,16% |
| CASA DO SOLDADOR | 0,16% |
| ESTOQUE DA BAIXADA | 0,16% |
| OPÇÃO ATACADISTA | 0,16% |
| VISÃO ATACADISTA | 0,16% |
| OUTROS/NÃO SOUBE RESPONDER | 19,06% |
| TOTAL | 100,00% |

# FITA CREPE PARA
# PINTURA IMOBILIÁRIA

## A LINHA PROFISSIONAL DO PINTOR

18 de Outubro
**Dia do Pintor**

**PARABÉNS AMIGO PINTOR!**
A ADERE TEM ORGULHO EM FAZER PARTE DO SEU TRABALHO.

CERTIFICADA ISO 9001
CERTIFICADA ISO14001

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

ADERE®
*Colou, tá colado.*

100% COM VOCÊ

# CAMPEÕES por categoria

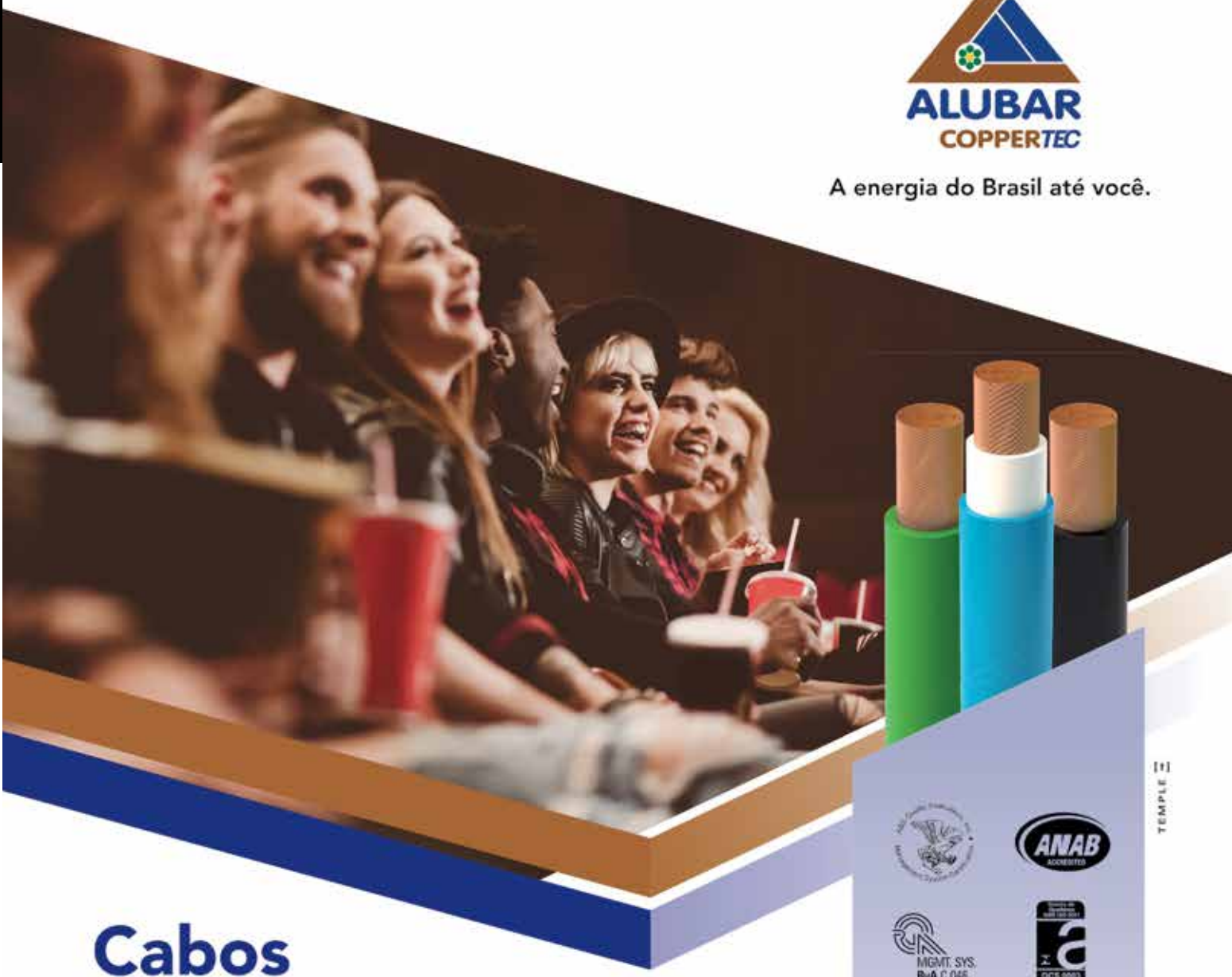
Foram sete os quesitos avaliados pelos revendedores que participaram da pesquisa, realizada em julho e agosto

| ATENDIMENTO | TOTAL |
|---|---|
| TAMBASA | 18,45% |
| FERRAGENS NEGRÃO | 8,74% |
| MARTINS | 7,49% |
| ELETROLESTE/ MATEUBRAS/MEGALESTE | 3,61% |
| BARTOFIL DISTRIBUIDORA | 3,19% |
| OVD | 3,05% |
| CONSTRUJÁ DISTRIBUIDORA | 2,77% |
| DIFERPAN DISTRIBUIDORA | 2,77% |
| NOVA CASA | 2,77% |
| DISTAC DISTRIBUIDORA / GRUPO TUPAN | 2,22% |
| COFEMA ATACADISTA/ M.N. TERUYA | 2,08% |
| CASA DO LOJISTA | 1,94% |
| DEPECIL DISTRIBUIDORA | 1,80% |
| CASA CARDÃO ATACADISTA | 1,53% |
| ALMEIDA DISTRIBUIDORA | 1,25% |
| ORION DISTRIBUIDORA | 1,25% |
| DISTRIBUIDORA NACIONAL | 1,11% |
| CCR DISTRIBUIDORA (BONFIGLIOLI) | 0,97% |
| CENTER FERTIN | 0,97% |
| FERRAGENS KING OURO | 0,97% |
| MERCANTE | 0,97% |
| MUNDIAL ATACADISTA | 0,97% |
| OUTROS/NÃO SOUBE RESPONDER | 29,13% |
| | 100,00% |

| CREDIBILIDADE E CONFIANÇA | TOTAL |
|---|---|
| TAMBASA | 15,40% |
| FERRAGENS NEGRÃO | 9,71% |
| MARTINS | 6,52% |
| BARTOFIL DISTRIBUIDORA | 3,61% |
| ELETROLESTE/ MATEUBRAS/MEGALESTE | 3,33% |
| COFEMA ATACADISTA/ M.N. TERUYA | 2,91% |
| OVD | 2,91% |
| CONSTRUJÁ DISTRIBUIDORA | 2,64% |
| NOVA CASA | 2,50% |
| DIFERPAN DISTRIBUIDORA | 2,22% |
| DISTAC DISTRIBUIDORA / GRUPO TUPAN | 2,08% |
| DEPECIL DISTRIBUIDORA | 1,94% |
| CASA CARDÃO ATACADISTA | 1,80% |
| ORION DISTRIBUIDORA | 1,80% |
| CASA DO LOJISTA | 1,53% |
| ALMEIDA DISTRIBUIDORA | 1,25% |
| FERRAGENS KING OURO | 1,25% |
| LOJA ELÉTRICA | 0,97% |
| MERCANTE | 0,97% |
| OUTROS/NÃO SOUBE RESPONDER | 34,67% |
| | 100,00% |

ALUBAR
COPPERTEC

A energia do Brasil até você.



# Cabos Tecnotox

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

Fabricados com a qualidade e tecnologia Alubar, os cabos Tecnotox ® são recomendados para locais que reúnem grande número de pessoas, como escolas, metrôs e teatros, pois são produzidos com material à base de poliolefina, com características especiais quanto à emissão de fumaça e gases tóxicos e corrosivos. Essa baixa emissão facilita a evacuação e auxilia equipes de socorro em casos de incêndio.

www.alubar.net.br | comercial.cabos@alubar.net | (91) 3754.7155

ANAB

MGMT. SYS. RvA C 046

OCS 0002

INMETRO

UL BR OCP 0029

GREAT PLACE TO WORK 2017

EMPRESA PRO ÉTICA 2017

QUALIFIO

Sistema de Gestão da Qualidade ISO 9001:2008 Certificado nº 34695

Sistema de Gestão Ambiental ISO 14001:2004 Certificado nº 43259

TEMPLE [1]

| LINHA MAIS COMPLETA DE PRODUTOS/MARCA | TOTAL |
|---|---|
| TAMBASA | 23,99% |
| FERRAGENS NEGRÃO | 13,73% |
| MARTINS | 5,83% |
| COFEMA ATACADISTA/ M.N. TERUYA | 3,47% |
| NOVA CASA | 3,33% |
| OVD | 2,91% |
| CASA DO LOJISTA | 2,64% |
| CONSTRUJÁ DISTRIBUIDORA | 2,64% |
| DIFERPAN DISTRIBUIDORA | 2,36% |
| ELETROLESTE/ MATEUBRAS/MEGALESTE | 2,36% |
| BARTOFIL DISTRIBUIDORA | 1,94% |
| CASA CARDÃO ATACADISTA | 1,80% |
| DISTAC DISTRIBUIDORA / GRUPO TUPAN | 1,80% |
| ORION DISTRIBUIDORA | 1,39% |
| LOJA ELÉTRICA | 1,25% |
| ALMEIDA DISTRIBUIDORA | 1,11% |
| CENTER FERTIN | 1,11% |
| DEPECIL DISTRIBUIDORA | 1,11% |
| FERRAGENS KING OURO | 1,11% |
| FERA ATACADO / RACUIA ATACADISTA | 0,97% |
| OUTROS/NÃO SOUBE RESPONDER | 23,16% |
| | 100,00% |

| MELHOR TRABALHO NO PDV | TOTAL |
|---|---|
| TAMBASA | 14,29% |
| FERRAGENS NEGRÃO | 9,02% |
| MARTINS | 4,72% |
| OVD | 3,05% |
| NOVA CASA | 2,77% |
| ELETROLESTE/ MATEUBRAS/MEGALESTE | 2,50% |
| CONSTRUJÁ DISTRIBUIDORA | 2,36% |
| DIFERPAN DISTRIBUIDORA | 2,22% |
| BARTOFIL DISTRIBUIDORA | 1,94% |
| DISTAC DISTRIBUIDORA / GRUPO TUPAN | 1,94% |
| COFEMA ATACADISTA/ M.N. TERUYA | 1,66% |
| DEPECIL DISTRIBUIDORA | 1,66% |
| DIMACOL - GRUPO VALDIR SARAIVA | 1,53% |
| ORION DISTRIBUIDORA | 1,53% |
| ALMEIDA DISTRIBUIDORA | 1,39% |
| MERCANTE | 1,25% |
| CASA CARDÃO ATACADISTA | 1,11% |
| CASA DO LOJISTA | 1,11% |
| COMERCIAL MAIA | 0,97% |
| OUTROS/NÃO SOUBE RESPONDER | 43,00% |
| | 100,00% |

| MELHORES PRAZOS | TOTAL |
|---|---|
| TAMBASA | 13,87% |
| FERRAGENS NEGRÃO | 8,46% |
| BARTOFIL DISTRIBUIDORA | 5,69% |
| MARTINS | 5,41% |
| NOVA CASA | 2,91% |
| ELETROLESTE / MATEUBRAS/MEGALESTE | 2,77% |
| COFEMA ATACADISTA/ M.N. TERUYA | 2,50% |
| DISTAC DISTRIBUIDORA / GRUPO TUPAN | 2,22% |
| CONSTRUJÁ DISTRIBUIDORA | 2,08% |
| CASA DO LOJISTA | 1,94% |
| OVD | 1,80% |
| ORION DISTRIBUIDORA | 1,53% |
| CASA CARDÃO ATACADISTA | 1,25% |
| DIFERPAN DISTRIBUIDORA | 1,25% |
| ALMEIDA DISTRIBUIDORA | 1,11% |
| FERRAGENS KING OURO | 1,11% |
| DEPECIL DISTRIBUIDORA | 0,97% |
| MERCANTE | 0,97% |
| OUTROS/NÃO SOUBE RESPONDER | 42,16% |
| | 100,00% |

| MELHORES PREÇOS | TOTAL |
|---|---|
| TAMBASA | 18,17% |
| FERRAGENS NEGRÃO | 9,85% |
| MARTINS | 5,41% |
| NOVA CASA | 4,30% |
| COFEMA ATACADISTA/ M.N. TERUYA | 3,33% |
| BARTOFIL DISTRIBUIDORA | 2,91% |
| DISTAC DISTRIBUIDORA/GRUPO TUPAN | 2,50% |
| OVD | 2,50% |
| CONSTRUJÁ DISTRIBUIDORA | 2,22% |
| ELETROLESTE/ MATEUBRAS/MEGALESTE | 2,22% |
| CASA DO LOJISTA | 2,08% |
| DIFERPAN DISTRIBUIDORA | 1,94% |
| DEPECIL DISTRIBUIDORA | 1,39% |
| FERRAGENS KING OURO | 1,25% |
| CCR DISTRIBUIDORA (BONFIGLIOLI) | 0,97% |

| | |
|---|---|
| CENTER FERTIN | 0,97% |
| COMERCIAL ELÉTRICA ARICANDUVA | 0,97% |
| LOJA ELÉTRICA | 0,97% |
| OUTROS/NÃO SOUBE RESPONDER | 36,06% |
| | 100,00% |

| PONTUALIDADE NA ENTREGA | TOTAL |
|---|---|
| TAMBASA | 14,29% |
| FERRAGENS NEGRÃO | 9,43% |
| MARTINS | 4,58% |
| ELETROLESTE/ MATEUBRAS/MEGALESTE | 3,74% |
| NOVA CASA | 3,74% |
| OVD | 3,47% |
| BARTOFIL DISTRIBUIDORA | 3,05% |
| CONSTRUJÁ DISTRIBUIDORA | 3,05% |
| DIFERPAN DISTRIBUIDORA | 2,64% |
| COFEMA ATACADISTA/ M.N. TERUYA | 1,94% |
| MERCANTE | 1,80% |
| ORION DISTRIBUIDORA | 1,80% |
| DISTAC DISTRIBUIDORA / GRUPO TUPAN | 1,66% |
| DEPECIL DISTRIBUIDORA | 1,53% |
| CASA CARDÃO ATACADISTA | 1,39% |
| LOJA ELÉTRICA | 1,25% |
| CASA DO LOJISTA | 1,11% |
| DIMACOL - GRUPO VALDIR SARAIVA | 1,11% |
| DISTRIBUIDORA NACIONAL | 1,11% |
| FERRAGENS KING OURO | 1,11% |
| ALMEIDA DISTRIBUIDORA | 0,97% |
| CCR DISTRIBUIDORA (BONFIGLIOLI) | 0,97% |
| DIME DISTRIBUIDORA | 0,97% |
| OUTROS/NÃO SOUBE RESPONDER | 33,29% |
| | 100,00% |

Tambasa, Ferragens Negrão e Martins foram os mais votados, pela ordem, nos sete quesitos da pesquisa. Apenas no item Melhores Prazos, o terceiro mais votado, foi a Bartofil Distribuidora, com 5,69%, um pouco à frente do Martins.

# SUDESTE

Região onde há a maior concentração de lojas de materiais para construção, mostrou o bom trabalho desenvolvido pela paulista Eletroleste

| GERAL | TOTAL |
|---|---|
| TAMBASA | 25,54% |
| ELETROLESTE/ MATEUBRAS/MEGALESTE | 5,76% |
| BARTOFIL DISTRIBUIDORA | 5,37% |
| COFEMA ATACADISTA/ M.N. TERUYA | 5,02% |
| CONSTRUJÁ DISTRIBUIDORA | 4,98% |
| CASA DO LOJISTA | 3,46% |
| MARTINS | 2,88% |
| CASA CARDÃO ATACADISTA | 2,72% |
| FERRAGENS NEGRÃO | 2,72% |
| NOVA CASA | 2,18% |
| FERRAGENS KING OURO | 2,14% |
| LOJA ELÉTRICA | 1,79% |
| CENTER FERTIN | 1,75% |
| CCR DISTRIBUIDORA (BONFIGLIOLI) | 1,63% |
| COMERCIAL ELÉTRICA ARICANDUVA | 1,32% |
| REPOR ATACADISTA | 1,28% |
| GLOBAL CENTER COML. FERRAGENS | 1,01% |
| FERA ATACADO / RACUIA ATACADISTA | 0,97% |
| THIBABEM ATACADISTA DISTRIBUIDOR | 0,93% |
| MAREST / GIROBEM | 0,74% |
| DIME DISTRIBUIDORA | 0,70% |
| CARDÃO COM. E IMPORTAÇÃO | 0,66% |
| COMERCIAL ELÉTRICA GUERREIRO | 0,66% |
| FERRAGENS RAMADA | 0,54% |
| BELENUS | 0,27% |
| COMÉRCIO DE FERRAMENTAS TERUYA | 0,16% |
| OVD | 0,12% |
| OUTROS/NÃO SOUBE RESPONDER | 22,65% |
| | 100,00% |

| ATENDIMENTO | TOTAL |
|---|---|
| TAMBASA | 27,25% |
| ELETROLESTE/ MATEUBRAS/MEGALESTE | 7,08% |
| BARTOFIL DISTRIBUIDORA | 5,45% |
| CONSTRUJÁ DISTRIBUIDORA | 5,45% |
| COFEMA ATACADISTA/ M.N. TERUYA | 4,09% |
| CASA DO LOJISTA | 3,81% |
| MARTINS | 3,81% |
| CASA CARDÃO ATACADISTA | 3,00% |
| FERRAGENS NEGRÃO | 2,18% |
| CCR DISTRIBUIDORA (BONFIGLIOLI) | 1,91% |
| CENTER FERTIN | 1,91% |
| FERRAGENS KING OURO | 1,91% |
| NOVA CASA | 1,91% |
| OUTROS/NÃO SOUBE RESPONDER | 30,25% |
| | 100,00% |

| CREDIBILIDADE E CONFIANÇA | TOTAL |
|---|---|
| TAMBASA | 24,52% |
| ELETROLESTE/ MATEUBRAS/MEGALESTE | 6,54% |
| BARTOFIL DISTRIBUIDORA | 5,72% |
| COFEMA ATACADISTA/ M.N. TERUYA | 5,72% |
| CONSTRUJÁ DISTRIBUIDORA | 5,18% |
| MARTINS | 4,09% |
| CASA CARDÃO ATACADISTA | 3,54% |
| CASA DO LOJISTA | 3,00% |
| FERRAGENS NEGRÃO | 3,00% |
| FERRAGENS KING OURO | 2,45% |
| OUTROS/NÃO SOUBE RESPONDER | 36,24% |
| | 100,00% |

NORTON

SAINT-GOBAIN

Reshaping your world.

**QUEM VENDE NORTON SABE QUE O SUCESSO É GARANTIDO.**

Soluções com tecnologia de ponta para o mercado da Construção Civil, reconhecido e preferido pelos profissionais.

www.nortonabrasives.com

Norton Abrasivos

SAINT-GOBAIN

13º PRÊMIO EXCELÊNCIA
ATACADISTA DISTRIBUIDOR

# CAMINHOS,

QUE NOS LEVAM A EXCELÊNCIA
SÃO PERCORRIDOS
TODOS OS DIAS COM
MUITO TRABALHO,
RESPEITO, QUALIDADE
E TRANSPARÊNCIA.

MAREST
DISTRIBUIDORA
www.marest.com.br

Distribuidora
GirO BEM SIA
www.girobem.com.br

RECONHECIDOS MAIS
UMA VEZ PELA EXCELÊNCIA!

*Agradecemos a todos colaboradores, fornecedores e principalmente nossos clientes que nos motivam a estar entre os MAIORES DISTRIBUIDORES DO BRASIL!*

| LINHA MAIS COMPLETA DE PRODUTOS E MARCAS | TOTAL |
|---|---|
| TAMBASA | 34,33% |
| COFEMA ATACADISTA/ M.N. TERUYA | 6,81% |
| CASA DO LOJISTA | 5,18% |
| CONSTRUJÁ DISTRIBUIDORA | 5,18% |
| ELETROLESTE / MATEUBRAS/MEGALESTE | 4,63% |
| CASA CARDÃO ATACADISTA | 3,54% |
| BARTOFIL DISTRIBUIDORA | 3,27% |
| FERRAGENS NEGRÃO | 3,00% |
| LOJA ELÉTRICA | 2,45% |
| MARTINS | 2,45% |
| OUTROS/NÃO SOUBE RESPONDER | 29,16% |
| | 100,00% |

| MELHORES PREÇOS | TOTAL |
|---|---|
| TAMBASA | 25,89% |
| COFEMA ATACADISTA/ M.N. TERUYA | 6,54% |
| BARTOFIL DISTRIBUIDORA | 4,63% |
| CONSTRUJÁ DISTRIBUIDORA | 4,36% |
| ELETROLESTE/ MATEUBRAS/MEGALESTE | 4,36% |
| CASA DO LOJISTA | 4,09% |
| NOVA CASA | 3,54% |
| MARTINS | 3,00% |
| FERRAGENS NEGRÃO | 2,72% |
| FERRAGENS KING OURO | 2,45% |
| OUTROS/NÃO SOUBE RESPONDER | 38,42% |
| | 100,00% |

| MELHOR TRABALHO NO PDV | TOTAL |
|---|---|
| TAMBASA | 22,07% |
| ELETROLESTE/ MATEUBRAS/MEGALESTE | 4,90% |
| CONSTRUJÁ DISTRIBUIDORA | 4,63% |
| BARTOFIL DISTRIBUIDORA | 3,27% |
| COFEMA ATACADISTA/ M.N. TERUYA | 3,27% |
| FERRAGENS NEGRÃO | 3,00% |
| CASA CARDÃO ATACADISTA | 2,18% |
| CASA DO LOJISTA | 2,18% |
| MARTINS | 2,18% |
| CENTER FERTIN | 1,63% |
| COMERCIAL ELÉTRICA ARICANDUVA | 1,63% |
| FERRAGENS KING OURO | 1,63% |
| OUTROS/NÃO SOUBE RESPONDER | 47,41% |
| | 100,00% |

| PONTUALIDADE NA ENTREGA | TOTAL |
|---|---|
| TAMBASA | 23,71% |
| ELETROLESTE/ MATEUBRAS/MEGALESTE | 7,36% |
| BARTOFIL DISTRIBUIDORA | 5,99% |
| CONSTRUJÁ DISTRIBUIDORA | 5,99% |
| COFEMA ATACADISTA/ M.N. TERUYA | 3,81% |
| FERRAGENS NEGRÃO | 3,00% |
| CASA CARDÃO | 2,72% |
| NOVA CASA | 2,72% |
| LOJA ELÉTRICA | 2,45% |
| MARTINS | 2,45% |
| OUTROS/NÃO SOUBE RESPONDER | 39,78% |
| | 100,00% |

| MELHORES PRAZOS | TOTAL |
|---|---|
| TAMBASA | 20,98% |
| BARTOFIL DISTRIBUIDORA | 9,26% |
| ELETROLESTE/ MATEUBRAS/MEGALESTE | 5,45% |
| COFEMA ATACADISTA/ M.N. TERUYA | 4,90% |
| CONSTRUJÁ DISTRIBUIDORA | 4,09% |
| CASA DO LOJISTA | 3,81% |
| CASA CARDÃO ATACADISTA | 2,45% |
| NOVA CASA | 2,45% |
| FERRAGENS KING OURO | 2,18% |
| FERRAGENS NEGRÃO | 2,18% |
| MARTINS | 2,18% |
| OUTROS/NÃO SOUBE RESPONDER | 40,05% |
| | 100,00% |

Na região Sudeste, Eletroleste/ Mateubras/Megaleste teve bom desempenho nos segmentos Atendimento, Credibilidade e Confiança, Melhor Trabalho no PDV e Pontualidade na Entrega, mas o Tambasa foi o mais votado em todos os segmentos. Cofema Atacadista/M.N. Teruya, foi o segundo mais votado nos segmentos Linha Mais Completa de Produtos e Marcas e Melhores Preços.

# SUL

Ferragens Negrão, do Paraná, foi o destaque

| GERAL | TOTAL |
|---|---|
| FERRAGENS NEGRÃO | 24,03% |
| OVD | 10,60% |
| DIFERPAN DISTRIBUIDORA | 10,50% |
| DEPECIL DISTRIBUIDORA | 7,10% |
| ORION DISTRIBUIDORA | 6,91% |
| DISTRIBUIDORA NACIONAL | 4,16% |
| MARTINS | 3,31% |
| NOVA DISTRIBUIDORA / REI DA FERRAGEM | 1,80% |
| TAMBASA | 1,70% |
| CONESUL DISTRIBUIDOR ATACADISTA | 1,42% |
| NAVAS DISTRIBUIÇÃO | 1,32% |
| MULTFER DISTRIBUIDORA | 0,85% |
| DISTRIBUIDORA BLUMENAU | 0,76% |
| CASA DO SOLDADOR | 0,57% |
| FAROL ILUMINAÇÃO | 0,38% |
| FERA ATACADO / RACUIA ATACADISTA | 0,28% |
| BELENUS | 0,19% |
| PROGRESSO | 0,19% |
| SANTISTA ATACADISTA | 0,19% |
| OUTROS/NÃO SOUBE RESPONDER | 23,75% |
| | 100,00% |

| ATENDIMENTO | TOTAL |
|---|---|
| FERRAGENS NEGRÃO | 22,52% |
| DIFERPAN DISTRIBUIDORA | 13,25% |
| OVD | 12,58% |
| DEPECIL DISTRIBUIDORA | 8,61% |
| ORION DISTRIBUIDORA | 5,96% |
| DISTRIBUIDORA NACIONAL | 5,30% |
| MARTINS | 3,31% |
| NOVA DISTRIBUIDORA / REI DA FERRAGEM | 1,99% |
| CONESUL DISTRIBUIDOR ATACADISTA | 1,99% |
| OUTROS/NÃO SOUBE RESPONDER | 24,50% |
| | 100,00% |

| CREDIBILIDADE E CONFIANÇA | TOTAL |
|---|---|
| FERRAGENS NEGRÃO | 23,84% |
| DIFERPAN DISTRIBUIDORA | 10,60% |
| OVD | 9,93% |
| DEPECIL DISTRIBUIDORA | 9,27% |
| ORION DISTRIBUIDORA | 8,61% |
| MARTINS | 3,31% |
| DISTRIBUIDORA NACIONAL | 3,97% |
| CONESUL DISTRIBUIDOR ATACADISTA | 1,99% |
| NOVA DISTRIBUIDORA / REI DA FERRAGEM | 1,99% |
| OUTROS/NÃO SOUBE RESPONDER | 26,49% |
| | 100,00% |

| LINHA MAIS COMPLETA DE PRODUTOS E MARCA | TOTAL |
|---|---|
| FERRAGENS NEGRÃO | 35,76% |
| OVD | 11,92% |
| DIFERPAN DISTRIBUIDORA | 11,26% |
| ORION DISTRIBUIDORA | 6,62% |
| DEPECIL DISTRIBUIDORA | 5,30% |
| MARTINS | 3,31% |
| DISTRIBUIDORA NACIONAL | 3,31% |
| FERA ATACADO / RACUIA ATACADISTA | 1,99% |
| OUTROS/NÃO SOUBE RESPONDER | 20,53% |
| | 100,00% |

| MELHOR TRABALHO NO PDV | TOTAL |
|---|---|
| FERRAGENS NEGRÃO | 19,87% |
| OVD | 11,26% |
| DIFERPAN DISTRIBUIDORA | 10,60% |
| DEPECIL DISTRIBUIDORA | 7,95% |
| ORION DISTRIBUIDORA | 7,28% |
| MARTINS | 3,31% |
| MULTFER DISTRIBUIDORA | 1,99% |
| NOVA DISTRIBUIDORA / REI DA FERRAGEM | 1,99% |
| OUTROS/NÃO SOUBE RESPONDER | 35,76% |
| | 100,00% |

| MELHORES PRAZOS | TOTAL |
|---|---|
| FERRAGENS NEGRÃO | 22,52% |
| ORION DISTRIBUIDORA | 7,28% |
| OVD | 7,28% |
| DIFERPAN DISTRIBUIDORA | 5,96% |
| DEPECIL DISTRIBUIDORA | 4,64% |
| MARTINS | 3,97% |
| DISTRIBUIDORA NACIONAL | 3,97% |
| NOVA DISTRIBUIDORA / REI DA FERRAGEM | 1,99% |
| OUTROS/NÃO SOUBE RESPONDER | 42,38% |
| | 100,00% |

| MELHORES PREÇOS | TOTAL |
|---|---|
| FERRAGENS NEGRÃO | 25,17% |
| DIFERPAN DISTRIBUIDORA | 9,27% |
| OVD | 9,27% |
| DEPECIL DISTRIBUIDORA | 6,62% |
| MARTINS | 4,64% |
| ORION DISTRIBUIDORA | 3,97% |
| TAMBASA | 3,97% |
| DISTRIBUIDORA NACIONAL | 3,31% |
| OUTROS/NÃO SOUBE RESPONDER | 33,77% |
| | 100,00% |

| PONTUALIDADE NA ENTREGA | TOTAL |
|---|---|
| FERRAGENS NEGRÃO | 18,54% |
| DIFERPAN DISTRIBUIDORA | 12,58% |
| OVD | 11,92% |
| ORION DISTRIBUIDORA | 8,61% |
| DEPECIL DISTRIBUIDORA | 7,28% |
| DISTRIBUIDORA NACIONAL | 5,30% |
| CONESUL DISTRIBUIDOR ATACADISTA | 1,99% |
| CASA DO SOLDADOR | 1,32% |
| FAROL ILUMINAÇÃO | 1,32% |
| MARTINS | 1,32% |
| NAVAS DISTRIBUIÇÃO | 1,32% |
| NOVA DISTRIBUIDORA / REI DA FERRAGEM | 1,32% |
| TAMBASA | 1,32% |
| OUTROS/NÃO SOUBE RESPONDER | 25,83% |
| | 100,00% |

# NORDESTE

Região de grande importância para os atacadistas de todo o Brasil

| GERAL | TOTAL |
|---|---|
| TAMBASA | 16,06% |
| MARTINS | 14,39% |
| FERRAGENS NEGRÃO | 12,30% |
| DISTAC DISTRIBUIDORA / GRUPO TUPAN | 10,84% |
| ALMEIDA DISTRIBUIDORA | 5,94% |
| MERCANTE | 5,32% |
| DIMACOL - GRUPO VALDIR SARAIVA | 5,01% |
| COMERCIAL MAIA | 3,96% |
| OVD | 2,82% |
| BARTOFIL DISTRIBUIDORA | 2,40% |
| IDB ATACADISTA | 0,52% |
| ESPERANÇA NORDESTE | 0,31% |
| AM COMERCIAL DISTRIBUIDORA | 0,21% |
| OUTROS/NÃO SOUBE RESPONDER | 19,92% |
| | 100,00% |

| ATENDIMENTO | TOTAL |
|---|---|
| MARTINS | 18,98% |
| TAMBASA | 18,98% |
| DISTAC DISTRIBUIDORA / GRUPO TUPAN | 11,68% |
| FERRAGENS NEGRÃO | 8,76% |
| ALMEIDA DISTRIBUIDORA | 6,57% |
| MERCANTE | 5,11% |
| COMERCIAL MAIA | 4,38% |
| DIMACOL - GRUPO VALDIR SARAIVA | 4,38% |
| OUTROS/NÃO SOUBE RESPONDER | 21,17% |
| | 100,00% |

| CREDIBILIDADE E CONFIANÇA | TOTAL |
|---|---|
| MARTINS | 14,60% |
| TAMBASA | 13,87% |
| FERRAGENS NEGRÃO | 12,41% |
| DISTAC DISTRIBUIDORA / GRUPO TUPAN | 10,95% |
| ALMEIDA DISTRIBUIDORA | 6,57% |
| MERCANTE | 5,11% |
| DIMACOL - GRUPO VALDIR SARAIVA | 4,38% |
| BARTOFIL DISTRIBUIDORA | 3,65% |
| COMERCIAL MAIA | 3,65% |
| OUTROS/NÃO SOUBE RESPONDER | 24,82% |
| | 100,00% |

| LINHA MAIS COMPLETA DE PRODUTOS E MARCA | TOTAL |
|---|---|
| TAMBASA | 24,82% |
| FERRAGENS NEGRÃO | 16,79% |
| MARTINS | 15,33% |
| DISTAC DISTRIBUIDORA / GRUPO TUPAN | 9,49% |
| ALMEIDA DISTRIBUIDORA | 5,84% |
| DIMACOL - GRUPO VALDIR SARAIVA | 4,38% |
| COMERCIAL MAIA | 2,92% |
| MERCANTE | 2,19% |
| OVD | 2,19% |
| OUTROS/NÃO SOUBE RESPONDER | 16,06% |
| | 100,00% |

| MELHOR TRABALHO NO PDV | TOTAL |
|---|---|
| TAMBASA | 12,41% |
| DISTAC DISTRIBUIDORA / GRUPO TUPAN | 10,22% |
| FERRAGENS NEGRÃO | 10,22% |
| MARTINS | 9,49% |
| DIMACOL - GRUPO VALDIR SARAIVA | 8,03% |
| ALMEIDA DISTRIBUIDORA | 7,30% |
| MERCANTE | 6,57% |
| COMERCIAL MAIA | 5,11% |
| OUTROS/NÃO SOUBE RESPONDER | 30,66% |
| | 100,00% |

| MELHORES PREÇOS | TOTAL |
|---|---|
| TAMBASA | 18,25% |
| MARTINS | 15,33% |
| DISTAC DISTRIBUIDORA / GRUPO TUPAN | 13,14% |
| FERRAGENS NEGRÃO | 10,95% |
| ALMEIDA DISTRIBUIDORA | 4,38% |
| COMERCIAL MAIA | 4,38% |
| DIMACOL - GRUPO VALDIR SARAIVA | 3,65% |
| MERCANTE | 3,65% |
| OUTROS/NÃO SOUBE RESPONDER | 26,28% |
| | 100,00% |

| MELHORES PRAZOS | TOTAL |
|---|---|
| MARTINS | 15,33% |
| TAMBASA | 13,87% |
| DISTAC DISTRIBUIDORA / GRUPO TUPAN | 11,68% |
| FERRAGENS NEGRÃO | 10,22% |
| ALMEIDA DISTRIBUIDORA | 5,84% |
| BARTOFIL DISTRIBUIDORA | 5,11% |
| MERCANTE | 5,11% |
| DIMACOL - GRUPO VALDIR SARAIVA | 4,38% |
| OUTROS/NÃO SOUBE RESPONDER | 28,47% |
| | 100,00% |

| PONTUALIDADE NA ENTREGA | TOTAL |
|---|---|
| FERRAGENS NEGRÃO | 16,79% |
| MARTINS | 11,68% |
| TAMBASA | 10,22% |
| MERCANTE | 9,49% |
| DISTAC DISTRIBUIDORA / GRUPO TUPAN | 8,76% |
| DIMACOL - GRUPO VALDIR SARAIVA | 5,84% |
| ALMEIDA DISTRIBUIDORA | 5,11% |
| OVD | 5,11% |
| OUTROS/NÃO SOUBE RESPONDER | 27,01% |
| | 100,00% |

13º PRÊMIO EXCELÊNCIA
ATACADISTA DISTRIBUIDOR
Atacadistas Distribuidores,
Parceiros e Homenageados:
ninguém é líder por acaso. Parabéns por terem sido eleitos os melhores na distribuição de ferragens, ferramentas e materiais de construção do Brasil. Quem gera empregos e distribui riquezas, merece o nosso aplauso.
AMBIENTAL
EFLUENTES
BENEFÍCIO
Desde 1875
FERRAMENTAS
São Romão
De Profissional para Profissional.
www.saoromao.com.br

# CENTRO-OESTE

Nova Casa domina a região, que apresenta maior concentração do agronegócio

| GERAL | TOTAL |
|---|---|
| NOVA CASA | 22,73% |
| FERRAGENS NEGRÃO | 11,90% |
| MARTINS | 8,87% |
| TAMBASA | 5,63% |
| MUNDIAL ATACADISTA | 4,55% |
| CONDOR ATACADISTA | 4,33% |
| DISTRIBUIDORA LOPES | 3,25% |
| MÉCARI DISTRIBUIDORA | 2,60% |
| PEDIS ATACADO | 1,08% |
| NOVA DISTRIBUIDORA / REI DA FERRAGEM | 1,08% |
| VISÃO ATACADISTA | 0,65% |
| OUTROS/NÃO SOUBE RESPONDER | 33,33% |
| | 100,00% |

| ATENDIMENTO | TOTAL |
|---|---|
| NOVA CASA | 19,70% |
| FERRAGENS NEGRÃO | 13,64% |
| MARTINS | 13,64% |
| MUNDIAL ATACADISTA | 10,61% |
| CONDOR ATACADISTA | 7,58% |
| TAMBASA | 7,58% |
| OUTROS/NÃO SOUBE RESPONDER | 27,27% |
| | 100,00% |

| CREDIBILIDADE E CONFIANÇA | TOTAL |
|---|---|
| NOVA CASA | 18,18% |
| MARTINS | 10,61% |
| CONDOR ATACADISTA | 9,09% |
| FERRAGENS NEGRÃO | 9,09% |
| MÉCARI DISTRIBUIDORA | 6,06% |
| OUTROS/NÃO SOUBE RESPONDER | 46,97% |
| | 100,00% |

| LINHA MAIS COMPLETA DE PRODUTOS E MARCAS | TOTAL |
|---|---|
| NOVA CASA | 27,27% |
| FERRAGENS NEGRÃO | 16,67% |
| TAMBASA | 16,67% |
| MARTINS | 10,61% |
| MÉCARI DISTRIBUIDORA | 6,06% |
| MUNDIAL ATACADISTA | 6,06% |
| OUTROS/NÃO SOUBE RESPONDER | 16,67% |
| | 100,00% |

| MELHOR TRABALHO NO PDV | TOTAL |
|---|---|
| NOVA CASA | 22,73% |
| FERRAGENS NEGRÃO | 15,15% |
| MARTINS | 12,12% |
| DISTRIBUIDORA LOPES | 4,55% |
| MUNDIAL ATACADISTA | 4,55% |
| PEDIS ATACADO | 4,55% |
| TAMBASA | 4,55% |
| OUTROS/NÃO SOUBE RESPONDER | 31,82% |
| | 100,00% |

| MELHORES PRAZOS | TOTAL |
|---|---|
| NOVA CASA | 18,2% |
| FERRAGENS NEGRÃO | 7,6% |
| MARTINS | 6,1% |
| OUTROS/NÃO SOUBE RESPONDER | 68,2% |
| | 100,0% |

| MELHORES PREÇOS | TOTAL |
|---|---|
| NOVA CASA | 27,27% |
| FERRAGENS NEGRÃO | 12,12% |
| TAMBASA | 7,58% |
| CONDOR ATACADISTA | 6,06% |
| DISTRIBUIDORA LOPES | 6,06% |
| OUTROS/NÃO SOUBE RESPONDER | 40,91% |
| | 100,00% |

| PONTUALIDADE NA ENTREGA | TOTAL |
|---|---|
| NOVA CASA | 25,76% |
| DISTRIBUIDORA LOPES | 9,10% |
| FERRAGENS NEGRÃO | 9,09% |
| MARTINS | 9,09% |
| MUNDIAL ATACADISTA | 7,58% |
| OUTROS/NÃO SOUBE RESPONDER | 39,39% |
| | 100,00% |

DIA DO BALCONISTA

Por Cida Silva / Fotos Fábio Andrade

# “TODO CLIENTE É UM AMIGO”

O balconista Manoel Alexandre da Silva conta sobre seu dia a dia, há 20 anos, na Central Brooklin de Tintas , no Brooklin Novo, Zona Sul de São Paulo

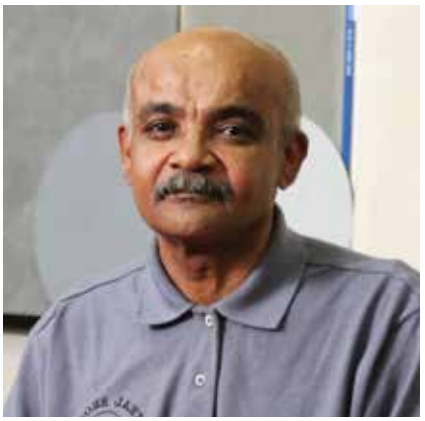
Ele tem 55 anos, é casado com Eliane, há 35, com quem tem dois filhos: Rodrigo, 29 anos, formado em Engenharia Civil; e Carolina, 23, que está cursando Direito. Manoel mora em Taboão da Serra, município de São Paulo, e leva, de carro, mais ou menos, uma hora e 20 minutos, para chegar ao trabalho, na loja Central Brooklin de Tintas, que fica na av. Pe. Antônio José dos Santos, 1.099. Esse profissional começou, aos 14 anos, trabalhando na área de materiais de construção. Por causa da precoce necessidade de trabalhar, Manoel cursou até o ensino fundamental, mas fez, e ainda faz, vários cursos de atualização pertinentes à área de tintas.

Há 20 anos, a rotina dele se inicia às 8 horas da manhã, quando chega, após o estabelecimento ser aberto pelo proprietário, Agnaldo Tien, de quem só recebe eleogios: "O Manoel é uma pessoa extremamente prestativa, que gosta de lidar com o público – tem paciência, e está, sempre, 'antenado' nas cores, ou seja, participa, todas as vezes, de cursos pertinentes ao mercado de tintas; ele é bem humorado. Resumindo: gosta muito do que faz. Em relação à convivência aqui na loja, não permite que os problemas externos interfiram no bom desempenho profissional. E, sempre, 'veste' a camisa desta Central de Tintas", destaca Tien.

Depois de ligar as máquinas que misturam as tintas, e, após, abastecê-las, com os corantes. Em seguida, realiza a conferência do estoque da loja: acessórios para pintura (pincéis e lixas , das marcas Atlas e Tigre), função pela qual é o responsável. Então, é chegada a hora de atender aos primeiros clientes. "Atrás do balcão, tem, sempre, novidades", sorri, o simpático Manoel. "Todo dia há algo pra se aprender!", diz. "Gosto muitíssimo do que faço", declara, satisfeito. "Trabalhar aqui é minha vida." E, complementa: "Não há coisa melhor do que atender ao cliente, e, quando ele retorna, ouvir que tudo aconteceu da melhor maneira, que foi bem atendido, é imensamente gratificante! Sinto-me lisonjeado", revela.

*"Tenho de atender à necessidade de cada um. Primeiro, o custo, o que, realmente, ele precisa, e dedico total atenção. Pensamento primordial: o que caiba no bolso, no orçamento do cliente."*

**MANOEL ALEXANDRE DA SILVA, balconista da Central Brooklin de Tintas**



O relacionamento desse balconista junto aos clientes, é superpositivo: "Conquisto, com a maioria, uma grande amizade. Que, assim, indicam os parentes – avós, pais, amigos."

Segundo Manoel, todo cliente, se transforma em um amigo.

"Tenho de atender à necessidade de cada um. Primeiro, o custo, o que, realmente, ele precisa, e dedico total atenção. Pensamento primordial: o que caiba no bolso, no orçamento do cliente. O cliente vem com a lista de produtos e o orçamento e, após bater o martelo, em relação à compra, jamais vou deixá-lo ir embora sem, antes, saber dos complementos essenciais para a obra, ou a reforma: pás, vassouras, sacos de cimento etc., a fim de que ele não tenha a necessidade de deslocar-se a outro PDV, e, assim, acabar perdendo mais tempo! Eu resolvo toda a compra do meu cliente, sem, obviamente, enganá-lo: atendo-o, e, mesmo não trabalhando com todos os produtos, eu os solicito em outros PVDs, lojas que são parceiras. Após saber de outros materiais necessários, peço-lhe, no máximo, de dois a três dias, para entregar-lhe o restante do que é imprescindível à obra, ou à reforma", informa Manoel.

Esse bom relacionamento rendeu muitas amizades. "Já cheguei a ser convidado, muitas vezes, para ir ver a obra, ou a reforma, pronta, e verificar o resultado final e, quase sempre, aceito o convite. Principalmente, quando o cliente compra determinada tinta manipulada, e eu vou verificar se a finalização ficou perfeita. Quando acontece o contrário, vou até o cliente e observo o que é necessário refazer, para chegar na tonalidade esperada. Isso tudo, com prazer, sem considerá-lo inconveniente. O cliente manda e a minha satisfação é contentá-lo."

"Tenho de estar ali para atender às necessidades desse cliente, e, não, deixá-lo descontente; por isso, meus clientes são fidelíssimos para mim, e, como já revelei, se tornam verdadeiros amigos."

A cada dia trabalhado nesta área, Manoel fica mais apaixonado pelo trabalho que desemepnha. "O melhor cliente é aquele que solicita sugestões. Porque, assim, está em busca do profissional que lhe indique a melhor solução.

"Gosto quando o cliente entra na loja e fala: Eu preciso pintar minha sala, o senhor pode me ajudar?"

"Então, faço as perguntas referentes ao ambiente: disposição, medidas etc. Daí, eu proponho, conforme as informações recebidas, a fazer um teste, para, depois, optar pela cor que

# A Nova Casa continua crescendo e inaugura sua nova filial em Goiânia.

Para reforçar a nossa liderança, **não poupamos investimentos em nossa nova filial em Goiânia.**

Tecnologia logística de ponta, frota própria, estoque especializado, centro de distribuição com 6.563 m² e mix com mais de 10.000 itens.

Esse é o jeito Nova Casa, investir para continuar cada vez mais competitiva, oferecendo sempre o melhor serviço aos nossos clientes.

## MAIS UMA VEZ A NOVA CASA É RECONHECIDA COMO UMA DAS MELHORES DO BRASIL.

O 13º **Prêmio Excelência Atacadista Distribuidor**, da Revista Revenda elege os maiores e melhores atacadistas do país segundo os lojistas.

## CONHEÇA NOSSAS UNIDADES

**MATRIZ BRASÍLIA - DF**
Polo de Desenvolvimento JK - Trecho 05 Conjunto 03 Lotes 01 a 06, 15 e 16.
T +55 (61) 3355-5100

**FILIAL CONTAGEM - MG**
Chácaras Cotia Avenida Geraldo Rocha Nº 548.
T +55 (31) 3555-4900

**FILIAL GOIÂNIA - GO**
Jardim Guanabara, KM 5 Galpão 4 Módulos 1 e 2.

**Televendas: (61) 3025-9548**
www.novacasadistribuidora.com.br

G8 Relações Construtivas no Varejo

nova casa
distribuidora

*"O atendimento é igual para todos os que entram na loja, não importa o poder aquisitivo, nem a aparência de cada pessoa que nos procura. A atenção é a mesma a todos que entram na Central de Tintas. Cumprimento cada cliente, primeiramente, e, após a compra, despeço-me, com seriedade e respeito."*

**MANOEL ALEXANDRE DA SILVA, balconista da Central Brooklin de Tintas**

fica melhor no ambiente", explica.
Os cursos que realiza com os fabricantes são muito importantes, como destaca: "Tenho de estar, sempre, me atualizando, em dia, acompanhando as novidades que o mercado de tintas está oferecendo. É importante reciclar-se, participar de cursos. Desta forma, o cliente se fideliza, com plena confiança no profissional, o que resulta em novas compras, amizade, além do respeito entre ambas as partes."
"Ser balconista é a minha vida; não tem coisa melhor do que satisfazer a cada cliente, a fim de que ele volte, sempre, e agradeça, sempre, porque tudo ficou de acordo com o que você o auxiliou."

## SOBRE O CLIENTE

"É um assunto que varia bastante. Pelos anos de profissão, você vai assimilando a maneira de analisar cada perfil. Procuro tratar a todos de acordo com a percepção de cada comportamento. Agradá-lo, ao máximo, e, assim, reverter , às vezes, a situação, e obter a confiança na minha pessoa."
Ao longo dos 20 anos de profissão, Manoel conquistou muitos amigos/clientes. "Me chamam pelo nome e acabam virando amigo. Sou, realmente, um professional brincalhão, nas devidas proporções, sem esquecer do lado profissional, e do respeito, naturalmente", deixa bem claro.
O lado extrovertido tem ajudado muito Manoel nas vendas. "Tento amenizar, deixar o cliente à vontade para que não fique estressado antes de iniciar a venda. Geralmente, o cliente chega na loja achando que vai ser enganado, é normal. Então, o convido para tomar um café, converso, procure saber das suas necessidades, sento na mesa que temos no meio da loja e, então, vamos falar dos produtos, das características e preço", conta.
Algumas vezes, por estar vivenciando, emocionalmente, os problemas que o cliente está enfrentando, geralmente com os pintores e outros profissionais envolvidos na obra, Manoel se torna um autêntico analista.
"Tento, sem entrar de cabeça, amenizar os problemas com a obra, mudando a conversa para outros caminhos. Por exemplo: prefere ficar um tanto mais à vontade para seguirmos no nosso/seu propósito?"
E, desse modo, ele vai sair realizado, considerando Manoel não apenas um mero vendededor de tintas, mas, sim, um amigo.
"O atendimento é igual para todos os que entram na loja, não importa o poder aquisitivo, nem a aparência de cada pessoa que nos procura. A atenção é a mesma a todos que entram na Central de Tintas. Cumprimento cada cliente, primeiramente, e, após a compra, despeço-me, com seriedade e respeito."

Agnaldo Tiem, proprioietário da Central Brooklin de Tintas, e Manoel da Silva

# DOS PINTORES À COMPRA NAS **LOJAS DE TINTAS**

Sabemos que, em termos absolutos, são os pedreiros que mais influenciam quem está reformando ou construindo, para comprar materiais de construção e escolher as lojas onde serão comprados. Afinal, são os profissionais mais contratados para a realização das reformas residenciais. Porém, proporcionalmente, nada se compara à influência dos pintores.

# Um tour pelos melhores produtos para

# TINTAS, PROTEÇÃO DE MADEIRA E ACESSÓRIOS

Segundo o Painel Comportamental do Consumo de Materiais de Construção 2017, realizado pelo DataMkt Construção – sistema de inteligência de mercado cogerido por Leroy Merlin, Eucatex, Atlas, Votorantim Cimentos e Deca –, em 2017, 73,1% do total dos entrevistados das classes A, B e C que realizaram grandes obras residenciais, no período de setembro de 2016 a agosto de 2017, contrataram pedreiros, e, 40,2%, contratam pintores, o segundo profissional mais contratado para essas obras.

Quando consideramos somente as classes sociais, há uma distribuição homogênea na contratação dos pedreiros: 76,4% na classe A; 72,3% na classe B e 73,3% na classe C. Já, em relação aos pintores, a contratação sobe para 64% na classe A; 54,1% na classe B; caindo para 31,6% na classe C.

Vemos, portanto, que, enquanto os pedreiros mantêm um comportamento uniforme no nível de contratação por classes sociais, em relação aos pintores, quanto maior a classe social, maior o índice de contratação.

Então, quando perguntamos para esses mesmo consumidores, que contrataram pedreiros e pintores, qual foi a influência de ambos para a escolha dos produtos que foram comprados para a obra, 72,7% dos entrevistados que contrataram os pedreiros disseram que eles exerceram algum tipo de influencia para a compra de materiais básicos, enquanto 81,2% dos entrevistados que contrataram os pintores, disseram que eles exerceram algum tipo de influência para a compra de materiais para pintura.

Como vemos, proporcionalmente, os pintores exercem uma maior influência sobre os consumidores para compra de produtos.

Mas, e para a escolha dos tipos de lojas em que foram comprados esses produtos?

Considerando apenas quem contratou pedreiro, 33,1% disseram que eles indicaram Lojas de Bairro (pequenas, médias e multicategorias) para comprar algum tipo de material durante a obra, o canal mais indicado por esses profissionais, enquanto, considerando apenas quem contratou pintores, 38,4% disseram que eles indicaram Lojas de Tintas para comprar algum tipo de material durante a obra, também o canal mais indicado por esses profissionais.

Enfim, também, proporcionalmente, são os profissionais que exercem maior influência para a escolha da loja.

Então, lojistas e fornecedores, tratem muito bem os pintores, pois, além de serem, proporcionalmente, os maiores influenciadores – apenas para usarmos um termo que está na moda –, são, também, muito contratados por consumidores de maior poder aquisitivo, e, consequentemente, com maior potencial de gastos na compra de tintas e acessórios de primeira linha.

E, como o assunto agora é Loja de Tintas, independentemente das indicações dos pintores, qual o perfil dos consumidores desse tipo de loja?

A maioria dos consumidores fez compras nas Lojas de Bairro durante a obra, utilizadas por 60,8% dos entrevistados, seguida pelos Home Centers/Lojas Grandes, utilizados por 46,7%; e, como terceiro canal de compra mais utilizado, as Lojas de Tintas, utilizadas por 40,8%.

É importante frisarmos que os entrevistados eram estimulados a marcar o tipo de canal, independentemente dos valores gastos, número de itens e volume da compra, apenas registrando, assim, o fato de tê-lo usado, sem dimensionar os valores gastos.

Mas, nesse caso, vemos, novamente, uma preferência de consumidores de maior poder aquisitivo pelas Lojas de Tintas, e, também, Home Centers/Lojas Grandes.

Como vimos, 60,8% de todos os entrevistados fizeram compras nas Lojas de Bairro, porém, quando quebramos por classe social, vemos que esse número cai para 45,4%, quando consideramos somente entrevistados da classe A, 53,8%, quando consideramos entrevistados da classe B, subindo para 65,3%, quando consideramos entrevistados da classe C.

Situação oposta às Lojas de Tintas, que, como vimos, foram utilizadas por 40,8% de todos os entrevistados, porém, quando quebramos por classe social, esse número sobe para 65%, quando consideramos somente entrevistados da classe A, fica estável em 53%, quando consideramos somente entrevistados da classe B, e cai para 33,1%, quando consideramos somente entrevistados da classe C.

Vimos, portanto, que é um tipo de canal muito utilizado por consumidores de maior poder aquisitivo, fechando, quem sabe, até mesmo, como uma das consequências das indicações dos pintores, esse ciclo virtuoso.

Considerando que pintura residencial é o tipo de obra mais realizada durante uma reforma residencial, e que as residências, nesse atual período são reformadas, ou, ao menos "levam um tapa" dos consumidores para que tudo esteja bonito e bem pintado para as festas de final de ano, entender o importante papel dos pintores e Lojas de Tintas nesse processo de compra poderá garantir, tanto para os principais fabricantes, como para os lojistas especializados, um ótimo final de ano para o segmento.

Desejamos, antecipadamente, um colorido Natal para todos os consumidores. E com muito dinheiro no bolso dos fabricantes e lojistas de tintas e acessórios.

---

**Newton Guimarães,** Head DataMkt Construção

"PODE ENTRAR
ELE NÃO
MORDE"
NÃO BASTA
PROMETER,
TEM QUE
GARANTIR
TINTA ACRÍLICA
ANJO
EMBORRACHADA
PAREDES
TELHADOS
EXTERIOR
A ÚNICA COM
GARANTIA*
VITALÍCIA
*Consulte as regras
no site anjo.com.br

Um tour pelos melhores produtos para
TINTAS, PROTEÇÃO DE MADEIRA E ACESSÓRIOS

# A COR É AZUL. DE BONS LUCROS!

O mercado nacional de tintas vai bem, obrigado. Segundo dados da Abrafati – Associação Brasileira dos Fabricantes de Tintas –, o crescimento do volume de tintas fabricadas no ano passado foi 1,9% em relação a 2016, indicativo de aquecimento do mercado

## DACAR

A Tintas Dacar aposta na inovação para seguir ganhando mercado e acaba de lançar novos produtos para a sua linha de pintura. A Acrílico Mega Rendimento e a Acrílico Premium Emborrachado, além de ampliar a sua linha no sistema tintométrico Servcor/Dacar com os Acrílicos Standard e Profissional para pigmentação em tons claros. "Esta é uma opção importante para aquele consumidor que não pode ter acesso a produtos de maior valor agregado, porém terá a condição de optar por um leque maior de cores", explica Paulo Roberto Moreira, que recém-assumiu como diretor Geral da Dacar. O Acrílico Mega Rendimento Dacar, linha Standard, conta com 12 cores prontas e muitas mais pelos sistema Servcor/Dacar. É indicada para uso em paredes de alvenaria externas e internas. O seu principal atributo é a viscosidade, que permite diluição de 80% em água potável, possibilitando excelente cobertura e um rendimento superior – para galão de 3,6 litros até 100 m2, em lata de 18 litros até 500 m² de área por demão. Já o Acrílico Premium Emborrachado é ideal para pintura de paredes externas e internas, possui uma película impermeável, flexível, para cobrir trintas e fissuras. É um produto antimofo e está disponível nas embalagens de 3,6 e 18 litros. Pode ser aplicado com pincel, rolo de lã ou pelo sistema airless (pistola). Embora perceba uma retração no mercado, o diretor Geral da Dacar ressalta o compromisso da empresa com o revendedor. "Apoiar o lojista para que seus produtos possam ser ofertados de forma adequada, com os atributos e diferenciais bem explicitados, com ferramentas claras de comunicação e apoio é a nossa atividade cotidiana", conta. A Dacar mantém uma agenda de treinamento, desenvolve materiais de ponto de venda atrativos, educativos, de fácil uso para tornar a orientação do vendedor ao consumidor final uma experiência simples e agradável. A empresa tem o cuidado de desenvolver um material específico para cada ponto de venda, para que cada necessidade do consumidor seja atendida. "É importante estar presente no mercado por todos os caminhos possíveis e disponíveis para o consumidor final", destaca. Sabendo que o pintor é fundamental para a boa escolha dos materiais, a Dacar tem o cuidado de estar próxima desse profissional. "A presença de um profissional que, realmente, conheça todas essas variáveis transfere segurança ao consumidor no investimento da pintura", completa.

## EUCATEX

A Eucatex investe em tecnologia de ponta para entregar ao seu consumidor o que há de mais avançado na sua área de atuação. Este foi o norte que permeou os lançamentos 2018, que contam com fórmulas ainda mais completas e inovadoras. Os produtos Máxima Proteção, Protege e Eucalux Seca Rápido são os destaques do portfólio. O Máxima Proteção é uma tinta elastométrica de alta performance com película 100% elástica, que impermeabiliza protegendo as paredes de infiltrações. Pode ser aplicada em telhados de fibrocimento, galvanizados e cerâmicos proporcionando redução térmica e isolamento acústico. A Tinta Acrílica Premium Protege de alta performance possui maior cobertura e durabilidade para pinturas de áreas externas e internas, com fórmula lavável e sem cheiro em três horas da aplicação do produto. É indicada para pinturas de reboco, massa acrílica e corrida, texturas, concreto, fibrocimento e repinturas. Está disponível nos acabamentos fosco e semibrilho. O Eucalux Seca Rápido é um esmalte Sintético de alto desempenho e durabilidade, com secagem rápida em 30 minutos ao toque, rendimento de até 75m² por demão e

35 anos

# UMA COISA É CERTA: A BRASILUX VAI ENCHER SUA LOJA DE CORES, QUALIDADE E NOVIDADES.

Uma coisa é certa:

Brasilux TINTAS

LINHA IMOBILIÁRIA
LINHA INDUSTRIAL
LINHA AUTOMOTIVA
LINHA MOVELEIRA

(16) 3383-7000
comercial@brasilux.com.br

*Conheça nossos produtos:* ***brasilux.com.br***

# RENDE PLUS

## A ACRÍLICA PREMIUM QUE RENDE MUITO MAIS

## PINTA ATÉ 500 M²*

LUKSCOLOR TINTAS

ASSISTA OS VÍDEOS

www.lukscolor.com.br

* Lata 18L por demão

ultra resistente. Sua fórmula com silicone cria uma película protetora prolongada para conservar o brilho e facilitar a limpeza. É indicado para aplicação em superfícies de madeira, metais ferrosos, alumínio, galvanizado e alvenaria. Para Argemiro Sanches, gerente de Trade Marketing das Tintas Eucatex, o mercado tende a se aquecer no segundo semestre. "Historicamente é o período em que as famílias preparam sua casa para os eventos de final de ano e para receber familiares", explica. A empresa se prepara para atender a essa demanda com treinamentos para o profissional de pintura (pintor e balconistas) em conjunto com revendedores. "Oferecemos técnicas voltadas à preparação de superfície, resolução de problemas, aplicação e tipos de acabamentos.", diz. Sanches destaca que o cliente especializado tem um foco diferente com relação ao mercado de tintas, já que estes estão mais focados no treinamento e no trabalho junto aos pintores, em atendimento diferenciado. "As lojas de materiais de construção, por exemplo, vêm crescendo consideravelmente no mercado de tintas e a Eucatex apoia oferecendo o mesmo suporte e treinamentos, contribuindo para este crescimento", conclui.

### FUTURA TINTAS

Para seguir crescendo no seu mercado, a Futura Tintas aposta na consolidação do seu quadro de produtos. O Fundo para Galvanizados chega para enriquecer a família de componentes. O produto é ideal para promover aderência sobre superfícies de ferro galvanizado, alumínios, chapas zincadas, rufos, canaletas e calhas. A Textura Acrílica Arenato Futura Premium é o destaque da linha decorativa da marca. O produto contém combinação de partículas médias de cargas minerais proporcionando um belo efeito estético e um acabamento mais nobre à superfície. A criatividade é o limite para o seu uso, mas o produto ainda garante proteção e durabilidade, e possui componente hidrorrepelente, que dificulta a penetração de agua na película e protege a superfície onde o produto é aplicado. Patrícia Haither, analista de Marketing da Futura Tintas, aponta o índice positivo da Associção dos Comerciantes como um sinal de que o mercado está crescendo. "Agosto apresentou melhora de 8 pontos percentuais em relação ao mesmo período do ano passado", comenta. O clima de aquecimento motivou a empresa a colocar no ar a Promoção Queixo Caído, para potencializar lojistas e contribuir para um aumento superior ao esperado nas vendas. O trabalho da empresa no ponto de venda consiste em um treinamento chamado Futurando, com uma modalidade específicas para Vendedores e outra para Pintores Profissionais. "Nossos técnicos Fernando Lima, Leandro Costa e Plínio Araújo viajam o Brasil levando treinamento dinâmico sobre produtos e mercado. Esse treinamento está disponível para todas nossas lojas revendedoras, que podem fazer a solicitação para os nossos negociadores (representantes)", explica Patrícia. A Universidade Futura do Pintor, iniciativa da Futura Tintas para potencializar os pintores profissionais, tem o módulo Academia do Pintor Itinerante. Dois educadores viajam o Brasil e passam 15 dias seguidos em uma cidade levando treinamento de alto impacto para pintores. "Essa ação é realizada em parceria com nossos lojistas e envolvem os clientes, a equipe de vendas e a comunidade local. Após a formatura desses alunos, a Central de Apoio, que é uma célula de relacionamento da Futura Tintas com os pinto-

## O SETOR DE TINTAS NO BRASIL

**• O Brasil é um dos cinco maiores mercados mundiais para tintas.**
**• Fabricam-se no país tintas destinadas a todas as aplicações, com tecnologia de ponta e grau de competência técnica comparável à dos mais avançados centros mundiais de produção.**
**• Há centenas de fabricantes, de grande, médio e pequeno porte, espalhados por todo o país. Os dez maiores fabricantes respondem por 75% do total das vendas.**
**• Os grandes fornecedores mundiais de matérias-primas e insumos para tintas estão presentes no país, de modo direto ou através de seus representantes, juntamente com empresas nacionais, muitas das quais detentoras de alta tecnologia.**
**• Volume produzido 2017: 1,535 bilhão de litros**
**• Volume produzido 2016: 1,506 bilhão de litros**
**• Crescimento 2017/2016 (em volume): 1,9%**
**• Faturamento líquido 2016:**
**US$ 3,392 bilhões**
**R$ 11.835 bilhões**
**• Exportações 2017: US$ 137 milhões (excluindo tintas gráficas)**
**• Importações 2017: US$ 139 milhões (excluindo tintas gráficas)**

**SEGMENTOS EM QUE O SETOR SE DIVIDE:**
**• Tinta imobiliária: representa cerca de 83,3% do volume total**
**• Tinta automotiva (montadoras): 2,3% do volume**
**• Tinta para repintura automotiva: 4% do volume**
**• Tinta para indústria em geral (móveis, eletrodomésticos, autopeças, aeronáutica, naval, manutenção, etc.): 10,3% do volume**

FONTE ABRAFATI

res formados, continua a dar suporte de negócios aos pintores", complementa. Para incentivar o trabalho do grande especialista em pintura, a empresa levantou a bandeira "Contrate um Pintor Profissional", desestimulando o "Faça Você Mesmo". "Acreditamos que pintura é coisa para especialista, por isso, investimos em conteúdo especial para valorizar o trabalho dos pintores e deixá-los sempre próximos à marca Futura Tintas", completa.

## IQUINE

A Iquine se esforça para atender a demanda do cliente em sua plenitude, por isso investe em produtos com um amplo espectro de uso. É o caso do Esmalte Dialine Topa Tudo e do Dialine Fundo Multiuso, que podem ser aplicados em diversos tipos de superfície, como alvenaria, metais ferrosos, alumínio, galvanizados, madeira e plástico. "Já o Fosco Durável é o produto porta de entrada da Iquine na linha dos produtos premium e pode ser aplicado sobre alvenaria externa e interna, tem a melhor cobertura em comparação com os produtos concorrentes e uma excepcional resistência ao intemperismo", explica Alan Souza, diretor de Marketing e Vendas da marca. Dialine Topa Tudo: disponível nos acabamentos Fosco, Acetinado e Alto Brilho. É um esmalte à base de água de baixo odor e com ampla indicação, podendo ser aplicado em áreas externas e internas, sem a necessidade de aplicação de fundo. Possui o maior rendimento da categoria, com até 76 m² por galão/demão. Dialine Fundo Multiuso: fundo base água anticorrosivo destinado à preparação de superfícies de madeira e metal. Ele forma uma película com alto poder de dureza, que protege as superfícies e melhora o desempenho do produto de acabamento. É indicado para superfícies de madeiras, metais, alumínios, galvanizados, PVC e alvenaria em ambientes externos e internos. Produzido em embalagens de 900ml e 3,6 litros, rende até 60 m²/galão e disponível nas cores Branco e Cinza. **Fosco Durável:** possui excepcional durabilidade em ambientes externos e internos. É um produto com alta cobertura, rendimento e acabamento fosco, que disfarça pequenas imperfeiçoes da superfície. Rende até 76 m²/galão e até 380 m²² /latão. **Uma Demão:** tem fórmula à base de emulsão acrílica copolímera e aditivos minerais especiais para alcançar o resultado final com uma única demão, inclusive, sobre o preto. Além disso, proporciona bom rendimento e resistência com um acabamento fosco-aveludado e é indicada para superfícies de alvenaria em ambientes internos. O rendimento do galão de 3,6 litros é de até 50 m², e do latão de 18 litros, pode chegar até 250 m². **SuperPremium:** possui exclusiva película antissujeira, com propriedade autolimpante, que não permite aderência de poeira e fuligem, além de possuir pigmentos de alta resistência à luz, deixando as cores vivas por muito mais tempo. A tinta é lavável e com ação antibactérias, mofo e fungos. Apresenta fino acabamento fosco-aveludado, que disfarça pequenas imperfeições da superfície, além de alto rendimento. **Proteção Antibactéria:** é uma tinta acrílica com excepcional poder de cobertura e resistência. É lavável e possui acabamento semibrilhante, que realça a beleza do ambiente; de formulação exclusiva – com ação antibactérias, mofos e fungos – é indicada para superfície de alvenaria, bloco de concreto ou cimento amianto em áreas externas e internas. Segundo Souza, o Dialine Topa Tudo e o Fosco Durável também podem ser produzidos com o Sistema Tintométrico Icores, para que o cliente possa tingi-los nas mais de 5.000 cores disponíveis. A Tintas Iquine acompanha de perto as tendências de mercado e os produtos são desenvolvidos a partir dessa demanda. "Os profissionais de pintura são um forte indicador, pois são os pintores que nos pedem produtos com características específicas para o seu dia-a-dia de aplicação. Os lojistas também nos auxiliam nessa pesquisa de mercado", explica o diretor. A empresa aposta as suas fichas ainda para 2018 e acredita que o último trimestre será de crescimento. "Além da temporada de verão, temos o fim do ano, onde as pessoas, geralmente, costumam pintar e renovar para a virada do ano", lembra. Para estar pronta para atender essa demanda, a Iquine investe pesado nos cronogramas de treinamento e palestras para melhorar a exposição dos produtos junto aos clientes.

## LUKSCOLOR

A Lukscolor está sempre atenta para atender aos públicos mais exigentes, que vão dos arquitetos até o cliente final. Para isso, a empresa investe os seus esforços em uma linha Premium Plus, em que a qualidade é a palavra-chave da empresa. "Estamos sempre atentos ao que existe de melhor e mais moderno em tecnologia e trabalhamos para disponibilizar a nossa revenda, para que ela possa atender aos Profissionais e Consumidores cada vez mais exigentes. Temos um plano em curso e novidades virão por aí", adianta Carlos Thurler, Marketing Manager da Lukscolor. O Rende Plus foi o destaque de 2018, mas a empresa segue ressaltando o Luksclean – que apresenta mais do que o dobro de lavabilidade que os produtos concorrentes no mercado. O Fundo Universal para Madeiras e Metais Base Água e o Selador Poupa Tempo são outros dois produtos da linha que chamam atenção, já que permite ao profissional aplicar produtos de acabamento fosco, em paredes novas, sem ter que esperar os 28 dias de cura do reboco. Segundo Thurler, o mercado apresenta sempre uma sazonalidade no segundo semestre e esse ano não será diferente, apesar das dificuldades econômicas. "Mas acreditamos que os profissionais – cada vez mais buscando conhecimento e especialização e os consumidores, por sua vez mais exigentes, trarão um incentivo ao crescimento, principalmente dos produtos

Premium", destaca. Cocm o objetivo de estreitar relações com o profissional da pintura, a Lukscolor recém inaugurou o Espaço Pro, uma área especialmente construída para treinamentos. "Já trouxemos milhares de profissionais – pintores, arquitetos, engenheiros, designers – e, também, vários grupos de balconistas. Nosso maior objetivo é mostrar e comprovar que, utilizando uma tinta de qualidade Premium, o resultado é maior qualidade, maior durabilidade e, principalmente para o profissional, um serviço de maior produtividade", conclui.

## LUZTOL

A família imobiliária da Luztol não para de crescer e a empresa investe em inovação. O catálogo ganhou o reforço de quatro produtos de peso: Tinta Acrílica Standard Super Rendimento, Tinta Acrílica Gesso, Esmalte Sintético Premium Extra Rápido e Resina Acrílica Cryl AD. A Tinta Acrílica Standard Super Rendimento possibilita a pintura de até 500 m² por demão com uma excelente cobertura em áreas externas e internas. Sua formulação que propicia esse excepcional rendimento, faz deste produto a escolha certa para quem busca o melhor custo-benefício. Prova disso é que um balde de 18 litros rende até 2 baldes de 16 litros após a diluição. Já a Tinta Acrílica Econômica Gesso possui uma formulação especial que lhe proporciona uma excelente aderência e cobertura em superfícies porosas e de alta absorção, principalmente, as compostas por gipsita, como gessos e drywall. Proporciona retoques perfeitos e não precisa de fundo, além de possuir uma alvura notável. Reduz o tempo de serviço, já que não exige inúmeras demãos. Para proteger e embelezar metais, madeira e alvenaria com brilho, requinte e um fino acabamento, o nosso Esmalte Sintético Premium Extra Rápido é a solução ideal. Como o próprio nome sugere, a secagem é de uma impressionante rapidez, secando ao toque em apenas 45 minutos. Essa rápida secagem vem acompanhada de uma ótima cobertura e um acabamento brilhante primoroso. A Resina Acrílica Cryl AD (de Alto Desempenho) é um produto à base de solvente indicado para pisos cimentados, cerâmica não vitrificada, pedras e tijolos. Formulado para resistir ao atrito e às intempéries, é uma excelente solução para dar brilho e proteção a superfícies expostas ao tráfego de pessoas e veículos, como estacionamentos e garagens. A resistência é potencializada pelo Bio-pruf™, aditivo da Dow que elimina até 99,9% das bactérias e evita o aparecimento e proliferação de fungos e algas. Para Vicente Junior de Almeida Ferreira, Criação e Marketing da Luztol, o mercado tem demonstrado sinais de aquecimento e a expectativa é de um aumento de 1,9% nas vendas. "As tintas imobiliárias, que representam 80% do total vendido, devem ser bem representativas nesse aumento graças sa famílias que se sentem economicamente mais à vontade para realizar uma reforma e a repintura de seus imóveis. O ramo da construção não poderá influenciar muito nesses números, pois os empreendimentos iniciados agora só chegarão ao estágio de pintura por volta de 2019 ou 2020", pondera. Como a intenção é estabelecer uma rede de confiança com lojistas e profissionais, a empresa aposta no suporte do ponto de venda para fomentar esse crescimento. "Para além do PDV, corroboramos para o desempenho máximo dos vendedores por meio de eventos in loco, treinamentos, workshop, visitas à fábrica e, ainda, ferramental de apoio, como catálogos e guias técnicos", explica. A empresa acredita que trabalhar a sua imagem junto ao profissional será garantia de sucesso na ponta final. "Para um relacionamento mais estreito entre a marca e o profissional pintor, é necessário que se façam críveis todos os valores que fazem de um produto o diferencial de um seguimento. Desempenho, diferenciais e custo-benefício de nossos produtos são aferíveis pelos pintores por meio de eventos, workshops, treinamentos e discussões sobre especificações técnicas, boas práticas e o nosso compromisso com a Qualidade Superior", conclui.

## SHERWIN-WILLIAMS

A Sherwin-Williams apostou no crescimento das opções do sistema tintométrico para o produto Acrílico Super Premium, o AquaCryl. "O nosso produto excede aos parâmetros da ABRAFATI na categoria Premium, pois o programa PSQ exige resistência de até 100 ciclos de lavabilidade, e o Aquacryl Super Premium apresenta resistência de até 150 ciclos, considerado 50% mais lavável e mais fácil de limpar, unindo atributos exclusivos de Super Lavabilidade e Excelente Cobertura, além de estar disponível nos acabamentos Fosco e Semibrilho", destaca Vitor Cybis, gerente de Marketing e Trade Marketing da Sherwin-Williams. O executivo lembra a importância do varejo para que a empresa continue crescendo. "A Sherwin-Williams está, cada vez mais, preparada para essa aproximação com esse consumidor, investindo em comunicações assertivas nas redes sociais, desenvolvendo aplicativos como o ColorSnap para inspirá-lo a renovar o seu lar com a pintura, pois é uma alternativa inteligente de decorar e muito mais fácil do que reformar", comenta. O calendário de treinamentos da empresa está em franco crescimento, com oficinas em todo o país. "A nossa intenção é capacitar e estreitar o relacionamento com nossos principais influenciadores, como é o caso do pintor. A maneira que a Tintas Sherwin-Williams encontrou de estreitar essa parceria foi ouvir esses profissionais, primeiramente, para, posteriormente, lhes prover a melhor tecnologia em tintas. Isso tudo para que ele obtenha cada vez mais um melhor desempenho em sua nobre profissão", finaliza.

## STARLUX

A Starlux não mede esforços para atender às diferentes demandas do mercado e, para isso, apostou em alguns lançamentos para o segundo semestre. A Tinta Piso Starlux, acrílico Premium, é o principal destaque. O produto é indicado para quadras poliesportivas, pisos comerciais, demarcação de garagem, pátio de recreação em ambientes externos e internos, disponível em 6 cores. "Por ter base de resina acrílica, a tinta apresenta alto poder de adesão e resistência ao intemperismo, confere muito mais resistência, boa cobertura e fácil aplicação", explica Sérgio Queiroz, diretor da Starlux. Na expectativa de crescimento para os próximos meses, a empresa investe em treinamentos para profissionais da pintura, os disseminadores da marca. "Também, focamos em palestras realizadas nas revendas direcionadas aos balconistas especializados, além dos revendedores de material de construção em geral", destaca o porta-voz.

## TINTAS MAZA

Em 2018, a Tintas Maza inovou em todos os setores, mas, o grande destaque ficou por conta da Linha Automotiva, com o lançamento dos produtos com Tecnologia do Infinity UV Line. "O que se difere da linha tradicional para a linha UV é em secagem, com a linha UV o profissional consegue entregar o trabalho com mais agilidade", esclarece Anderson Mazini Maziero, Diretor da empresa. O portfólio é composto pelos produtos: Adesivo Plástico, com aplicação com auxílio de espátula de Celuloide, secagem para lixamento em 40 minutos; Adesivo de Enchimento UV e Enchimento UV, com o mesmo tipo de aplicação, ambos com secagem e lixamento em 5 segundos.

Na linha de Adesivos estão disponíveis o Poliéster e o de Acabamento UV, o primeiro com secagem para lixamento de 40 minutos, enquanto o segundo pode ser lixado após 5 segundos. Já o Primer PU tem aplicação com pistola de bico 1.8 a 2.0, secagem para lixamento em 4 horas, enquanto o Primer UV apresenta secagem para lixamento em 5 segundos. A Tintas Maza não deixa o norte da competitividade escapar e segue investindo em inovações e tecnologias que para levar ao consumidor as melhores soluções. Para isso, investe em treinamentos para os lojistas. "A Maza valoriza a revenda porque entende que a revenda é uma extensão da fábrica. A revenda é o canal de escoamento da produção, ela que faz o contato com consumidores e profissionais da área, portanto é de fundamental importância que estejam bem treinadas, que tenham a consciência de uma venda responsável: indicar os produtos e processos de aplicação corretamente; para isso se realizam, periodicamente, cursos e palestras em todo os país, com nossos técnicos e, muitas vezes, o treinamento é feito na própria fábrica onde é possível o profissional conhecer a estrutura e o portfólio", complementa. Embora esteja disponível em outros revendedores, as lojas de tintas são o principal foco da empresa, que preza pelo relacionamento harmonioso para que as duas partes possam ganhar. "O pintor é uma peça essencial na divulgação da marca. Procuramos, sempre, deixá-lo informado, através das redes sociais e site, de todas as ações da empresa; trazemos os profissionais a empresa para que conheçam toda a estrutura atrás da marca, realizamos palestras e treinamentos periódicos, juntamente com a equipe técnica de forma que o profissional adquira confiança e credibilidade na marca", completa.

## RENNER

A Renner quer transformar a vida dos consumidores que desejam investir em uma decoração especial. Para isso, a empresa desenvolveu a linha Rekolor Gold, pensando nos hábitos de consumo de uma linha Super Premium. "Nessa categoria de produto, mais de 70% do consumo é em cores do sistema tintométrico e gostaríamos de melhorar a experiência de quem está pintando com cores", ressalta Michele Schaeffer, gerente de Produtos da Renner.

A principal melhoria da linha é proporcionar uma cobertura acima da média do mercado, reduzindo o número de demãos necessárias. "Para isso, nossa formulação conta com teor de pigmento de cobertura bem superior em relação ao mercado. Além disso, a experiência de pintura foi desenvolvida para entregar viscosidade, espalhamento e acabamento ideal para uma tinta Super Premium", esclarece.

Segundo Michele, a empresa percebeu um certo aquecimento no primeiro semestre. "A expectativa é termos um segundo semestre mais intenso, com as pequenas e as grandes reformas, repintura e renovações que tentem a acontecer mais nesta época do ano. Fica a expectativa de redução dos níveis de chuva. Tempo ensolarado e sem umidade é ideal para a pintura", recomenda.

A Renner concentra os seus esforços no Centro de Capacitação, na qual uma equipe de técnicos e especialistas dedicam-se a treinar e a capacitar os mais diversos públicos,

especialmente pintores, vendedores e balconistas. “Essas ações nos permite, não apenas estarmos mais próximos dos nossos consumidores, como ajudá-los a obter a melhor experiência com nossos produtos. Como consequência suas experiências com seus clientes ficam ainda mais positivas”, aponta a executiva. No momento da escolha, o pintor é o principal tomador de decisão na compra dos produtos especializados. Por esta razão, a fábrica está sempre de portas abertas para receber esse profissional. “Conseguimos trazê-los até a fábrica sempre que possível, e também nos mobilizamos todos os dias para chegarmos até eles, em diversos estados e regiões do país. Além disso, lançamos, este ano, o aplicativo Tintas Renner Capacitação. Uma plataforma responsiva para treinamento que os pintores podem acessar, realizar treinamentos e obter um certificado de conclusão ao final do processo. Nosso corpo técnico e de treinamento também é ativo nos grandes grupos de WhatsApp e grupos do Facebook, como o Movimento Brasil por Um Pintor Melhor (MBPM) e Pintor GADEPP”, finaliza.

## AKZONOBEL

A AkzoNobel está sempre investindo em tecnologias e soluções para entender e antecipar as necessidades e expectativas do consumidor, oferecendo produtos de qualidade e ferramentas que ajudem as pessoas a ter uma melhor experiência com o processo de pintura. “Nesse contexto, a empresa realizou, neste ano, os lançamentos do Teste Fácil e da Linha Renova, ambos para pintura de paredes, e Coralit Ultra Resistência Balance, para pintura de peças em madeira e metal”, explica Tamara Goes, gerente de Produto da AkzoNobel Tintas Decorativas. A Tintas Coral desenvolveu o Teste Fácil, um aplicador com 30ml de tinta, que já vem com um rolinho embutido. O produto possibilita aos usuários testarem as cores das tintas nas paredes antes de efetuarem a compra total do produto, além de tornar mais fácil a escolha da cor e a assertividade no resultado final. O dispositivo, que chegou ao Brasil em 240 cores, disponíveis no leque da marca, veio para inspirar o consumidor a repaginar ambientes e mudar a sua decoração, sem medo de errar na escolha da cor ideal. De simples aplicação, o produto vem pronto para uso e dispensa bandeja, rolo e pincéis, e não faz sujeira. Basta agitar, retirar o lacre e aplicar o rolinho diretamente na parede. A embalagem pode pintar uma área de até 30cm x 30cm, considerando-se até três demãos. O preço sugerido ao mercado é de R$ 9,90. Além de prático, o Teste Fácil é econômico e sustentável, visto que o consumidor compra a quantidade ideal de tinta para realizar o teste de cor, evitando desperdícios. Já o Renova, o creme de pintura da Coral, foi lançado para atender às necessidades essenciais dos consumidores e pintores em encontrarem no mercado produtos que ofereçam proteção contra os desgastes do dia a dia, com acabamento uniforme e de fácil aplicação. Classificado como premium, a nova base de tinta se espalha, facilmente, pelas paredes, por causa da sua consistência cremosa, proporcionando um acabamento perfeito. O produto já vem pronto para uso, porém se o aplicador preferir, pode diluí-lo com água em até 10%. Além disso, conta com baixíssimo respingamento e pode ser aplicado sobre o mofo, sem necessidade de limpeza prévia da superfície. Indicado para pinturas de interior e exterior, o Coral Renova está disponível em embalagens de 16L, 3,2L e 0,8L, em cinco cores prontas e em mais 240 no sistema tintométrico, a mesma oferta de cores do Teste Fácil. Além disso, o seu rótulo informa a quantidade de paredes (e as respectivas metragens) que cada lata permite pintar, facilitando o cálculo de quantidade pelo consumidor e pintor. E, para pintura de metais e madeiras, a Coralit lançou a Ultra Resistência Balance. O produto possui rápida secagem, não tem cheiro, mantém o branco puro por mais tempo e não necessita de aguarrás. Além de apresentra ultrarresistência contra o descascamento, secagem rápida de 30 minutos ao toque, e durabilidade de até 10 anos, é antiferrugem e garante ótima aderência sobre a superfície pintada.

## SUVINIL

Tradicional empresa do mercado de tintas imobiliárias, a Suvinil usou 2018 para revisitar todo o seu portfólio e estrear um novo posicionamento de marca, dividindo seus produtos em quatro linhas principais: Rende e Renova, Cuida e Protege, Tons e Toques e Cor e Estilo. “Com essa revisão de proposta de valor foi possível dar mais clareza no ponto de venda para facilitar o dia a dia dos profissionais e o entendimento dos produtos, para que os consumidores possam escolher o que melhor se adapta à sua necessidade”, esclarece Henrique Ramos, gerente sênior de Produto Suvinil. Alguns produtos merecem destaque: Suvinil Lousa e Cor: um esmalte que transforma uma parede em um mural de ideias, estimulando a criatividade das crianças pintando uma parede do quarto ou da brinquedoteca, ou deixando aquela receita de família ou lista do mercado na cozinha e, para quem é adepto do home office, a dica é apostar em um pedaço da parede para colocar a lista de tarefas do dia. Esse produto é fácil de pintar, tem baixo odor, por ser base água, e, ainda,

Condor

*Todo cuidado para você e sua casa*

**18 DE OUTUBRO, DIA DO PINTOR.**
**30 DE OUTUBRO, DIA DO BALCONISTA.**

Contem com a Condor para continuar
sempre entregando inovação e qualidade.

condor.ind.br

Mundo Condor nas redes sociais

está disponível em mais de 300 cores, como roxo, vermelho, laranja, azul, entre outras cores. Suvinil Sempre Branco: um esmalte branco base solvente de tecnologia exclusiva BASF, que não amarela com o passar do tempo, garantindo o branco das superfícies de madeiras ou metais. Este produto foi pensado de acordo com a demanda dos profissionais em ter um produto que realmente resolva a questão do amarelamento nessas superfícies. O produto está disponível nos acabamentos brilhante, fosco e acetinado e ajuda a dar cara nova às madeiras ou metais, com facilidade de aplicação, além da secagem rápida: apenas 20 minutos. Suvinil Contra Ferrugem: para evitar a dor de cabeça que a corrosão de portões ou superfícies de metais pode causar, o contra-ferrugem pode ser pintado de forma simples e fácil. Não precisa de fundo anticorrosivo, basta aplicar diretamente na ferrugem, depois do lixamento da superfície. Também é fácil de limpar, pois tem silicone na fórmula e, além do branco, está disponível em outras seis cores no acabamento brilhante, para você escolher de acordo com sua personalidade. Relançamento do Suviflex: é um impermeabilizante flexível e elástico que protege sua parede. Ele é indicado para selar e impermeabilizar paredes, muros e fachadas e, agora, o Suviflex apresenta nova fórmula e muito mais cobertura. Esse impermeabilizante previne fissuras e infiltrações de batidas de chuva, além de aumentar o rendimento e a durabilidade da tinta. A Suvinil oferece uma ampla gama de treinamentos e capacitações com o objetivo de atingir todos os profissionais e parceiros da marca. Cada treinamento tem um perfil para entregar a necessidade de cada público, seja profissional, revenda, distribuidor ou outro parceiro da marca. “Os profissionais são fundamentais para a Suvinil, estão presente em todos os momentos: desde a pesquisa para entender a demanda para o lançamento ou a adequação de um produto, passando pela participação no processo de desenvolvimento e testes de tintas e compra ou indicação do produto. Além disso, temos programas de relacionamento com todos os nossos públicos, como o Clube Amigo para os pintores, o programa Elo para revendas, entre muitos outros que possibilitam um relacionamento cada vez mais próximo e sólido”, finaliza.

## ANJO TINTAS

A Anjo Tintas está oferecendo garantia vitalícia limitada da Tinta Emborrachada da marca. Ou seja, se acontecer um eventual problema com o produto, desde que preenchidos os requisitos técnicos, a Anjo garante a substituição da tinta ou o reembolso do valor da nota fiscal. A Tinta Emborrachada Anjo é um produto diferenciado que, além de embelezar e proteger superfícies, reduz o calor, é isolante acústico e evita fissuras.

A ideia partiu do diretor Presidente, Filipe R. Colombo, depois de analisar estudos e números sobre a tinta emborrachada. “Sou fã deste produto, acho fantástica sua versatilidade e a durabilidade e é uma tinta inteligente”, comenta. Escolher a Tinta Emborrachada, na hora de pintar uma residência, é sinônimo de qualidade e tranquilidade, por ser um produto com características que se destacam. Pode ser usada em paredes externas e telhados e, no segundo caso, garante a redução de até 3°C na temperatura e reduz ruídos em até 5 decibéis. E a formação de uma película elástica ao ser aplicada tem a capacidade de acompanhar a dilatação que acontece naturalmente nas paredes, evitando as microfissuras.

Outros lançamentos da Anjo, este ano, foram a Tinta Acrílica Standard Anjo UP, Tinta Esmalte, Epóxi PDA Clássico e Selador Epóxi.

Segundo Filipe Colombo, apesar de a greve dos caminhoneiros ter afetado o mercado como um todo, a Anjo Tintas percebe que o mercado está aquecendo devagar e está otimista com o futuro do Brasil.

Quanto ao relacionamento com os revendedores, ele explica que o SAC da empresa está disponível para consultas, realiza vários treinamentos teóricos e práticos na própria sede da empresa durante o ano; tem uma equipe de promotoria técnica que visita obras; promove encontros nas lojas, para apresentar os produtos da marca Anjo para balconistas e pintores profissionais que são clientes das lojas, organiza café da manhã em lojas e para clientes mostrando detalhes sobre os produtos Anjo, realiza campanhas de vendas com distribuição de brindes, organiza encontros com arquitetos e decoradores para apresentar e reforçar a qualidade dos produtos, entre vários outros. A Anjo Tintas atende todos os tipos de lojas, desde materiais de construção e ferragens, até home centers, mas ,o grande número de clientes são lojas especializadas em tintas.

O presidente destaca a importância do pintor. “Sabemos que o profissional de pintura é decisivo para indicar os produtos a seus clientes. Com base nisso, a Anjo realizada ações durante todo o ano, focadas nesses profissionais que são cursos, palestras, visitas em obras, participação em grupos digitais, encontro com associações de pintores profissionais, visitas e cursos na nossa fábrica em Santa Catarina, promoções com distribuição de brindes, entre outras ações”, finaliza.

Um tour pelos melhores produtos para

# TINTAS, PROTEÇÃO DE MADEIRA E ACESSÓRIOS

# Eles garantem o **RESULTADO**

Nada de empate neste jogo de pinturas. Utilizar o acessório correto é garantia de um bom acabamento nas pinturas residenciais. E o revendedor deve indicar ao profissional o melhor produto para cada finalidade.

## ALLCHEM QUÍMICA

Com uma política de pesquisa e desenvolvimento consistente e focada em oferecer soluções para as mais variadas necessidades, a Allchem Química concentrou os seus esforços em criar um e-commerce destinado ao distribuidor, varejo e indústria. “A ideia é que esses setores possam adquirir produtos para o próprio negócio diretamente da fábrica, na melhor condição custo x benefício”, explica Cleber Costa, iretor Comercial & Marketing da Allchem Química. “Hoje, imediatamente após o lançamento de um produto, alguns minutos após ele já está sendo encaminhado aos os PDV’s do Brasil”, completa. Ainda para 2018, a empresa prepara o lançamento de mais quatro produtos: Emborrachamento a frio, Veda Rosca Líquido, Fita Isolante Líquida e Impermeabilizante à Base de P.U.. “Embora o desempenho esteja abaixo do previsto, percebemos uma retomada do crescimento e enxergamos premissas positivas até o final de 2018. Durante a crise, os nossos investimentos em produção foram mantidos e o resultado dobrou a área construída da empresa”, comemora Costa.

Para atender ao cliente da melhor maneira, a Allchem investe em canais digitais, inclusive com vídeos para orientação sobre a correta aplicação dos produtos. “Rótulos com informações completas e de fácil linguagem já são características da empresa. Nosso e-commerce disponibiliza imagens, Ficha Técnica, FISPQ e orientações gerais sobre nosso portfólio. Ainda temos um canal de WhatsApp para atendimento mais ágil”, completa.

No ponto de venda, Costa recomenda dispor os produtos em ilhas ou gôndolas, que são de estímulo rápido ao cliente. Na ausência dessa possibilidade, a presença em prateleiras ao alcance do time de vendas já apresenta resultado efetivo de vendas. “Como os nossos produtos são nomeados com a sua própria função, é fácil para o vendedor poder oferecer a solução que o cliente precisa. Quem atende melhor, vende mais, imagina quem resolve o problema!”, conclui.

## CONDOR

Sustentabilidade é um valor importante para a Condor, que trouxe ao mercado quatro lançamentos fabricados com plástico reciclado e madeira reflorestada. “O Kit Sustentável, por exemplo, é desenvolvido com plástico pós-consumo e simboliza a valorização da cadeia de reciclagem de resíduos plásticos. É o primeiro produto proveniente do reaproveitamento de embalagens plásticas de tintas gráficas e demarcação viária e resultado de uma parceria da Condor com a Plataforma Wecycle, da Braskem”, explica Daniel Coutinho, coordenador de Marketing do segmento de Pintura Imobiliária da Condor. O kit de pintura é composto por bandeja, dois rolos, um pincel e suporte para fixação. As Trinchas Angular (704) e Reta (705), outros dois destaques do ano, são produzidas com cabo de madeira de reflorestamento, que garante empunhadura firme e pode ser usada com todos os tipos de tinta. Por fim, o Cabo Extensor (803/5) é feito de fibra de vidro, com ponteira de alumínio (não conduz eletricidade) é um acessório essencial para conquistar acabamento perfeito e alcançar os cantos mais difíceis. Para Coutinho, mesmo com o índice de crescimento de novas obras estando abaixo das expectativas, as reformas sempre vão existir e, por isso, o trabalho deve ser focado no PDV. “Se o produto estiver bem exposto, com um mix de produtos que atenda às necessidades do consumidor, a venda acontece. Por isso, a Condor segue investindo para ampliar o portfólio de produtos que facilitem a vida das pessoas”, diz.

A escolha correta do acessório de pintura será determinada de acordo com a necessidade do consumidor e os pontos de venda devem estar preparados para atender a essa demanda. “No caso de lojas de autosserviço, o produto precisa estar muito bem identificado, com dados que auxiliem o consumidor na decisão da compra. As novas embalagens da

Condor já trazem estas informações, como dicas de utilização, tipos de tintas e superfície", explica. Na loja de balcão, o vendedor precisa estar treinado para indicar o produto correto conforme a necessidade do consumidor. "O acessório de pintura é tão importante quanto a própria tinta, pois utilizar um acessório de maneira errada se corre o risco de danificar a pintura", conclui.

## FIXTIL

Para atender ao mercado em seus variados segmentos de atuação, a Fixtil incluiu em seu mix alguns produtos indispensáveis para levar na maleta dos profissionais dos segmentos de construção civil, elétrica e hidráulica. Trata-se da linha de fitas adesivas apropriadas a diferentes aplicações. Entre as fitas de uso geral, a empresa destaca os modelos dupla face: a Dupla Face Polietileno, adequada para fixações leves, tais como: painéis, cartazes etc.; já a Dupla Face Acrílica Transparente é indicada para fixações leves, como enfeites em superfícies lisas ou vidros. Os dois modelos estão disponíveis em embalagens com 1m de comprimento.

A empresa, que também apresenta soluções para o setor hidráulico e elétrico, é certificada ISO 9001:2008, especializada em produtos do segmento de autosserviço, atuando no mercado, desde 1989, na produção de acessórios para fixação. A linha de produtos é composta por mais de 4.500 itens, distribuídos para todo o território nacional. A marca Fixtil está presente nas redes de hipermercados, home centers e lojas de material de construção, ferragens, tintas e conveniência, cujos produtos destinam-se aos profissionais e hobbystas que atuam em construção e reforma.

## NORTON

Em seu portfólio de produtos voltados para pintura imobiliária, a Norton conta com uma linha completa de lixas separadas por tipo de aplicação. A empresa ainda dispõe de fitas adesivas – além da fita crepe convencional, a Fita Crepe Premium Norton é o destaque, já que foi desenvolvida, especialmente, para aplicação externa. Segundo Stéfanie Celito, analista de Mercado Norton, a empresa promete outros lançamentos para o segundo semestre de 2018.

A fim de se manter competitiva, a empresa atualiza, constantemente, as suas linhas de produtos. "Um grande conhecimento em materiais de engenharia aliado à capacidade de inovação, tem permitido que a companhia amplie o seu mix de produtos, com destaque aos voltados para pintura imobiliária, como lixas, fitas adesivas e acessórios que facilitam o dia a dia de quem atua no setor", explica Stéfanie. No caso das lixas, a tecnologia do desenho está centrada principalmente no suporte (costado), grãos abrasivos, resinas, e processo de fabricação. As desenvolvidas para pintura imobiliária, por exemplo, têm, como carro-chefe, uma linha para lixamentos manuais. A lixa Ferro – K246 é ideal para aplicação nos metais em geral, preparação de superfícies, limpeza e remoção de ferrugem, além de remoção de tinta velha; a Massa – A257 é indicada para paredes, remoção de resíduos de massa, tintas e vernizes, nivelamento de superfícies e acabamento de massa fina e corrida; a Madeira – A237 pode ser usada para o desbaste e o acabamento de superfícies de madeira em geral, e preparação para pintura e/ou aplicação de vernizes; por fim, a NoFil – A219 serve para o lixamento de vernizes, seladoras, pinturas e laca (lixa antiempastante).

O uso de fitas adesivas também é ponto importante para um bom acabamento. A Crepe de Uso Geral é indicada para o mascaramento de superfícies, molduras de portas e janelas, rodapés, vidros e paredes contra respingos de tintas, gesso ou outros materiais. A Fita Crepe Uso Geral Premium (Azul) é ideal para uso em áreas internas e externas, já que pode ficar aplicada por até dez dias sem deixar resíduos ou remover a pintura.

Conhecer o seu público e estar pronta para atender as demandas é ponto fundamental para a Norton, que aposta nos materiais de merchandising para impulsionar as vendas. "Muitas vezes, a compra é feita por impulso, por isso, uma boa estratégia para ampliar as vendas é a comunicação e o cross-merchandising bem posicionado, que contribuem para uma compra não planejada", explica a analista de mercado. "Nos pontos de venda, a orientação da Norton é para que os seus produtos estejam organizados por marcas, medidas e aplicações para aproveitar a sinergia entre as categorias", conclui.

## SALVABRAS

A Salvabras aposta na mudança de hábitos do consumidor para investir em proteção durante a obra e, assim, evitar gastos desnecessários com limpeza pós-obra e retrabalhos em peças danificadas. "Com a experiência adquirida com o Salva Piso, verificamos que outras superfícies na fase de acabamento precisavam de proteção, com o mesmo intuito de garantir uma obra limpa, organizada e sem custos adicionais", explica Paulo Roberto Salles, diretor Comercial da Salvabras Soluções em Proteção.

A empresa apostou no lançamento de quatro produtos que merecem destaque. O Salva Pintura foi desenvolvido para proteger vidros, janelas, portas e paredes revestidas durante a pintura. Produzido com filme plástico eletrostático e fita crepe, o produto é de fácil aplicação e, rapidamente, afixado em qualquer superfície, dando eficiência ao trabalho do pintor. A Salva Adesivo é um filme autoadesivo para lacre de pias, bancadas e louças sanitárias durante a obra, com fácil aplicação e retirada, protegendo contra manchas, riscos e arranhões. No caso da proteção de metais, o Salva Metais é uma película plástica envolvente para proteger torneiras, registros e maçanetas contra respingos de tintas durante a obra. O Salva Quina é a solução ideal para a proteção de portas, quinas e batentes durante o acabamento da obra, prevenindo contra batidas de carrinho de mão, latas de tintas, instalações de móveis, entre outros. Fabricado de material reciclável, é um produto reutilizável e de fácil aplicação. Com um mercado otimista e que está se reaquecendo, a empresa aposta na inovação para alavancar as vendas. "O nosso desafio é ainda maior! Por termos produtos inovadores, reforçamos, com a revenda, nossa relação de parceria oferecendo treinamento e material de PDV,


CARDÃO

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

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

Profissionais treinados e o melhor serviço de entregas!

››› Obrigado a todos os nossos parceiros.

13º PRÊMIO EXCELÊNCIA ATACADISTA DISTRIBUIDOR

33º lugar nacional 15º lugar região sudeste

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

para que a equipe possa identificar a necessidade do consumidor e ofertar nossos produtos, demonstrando as vantagens econômicas em comparação aos produtos tradicionais utilizados no mercado (papelão, lona plástica e papel jornal)", explica Salles.

Para a melhor apresentação dos produtos, a Salvabras recomenda que sejam expostos na seção de Pintura, próximos às tintas e aos pincéis. "A nossa preocupação é visitar, periodicamente, as lojas, para que a venda se concretize pelo conhecimento técnico do vendedor, e não somente por uma boa exposição", conclui.

## WAGNER

A WAGNER apresenta como destaque as pistolas de pulverização PaintReady, ideais para projetos em ambientes internos (cozinha, sala, quarto, banheiro, garagem, etc.) e externos, na pintura de paredes, tetos, portas e batentes, janelas, grades, cercas, portões, pisos, telhados, beirais e forros, entre outros. "As pistolas apresentam dois ajustes de potência para materiais finos e espessos, jato de tinta ajustável para pulverizações horizontais e verticais, largas ou estreitas e reservatórios com 1,3 litro de capacidade", explica Wagner Martinez, gerente Comercial.

Os lançamentos possibilitam maior facilidade na aplicação de tintas, não necessitando do uso compressor e apresentam baixa emissão de névoa, sendo um diferencial quando comparados à concorrência. "Estão disponíveis nas versões PaintReady Sprayer, uma pistola de pulverização portátil e multiuso com controle de fluxo, e a PaintReady Station, leve e compacta, com base estacionária para maior conforto na hora do manuseio", conta.

A empresa está confiante na melhora dos negócios e aposta na ampliação do mix de produtos, a conquista de novos parceiros comerciais e, também, no crescimento do segmento da construção civil. "Como previsto no início do ano, a WAGNER deve fechar 2018, com aproximadamente, 15% de crescimento em relação a 2017", projeta.

Para ajudar o revendedor a atender às exigências do cliente, a WAGNER disponibiliza material de PDV, demonstrações, promotor fixo, entre outros. A empresa investe no desenvolvimento e capacitação de seus revendedores e equipes, possui assistência técnica especializada e ações de relacionamento de pós-venda. "O pintor profissional demanda elevada velocidade de trabalho e consequentemente a necessidade de rápido e eficiente suporte", diz.

A técnica de pulverização ainda é pouco usual no Brasil, diferentemente de outros centros como Europa e EUA, onde a pintura mecanizada já se fortaleceu. "A exposição correta do produto auxilia e muito na decisão de compra. No caso da WAGNER, em alguns PDVs os produtos se encontram no setor de ferramentas e, em outros, no setor de tintas. Recomenda-se que sejam apresentados fora das embalagens, ao alcance dos futuros usuários e disponíveis, sempre que possível, para experimentação", conclui.

## TIGRE

A Tigre segue inovando na sua área de atuação. A empresa realiza constantes estudos de mercado para continuar ofertando ao cliente os melhores produtos, com máxima qualidade, tecnologia e alinhado às tendências. "Em 2018, realizamos inovações nas linhas de rolos de espuma, escovas e fita crepe, oferecendo, ao mercado, produtos com melhor performance. Para o segundo semestre estamos trazendo mais três grandes novidades: as linhas de Rolos Sem Respingo, Trinchas Premium e Mexedor de Tinta", anuncia Patrícia Pereira da Silva, executiva de Produtos da Tigre.

Os novos rolos Sem Respingo Tigre apresentam tecnologia que proporciona maior uniformidade e fixação das fibras, o que potencializa a performance do produto e da pintura, proporcionando alto rendimento, acabamento uniforme e maior cobertura da pintura, desde a primeira demão. A linha de Trinchas Premium conta com performance superior. E é composta por mix de filamentos sintéticos liso e ondulado de alta precisão, que retêm a tinta e a transfere para a superfície de maneira uniforme, com altíssimo rendimento de cada pincelada. Além disso, tem o cabo Soft Grip, mais ergonômico, que adere a mão e proporciona mais firmeza nas pinceladas.

O novo mexedor plástico para homogeneizar tintas conta com uma estrutura plástica, mais leve e durável, e, ainda, vêm com abridor de latas. A Escova 1199 apresenta novo design, base mais leve, maior volume e uniformidade nos

filamentos, posicionamento perfeito na gôndola, marca atual em relevo e nova etiqueta Tigre.

Os Rolos de Espuma passaram por um processo de melhoria que trouxe melhor desempenho do produto e embalagem que valoriza a apresentação do produto. A embalagem envolve somente o rolo de espuma, deixando de fora a haste metálica e o cabo, reduzindo o consumo de plástico e melhorando o visual do item. "Estudamos e implementamos melhoria, também, no diâmetro dos terminais do rolo, aumentando o campo de absorção da tinta", explica Patrícia.

Segundo Patrícia, as perspectivas do mercado são positivas. "Cada vez mais, as tintas são vistas como um elemento de decoração, o que colabora para que o mercado aqueça e se desenvolva", conta. Em outra frente, os profissionais da pintura estão se especializando cada vez mais e oferecendo serviços diferenciados, se atentando às inovações em ferramentas de pintura que, também, contribuem para a oferta do melhor serviço.

Os revendedores podem auxiliar o cliente no momento da compra para que ele tenha o produto especifico à sua necessidade. "A Tigre já é a marca mais lembrada pelos brasileiros no mercado de construção civil pela qualidade e funcionalidade dos produtos e isso já é um grande diferencial, mas temos um grande foco nos revendedores e investimos em treinamento, comunicação e ações estruturadas de marketing no PDV", conclui.

*"Cada vez mais, as tintas são vistas como um elemento de decoração, o que colabora para que o mercado aqueça e se desenvolva"* **Patrícia Pereira da Silva, executiva de Produtos da Tigre**

## ADERE

A Adere é a maior fabricante de fitas adesivas e conta com mais de 1000 itens no seu portfólio. "Dentre essa gama de produtos, para 2018 estamos apostando fortemente na pulverização de nossas Fitas Dupla

Face XT100/S embalagem blister", conta Janaína Silva, supervisora de Trade Marketing Adere. O grande diferencial do lançamento da empresa é a fixação de alto desempenho que substitui pregos e parafusos, proporcionando aplicação fácil e rápida. O alto poder de fixação permite que o produto seja aplicadonos mais diversos tipos de materiais de forma permanente, além de apresentar a mesma eficácia tanto em ambientes internos quanto ambientes externos. Segundo Janaína, a empresa está tendo um bom desempenho em 2018. "Estamos em constante crescimento desde 2017. Estipulamos uma meta de vendas agressiva no início do ano, aumentamos o quadro de funcionários e os resultados são significativos. Acreditamos que a solidez e a tradição que a Adere possui, neste ramo, contribuiram para nosso crescimento", explica gerente de Marketing.

Para melhorar a sua penetração no mercado, a empresa oferece treinamento de produtos para os clientes em todo o Brasil. "A ideia é reforçar a qualidade de produtos e lançamentos, além de capacitar o time de vendas de nossos clientes para indicar as soluções Adere ao comprador final, pois sabemos a força de ter profissionais treinados divulgando nossa marca", conclui.

## ATLAS

A Atlas, nova razão social da Pincéis Atlas, fez dezenas de lançamentos este ano e inaugurou uma nova unidade fabril, em Esteio, RS. Com essas ações, a empresa está notando aquecimento do mercado. "O Mercado está aquecendo, sim. Entramos na nossa sazonalidade (setembro a dezembro) de vendas do nosso mercado e já com um ano positivo. Esperamos que a retomada continue em 2019, conforme estamos sentindo, no segundo semestre deste ano", informa Guilherme Gomes, gerente de Marketing e Trade Marketing da Atlas S.A. E dá algumas dicas aos revendedores para melhorar o desempenho nas vendas: "De duas maneiras. A primeira é ter um mix apropriado para a realidade do mercado. E, a segunda, é ter um atendimento consultivo, em que o balconista tem interesse pelo projeto do cliente e assim indicando a ferramenta/produto exato para a solução", diz. Segundo Guilherme, a venda de acessórios para pintura não é uma venda mais técnica. "O que pode ser feito, para ajudar o consumidor, é aplicar um cross merchandising aproximando a ferramenta certa do produto indicado", recomenda.

## CASTOR

Os lançamentos foram as trinchas Cerdas Pretas com o cabo amarelo – Série 619, seguindo a tendência de mercado, cujos diferenciais são o alto rendimento, tecnologia e durabilidade Para a Castor, o mercado está aquecido pelos compradores hobistas. Para melhor trabalho no ponto de venda, a Castor aconselha os revendedores a export os seus produtos em pontos estratégicos e bem visível ao olhar do public, e também ter conhecimento sobre toda a linha e entender seu diferencial frente aos concorrentes.

## ADELBRAS

A Adelbras, tradicional fabricante nacional de fitas adesivas, acaba de incorporar um diferencial exclusivo às suas fitas crepe para mascaramento de pintura: a barreira à umidade. A nova tecnologia, é o resultado de estudos de mercado e parcerias com os profissionais usuários, os próprios pintores. A barreira à umidade permite que, após aplicada, a fita possa ser exposta à umidade, sem que absorva os líquidos e nem perca a adesão. Esta é uma característica fundamental, por exemplo, para o lixamento automotivo à água, além de também melhorar a aplicabilidade da fita no mascaramento imobiliário. A empresa acredita que a barreira à umidade, hoje, presente em toda a linha MASK CREPE ADELBRAS, é um dos fatores que tem aumentado cada vez mais a aceitação da marca e do produto pelos

profissionais e também pelos lojistas, o que comprova o crescimento da empresa no segmento de pintura.

### LIXAS TATU

A Lixas Tatu lançou este ano vários produtos, como: Disco de Corte e Desbaste, indicados para corte e desbaste de aço carbono e inoxidável em manutenções e reparos industriais; T273 Lixa Seco, lixa de alto rendimento e acabamento, destinada ao lixamento a seco de chapas, primers, lacas, seladoras e vernizes, nos mercados automotivo e moveleiro; Disco Flap Oxido Alumío, utilizado no desbaste e acabamento em uma única operação sem troca de disco. Giovana Cruz Tavares, coordenadora de Marketing da empresa destaca que os diferenciais para estes produtos são os preços competitivos, com qualidade e rendimento dentro do especificado pelo mercado.A empresa percebeu uma melhora muito tímida no mercado da construção civil, mas acreditam numa melhora sensivil no último trimestre. "Entraremos num período sazonal onde as pessoas tendem a reformar casas", diz Giovana.Giovana destaca, ainda, a importância dos revededores para a venda dos produtos. "A compra da lixa é feita por necessidade. Não é um produto com apelo emocional ou que tenhamos desejo de consumo, porém é sabido que para qualquer etapa de tratamento de uma superfície, seja ela alvenaria, madeira, metálica etc. tem que ter lixamento. É importante que nossos revendedores falem dos atributos dos produtos, que indiquem "lixa certa para superfície certa", afim de que se tenha o rendimento esperado e o cliente perceba valor no produto", encerra.

*"A compra da lixa é feita por necessidade. Não é um produto com apelo emocional ou que tenhamos desejo de consumo."*
**Giovana Cruz Tavares, coordenadora de Marketing da Lixas Tatu**

# Sol ou chuva, a proteção É A MESMA

Produtos para a proteção de madeira, verniz e stain são muito importantes para atender às necessidades dos profissionais de pintura. Por isso, procure trabalhar com a maior variedade no ponto de venda

Um tour pelos melhores produtos para

TINTAS, PROTEÇÃO DE MADEIRA E ACESSÓRIOS

## FUTURA

A madeira é um elemento curinga em construção e decoração. Utilizada como estrutura ou como matéria-prima para mobiliários e itens decorativos, traz mais charme aos ambientes e sensação de aconchego para espaços residenciais, comerciais e corporativos. Mas, como todo produto natural, a madeira requer cuidados para manter a estética e não comprometer a durabilidade. Além de valorizar a beleza, o verniz aplicado sob a superfície é fundamental para ajudar na proteção contra as ações do tempo. Para esse papel, a Futura oferece o Verniz Protetor de Madeira Futurit, que protege o material das intempéries do tempo, faça chuva ou faça sol. Em contato com a iluminação natural a madeira perde, gradativamente, a cor. Já com a chuva pode sofrer dilatação e, ainda, com o aparecimento de fungos, comprometendo a a estrutura. Com o produto adequado, os raios ultravioletas são absorvidos pelos aditivos do verniz, que garantem proteção, durabilidade e alta resistência à madeira. Para que as características da madeira sejam realçadas, a Futura destaca a importância do cuidado na aplicação, com técnicas e instrumentos de pintura adequados.

## JIMO

Para atender à demanda dos seus clientes, a Jimo trabalha na melhoria contínua da sua tradicional linha de produtos. "Realizamos alterações na embalagem do Jimo Protecolor UV visando mostrar de maneira mais clara e limpa os benefícios do produto, pois pode ser aplicado em superfícies horizontais e verticais, em ambiente interno e externo, além de decks", destaca Mauro Barbosa, consultor Técnico da Jimo. Embora não tenha preparado lançamentos para 2018, a empresa segue com os já conceituados produtos, como o Jimo Cupim Base Água, com destaque à utilização de nanotecnologia para conseguir levar o princípio ativo ao interior da madeira. "O produto apresenta o mesmo desempenho da composição em base solvente, com a vantagem da redução significativa do odor", complementa Barbosa. No caso dos stains, a Jimo trouxe para o mercado uma tendência mundial que era a substituição dos solventes orgânicos por água, apesar do forte preconceito existente quanto a acabamentos para madeira base de água naquele momento. "O Jimo Protecolor UV foi inovador no mercado com composição a base água de alta performance, onde novamente a tecnologia e a inovação foram aplicadas para apresentar um produto diferenciado, com a facilidade de aplicação, secagem rápida, baixo VOC e não inflamável", diz.

Embora o mercado espere baixo crescimento para o segundo semestre, a empresa apresenta números mais significativos. Para manter o lojista informado e pronto para oferecer os produtos Jimo para o consumidor, a empresa investe em informação e disponibiliza uma linha direta para esclarecimentos junto ao SAC, além de treinamentos específicos que garantem o suporte necessário ao lojista.

## LUZTOL

O amplo portfólio de produtos da Luztol atende às necessidades da indústria e, dos consumidores, quando o assunto é proteção para madeira. A empresa apresenta um vasto catálogo com produtos que atendem todas as demandas, como a linha de vernizes premium Deck, Marítimo e Restaurex; o verniz Copal; o impregnante premium Novo Stain; além de tingidores para madeira, massa para calafetação, seladoras e lacas, mais voltados a indústrias moveleiras. "Neste ano, porém, o que temos de lançamento são as novas versões do Verniz Copal, agora, também, na cor Imbuia e Mogno, e a reformulação do Verniz Premium Deck, que agora carrega o selo Bio-Pruf™", destaca Vicente Júnior, da área de Criação e Marketing. Antes encontrado apenas na versão transparente, o Verniz Copal é recomendado para dar brilho e leve proteção a superfícies de madeira em ambientes internos. Com essas duas cores, agora é possível dar aquela cara nova a móveis e a portas de madeiras internas (exceto banheiro). O Imbuia, com seu tom acastanhado escuro e pouco saturado, traz aspecto mais rústico, enquanto a cor Mogno cobre de sofisticação e aparência de madeira nova a superfície, graças ao seu matiz avermelhado limpo. O Verniz Premium Deck protege superfícies de madeira em ambientes externos da ação do tempo e do tráfego leve (em decks, por exemplo, como o nome sugere), pois, após aplicado, cria um filme flexível, que acompanha as comuns dilatações da madeira, resistente aos raios UV. Recomenda-se usar o produto na madeira antes da montagem, pois a aplicação nos seis lados da madeira, além de ser a correta, proporciona uma durabilidade que pode se estender a até cinco anos. Não bastasse sua formulação voltada à tanta proteção, o aditivo Bio-Pruf™ elimina até 99,9% das bactérias e evita fungos e algas. Embora a empresa tenha sentido a retração do mercado entre 2013 e 2016, o mercado se revigora desde o ano passado. "Espera-se que, para este ano, o consumo de Vernizes no país alcance um aumento de 2,5%", estima. A Luztol conhece a importância de manter os clientes atualizados, por isso prepara diversos treinamentos para o PDV. "Corroboramos para o desempenho máximo dos vendedores por meio de eventos in loco, treinamentos, workshop, visitas à fábrica e, ainda, ferramental de apoio, como catálogos e guias técnicos", conclui Júnior.

## MONTANA

Dois lançamentos da linha Koromix são a aposta da Montana Química. Um dos quais é a Koromix Resina Acrílica, que acrescenta à linha, a ação do verniz. O produto está disponível nas versões base de água e base de solvente, e oferece ao consumidor opções de cores, além da proteção. Na versão solvente, pode deixar o substrato incolor brilhante ou fosco. Na versão água, fazem parte do portfólio as cores incolor, branco, cinza, vermelho óxido, pérola, cerâmica ônix e cerâmica telha. Os produtos serão comercializados em embalagens de 0,9 litro, 3,6 litros e 18 litros. Outro destaque é o Verniz para Piso Montana, disponível em três versões: fosca, acetinada e brilhante. Para complementar, lançamos também uma seladora à base de água para preparação da madeira. Os dois estão disponíveis em embalagens de 5 litros. O verniz pode ser aplicado em áreas de baixo tráfego de pessoas (residências, por exemplo), ou alto tráfego (edifícios comerciais). Neste último caso, basta adicionar ao produto o catalisador, fornecido em embalagens de 100 ml. A Montana tem ampliado outras linhas de produto, com o lançamento do verniz marítimo fosco, nas cores ipê, canela, imbuia e mogno – o Osmotol Plus – e no Pentox aerossol, que, agora, conta com a função formicida, eliminando formigas, além de brocas e cupins. Além disso, o isolante Isolare tem um novo atributo para uso, além do tradicional, para resina de madeira. Agora, ele também pode ser utilizado como fundo isolante para gesso, antes da aplicar a tinta. Os novos produtos da Montana têm como característica o fato de serem prontos para uso. "Isso é uma tendência no mercado que facilita o uso, sem erro, na hora de diluir, seja pela concentração inadequada do solvente, ou pelo uso do solvente errado. Na hora de pintar, essa utilização correta garante que se use o produto da forma como foi concebido, sem alterações", comenta o porta-voz da empresa.

A Montana, que já sente os sinais de retomada da economia, está otimista para o segundo semestre. Para manter as vendas lá em cima, investe em treinamentos e atualizações para que a equipe de vendas esteja sempre preparada para oferecer os produtos aos seus clientes. "Até o final de outubro, vamos reinaugurar nosso Centro de Treinamento em São Paulo (capital), em nossa sede. Modernizado, o espaço vai poder receber, ainda melhor, os profissionais do ramo, em parceria com lojistas parceiros da Montana Química. Lá, os profissionais receberão capacitação completa em cursos rápidos de um dia de duração", informam. Quando o assunto é exposição, a Montana destaca o seu Canto da Madeira, um espaço exclusivo para produtos Montana que tem capacidade para até 64 galões. Além da visibilidade, esse tipo de ação permite que o consumidor, na hora da pesquisa ou da compra, consiga entender as categorias de produto: itens para madeira, esmaltes, pintura automotiva, para piso, entre outros. "Esse cuidado reduz as dúvidas e faz com que se encontre, exatamente, o que se procura. Ao mesmo tempo, nossa equipe auxilia na melhor forma de trabalhar o mostruário. Entendemos que a informação é crucial para uma boa compra", diz.

A empresa acredita que o pintor tem papel fundamental para o bom desempenho da marca. "Apoiamos o movimento Brasil por um Pintor Melhor, o canal Clube do Pintor Profissional do Fernando Freitas, e outros, como o ProPaint do Juliano Alcântara. São eles que aplicam os nossos produtos no cotidiano, por isso, apostamos nessa comunicação", conclui.

## SAYERLACK

Com uma linha de produtos desenvolvida com a mais alta tecnologia, a Sayerlack traz ao mercado os seguintes lançamentos: o Polisten Deck, o Poliulack Eco e o Super Removedor. "Os três apresentam inovações para que os profissionais e os próprios consumidores possam tratar, proteger e embelezar a madeira com produtos de excelente durabilidade, secagem rápida e mais amigáveis, na aplicação por ter baixíssimo odor", conta Sibélia Moreno, Analista de Marketing. O Polisten Deck é o único stain do mercado com até 4 anos de durabilidade, enquanto o Poliulack Eco confere até 2 anos de durabilidade. O Super Removedor agrega valor na repintura/manutenção, facilitando a remoção do acabamento anterior, agilizando o processo de pintura. O otimismo dos revendedores se reflete na empresa, por acreditar que o segundo semestre será mais aquecido por conta da organização, reforma e reparos das residências no período primavera/verão. Para estar pronta para atender essa demanda, a empresa investe em treinamentos para que os revendedores estejam prontos a oferecer o produto mais adequado ao cliente. "Um revendedor que conheça as características da madeira e das tintas e vernizes, sem dúvida, conseguirá passar maior segurança e indicará o produto mais adequado à necessidade do cliente que chega até o balcão. A Sayerlack realiza treinamentos nas lojas e, também, na unidade fabril em Cajamar", comenta Sibélia. No ponto de venda, a Sayerlack recomenda disponibilizar a linha completa de produtos em conjunto. "As embalagens apresentam um QR code, onde é possível, rapidamente, baixar todas as informações e assistir aos vídeos informativos sobre cada linha", complementa. A empresa está sempre atenta às necessidades de informação e formação dos pintores, o público-alvo, disponibilizando todo o suporte para o desenvolvimento profissional e desenvolvendo produtos cada vez melhores para tornar o trabalho cada vez mais fácil e com resultados finais surpreendentes.

## VEDACIT

Embora não tenha preparado novos produtos para este ano, a Vedacit destaca o Penetrol Cupim como o destaque do portfólio de produtos para a madeira. Trata-se de um imunizante, que protege a madeira seca contra o ataque de cupins. Por ser de fácil aplicação, o produto pode ser usado pelo próprio consumidor, sem a necessidade de um especialista. "Também, disponibilizamos uma versão em aerossol para facilitar a aplicação pelo próprio consumidor", explica Bruno Pacheco, gerente de Produtos da Vedacit. Para preparar o lojista a fim de oferecer a sua linha da melhor maneira, a Vedacit faz treinamentos constantes com os revendedores, por meio de palestras, demonstrações de produtos e disponibilizando folhetos explicativos, vídeos de aplicação, amostras aplicadas, entre outros. "O revendedor conta, também, com o apoio do departamento técnico por meio do SAC, que esclarece dúvidas sobre a utilização e sugere qual produto é mais indicado em uma determinada situação. Há, também, o site www.vedacit.com.br com as informações sobre os produtos, vídeos de aplicação, localização de nossas filiais e escritórios regionais", completa Pacheco.

## AKZONOBEL

A AkzoNobel apostou na linha Coralit de esmaltes para madeira e metal neste ano. Agora, o portfólio da marca conta com complementos de pintura, além do Coralit Ultra Resistência Balance, produto ultra resistente, de secagem rápida e antiferrugem. "O lançamento é um produto inovador e pioneiro no mercado, conta com uma fórmula exclusiva, que garante excelente aderência sobre a superfície pintada, o que facilita a repintura de portas e janelas de madeira ou metal, no exterior ou interior da casa, sem descascar, explica Renato Panzuto, gerente de Marketing e Produtos da AkzoNobel.

O principal lançamento da marca dispõe de tecnologia Balance, que apresenta uma série de benefícios. O produto possui rápida secagem, não tem cheiro, mantém o branco puro por mais tempo e não necessita de aguarrás. "O produto apresenta ultrarresistência contra o descascamento, secagem rápida de 30 minutos ao toque, e durabilidade de até 10 anos. É antiferrugem e garante ótima aderência sobre a superfície pintada", complementa.

## SUVINIL

A madeira está presente nos mais variados ambientes, como móveis, pisos, portas, janelas, entre outros. Ela pode dar aquele toque especial na decoração da casa, trazendo um ar mais rústico e aconchegante. O verniz é o principal aliado para manter sua boa aparência. A Suvinil tem o produto certo a cada tipo de utilização. Para resistência contra sol, chuva, maresia e mofo, em ambientes internos e externos, é importante escolher um verniz com boa durabilidade, como o Suvinil Longa Duração, que cria uma película que não trinca e não descasca, além de oferecer garantia de oito anos após a aplicação. Para proteger as madeiras que têm contato com água e alta circulação de pessoas, como o deck de piscina, um stain é o produto ideal. O Suvinil Stain Protetor é uma boa opção, já que ele é altamente resistente, pois penetra na madeira e não forma aquela película que pode rachar. Ele ainda oferece três anos de garantia após a aplicação. Se, além de proteger a madeira, você quer aproveitar para mudar a cor e renovar o ambiente, já existe um produto que une as duas funções: com o Suvinil Verniz Tinge & Protege, que protege a madeira da ação do sol e da chuva e dá nova cor para a superfície. Ele oferece três anos de garantia após a aplicação.

## YDRONORTH

A Hydronorth tem em seu DNA a vocação inovadora, desde 1981 quando foi pioneira ao lançar um produto para proteção de Pedras e Telhados com o qual é líder do segmento de resinas desde então, inovamos ano a ano com novos produtos, sistemas e tecnologias voltadas para proteção e embelezamento de superfícies. “Em 2018, tivemos um ano bastante agitado; inovamos, novamente, ao lançar uma nova forma de se obter cores, o sistema Colorredo, onde tornamos, essa experiência de se obter cores, mais simples e divertida. Também, lançamos linha completa de Impermeabilizantes que atende à maioria das necessidades do mercado comercial e residencial da construção civil”, aponta Jonatas Roberto, consultor Técnico Nacional. A linha de Impermeabilizantes Profissionalizantes conta com portifólio de 12 produtos, voltados para impermeabilização, proteção e preservação do início ao fim da obra. “Temos equipe técnica e te consultores que faz esse trabalho de treinamento com os revendedores, diz Jonatas. Priorizamos as lojas de tintas especializadas. O profissional de pintura é decisivo no momento da indicação do produto, e para nos aproximar do cliente, e do pintor, a Hydronorth este ano fez três ações: Desenvolvimento de novas embalagens, mas simples intuitivas e com interação; Desenvolvemos um aplicativo de Realidade Aumentada que funciona ativado pelas embalagens; e, também, lançou um canal, que se chama HYDRORESOLVE. com.,br, de dicas de pintura e acabamentos. **Resina Madeira Hydronorth e Resina Madeira Alta Performance Hydronorth** - Produto desenvolvido pela Hydronorth com tecnologia muito mais avançada que dos vernizes tradicionais, em sua formulação é utilizado uma Brenda de Resinas especiais que entrega resistência elevada, características hidrorrepelentes repelem á água mantendo a madeira bonita e protegida por mais tempo, entrega uma excelente e duradoura retenção de brilho, muito acima dos encontrados nos concorrentes tradicionais, acompanha os movimentos da madeira, não trinca, não descasca e sua formula exclusiva proporciona rapidez na execução do trabalho. **Verniz Copal** - Sua inovadora combinação de resinas aditivadas proporciona ótima durabilidade e resistência às superfícies internas de madeiras em geral. **Verniz Marítimo** - Produto desenvolvido com alta tecnologia e matérias primas de excelente qualidade para oferecer proteção e durabilidade ao mais diversos tipos de madeira. **Verniz Duplo Filtro Solar** - Sua combinação de resinas aditivadas proporciona excelente durabilidade e resistência, máxima proteção contra sol devido a sua combinação de filtros solares.

## PINCÉIS COMPEL

A empresa preparou uma grande expansão para a linha de produtos, com mais de 50 itens adicionados ao portfólio. Os destaques ficam por conta do Rolo de lã Microfibra Azul, um rolo de alta qualidade de lã de microfibra, indicado para superfícies em geral. Já os PAD’s de Pintura são a aposta para o segundo semestre. A Pincéis Compel ainda destaca a sua linha de lixas, o rolo Fura Bolha especial para pinturas com epóxi e porcelanato, além da linha de limpeza, com vassouras, vassourões e escovas. De olho no aquecimento do mercado, a Compel está em constante evolução. “Percebemos o aumento na procura pelos produtos, por isso o nosso catálogo está em constante crescimento”, aponta Bianca Gestinari, auxiliar de Marketing.

Sabendo da importância dos vendedores e representantes no fortalecimento da marca, a empresa traz esse público para perto com treinamentos e explicações sobre as funcionalidades dos produtos. “Estamos sempre acessíveis a todo o público que está ligado a Pincéis Compel. Oferecemos todo o suporte publicitário ao lojista, com materiais adequados, além do site da empresa e da presença nas principais revistas do mercado”, conclui Bianca.

17 DE OUTUBRO - DIA DO ELETRICISTA

# PARABÉNS PELO SEU DIA!

## ESTAMOS SEMPRE LIGADOS EM VOCÊ! POR ISSO ENTREGAMOS O NOSSO MELHOR PARA FACILITAR O SEU TRABALHO.

**Aqui na Neblina, você tem voltagem máxima em qualidade e atendimento.**

- Materiais elétricos em geral
- Produtos e projetos em iluminação
- Fios e Cabos
- Telecom
- Ferramentas
- Automação e montagem de painéis

As melhores marcas e variedade de modelos com preços de distribuidor

Prysmian Group SIEMENS

3M legrand Schneider Electric PHILIPS EATON ABB

Neblina
Parceria em elétrica desde 1965

Tel: 11 3619 1600 neblina@neblina.com.br

Rua Adriano José Marchini, 153 • Água Branca
CEP: 05036-020 • São Paulo • Tel: 11 3619 1600

/eletricaneblina
/neblina_mater
Elétrica Neblina Ltda

UMA EMPRESA DO GRUPO MATER

grupo MATER

Por Roberto Ferreira (textos) / Fabio Andrade (fotos)

Há dois anos, quando a revista **Revenda Construção** publicou um especial sobre Tintas, três empresas entrevistadas afirmaram que o mercado não tinha crise. Fomos a campo, novamente, para saber a situação atual do mercado de tintas. E, bingo! O brasileiro está pintando cada vez mais. Voltamos à especializada Tintas MC, uma rede que, agora, conta com quase 100 lojas, crescimento de 100% em relação ao artigo anterior. E visitamos a Village Home Centers, uma empresa familiar multicategoria com 18 lojas em São Paulo e Grande São Paulo, cuja participação do setor de tintas no negócio representa 12% do faturamento.

# o mercado continua AZUL

# TINTAS MC

## “Nós somos especializados em tintas”

Renato Sá, diretor de Estratégia e Marketing da Tintas MC

“Quando o consumidor entra em uma loja da Tintas MC, ele tem uma experiência de compras melhor que nas outras. Olhar e se inspirar. A introdução de algumas linhas onde podemos atuar, como, por exemplo, papéis de parede Flok Tecidos Adesivos também contribui para esse bem-estar. Queremos aproximar a tinta para a área de decoração, para ficar muito mais valorizada. O consumidor ainda entende a tinta como objeto de manutenção, já, nós, vemos a tinta como item mais barato de decoração, e estamos investindo bastante nessa comunicação”, explica Renato Sá, diretor de Estratégia e Marketing da Tintas MC.

Renato conta que a Tintas MC, de dois anos para cá, é uma nova empresa. “Rejuvenesceu e andou na contramão da crise, embora a crise seja real, e sofremos com este momento. Resolvemos investir no óbvio usando a crise para nos acertamos internamente, fazer mudanças administrativas, de custos e investindo em pessoas. E, tudo o que conseguimos trazer com a redução de custos, investimos. Há dois anos, tínhamos 43 lojas e, hoje, estamos com quase 100 lojas. O que aconteceu no meio do caminho: lançamos um projeto de franquia, há pouco mais de um ano. Tínhamos a meta de 10 lojas, que considerávamos ambiciosa para a época, e terminamos o ano de 2017 com 11 lojas operando, mais 5 contratos já assinados e acreditamos que terminaremos com 25 lojas em 2018”, diz Renato.

Mas não foi apenas em franquias que a empresa investiu. São Paulo se tornou pequeno para a Tintas MC (também tem lojas na Baixada Santista) e incorporaram a rede de lojas Aquarela Tintas, atuante na região de Campinas, com 27 lojas, e, também, nos estados de Minas Gerais e Goiás.

“Temos um modelo de expansão audacioso, com o qual queremos, até 2023, chegar a 300 lojas, e cobrir, praticamente, todo o território nacional”, diz Renato. A operação foi realizada com a troca de ações, e os proprietários da Aquarela Tintas entraram no Grupo Aliar, a holding que controla a Tintas MC, Aquarela Tintas, Distribuidora Premium e Flok. O Grupo Aliar faturou R$ 300 milhões em 2017, sendo que apenas a Tintas MC teve faturamento de R$ 170 milhões. “A Tintas MC representou quase 60% do faturamento do Grupo Aliar no ano passado”, revela Renato.

Renato conta que, ainda no primeiro semestre, todas as facha-

das das 27 lojas da Aquarela viram Tintas MC. "Acabamos acelerando muito nos últimos anos e desenvolvemos vários projetos, dobrando o número de lojas no pico da crise econômica."
Para isso, se baseiam em 3 pilares: "Expansão própria, abrindo mais lojas próprias e, em abril, abrimos uma loja em Sorocaba, SP, com um padrão bem elevado; vamos abrir em Alphaville, SP, outra loja própria, mas é uma expansão mais lenta. Outro modelo é comprar players, pequenos lojistas especializados em tintas, o que ocorreu com a aquisição de 10 lojas de bairro, em São Paulo, que se tornaram Tintas MC, além da incorporação da Aquarela Tintas. E o modelo de Franquia é um projeto que, acreditamos, será o modelo de expansão mais rápido, trabalhando a quatro mãos, cujo franqueado leva toda a bagagem da Tintas MC, com 54 anos de mercado", acrescenta. Todos os projetos de crescimento e incorporações estão sendo feitos com recursos próprios.
"É um projeto bem audacioso, mas entendemos que o nosso mercado vem acompanhando os modelos mundiais de consolidação. Acreditamos que as grandes redes, sejam de tintas ou de outros segmentos, vão ficando mais robustas, mas o modelo da franquia é interessante porque dá muita oportunidade ao pequeno comerciante. Temos um modelo chamado conversão de loja, já existente, que se transforma em Tintas MC, com pequenos investimentos e mantendo o mesmo padrão de toda a rede", explica o diretor. Para realizar o modelo de franquia, a Tintas MC contratou a maior empresa de consultoria de franquias do Brasil, a Cherto. "Há uns 15 anos, havíamos estudado um modelo de franquia, mas, chegamos à conclusão de que aquele não era o momento ideal e abortamos o projeto. Agora, voltamos ao assunto e demos o start para a abertura de franquias. Entendemos que a Tintas MC estava mais preparada, com cabeça de franqueador, e o mercado, também, mais aberto para esse modelo de negócios e entramos de cabeça. E, com uma boa assinatura do Marcelo Cherto", conta Renato. A intenção, com esse novo modelo de negócios, é oferecer, em todo o Brasil, o atendimento já consagrado nas lojas em São Paulo. O modelo oferecido pela Tintas MC tem três formas de operação.
Franquia individual – em que o empreendedor que opte por entrar no mercado do varejo com treinamento e assessoria do corpo técnico da marca de tintas, pode ser um franqueado juntamente com a Tintas MC, escolhendo a melhor região, optando pelo ponto comercial; Franquia de conversão – o lojista, para aumentar a competitividade e o mix de produtos, passa a ser um franqueado Tintas MC, com mudança de layout da loja e eficiência para os negócios; Shop in Shop – nesse modelo de franquias, a Tintas MC abre uma loja dentro de uma loja existente, possibilitando que o lojista reforce a participação na categoria de tintas. Esse modelo é interessante para as lojas de material de construção.

*"Temos um modelo de expansão audacioso, com o qual queremos, até 2023, ter 300 lojas, e cobrir, praticamente, todo o território nacional"*

**RENATO SÁ, diretor de Estratégia e Marketing da Tintas MC**

## HOME CENTER

"O home center é um player que respeitamos muito, não tem como esconder essa presença, mas, também, nos trouxe alguns insights, e um dos quais foi sair da zona de conforto. Os home centers oferecem, para os consumidores, algumas coisas que nós não temos capacidade de oferecer, como espaço, amplo estacionamento, outros produtos, comodidade do tempo que estão abertos, mas, no ramo de tintas, acreditamos muito na especialidade. Nós somos especialistas em tintas", compara. E Renato justifica isso indicando que trabalham há 54 anos com tintas e entendem que o consumidor valoriza demais as lojas especializadas. "São alguns diferenciais que, também, temos em relação a eles."
Os maiores clientes das Tintas MC são os consumidores finais, que procuram as lojas na busca por soluções, mas, também, vendem bastante aos profissionais de pintura, que compram nas lojas ou as indicam para os seus clientes.
A fim de atrair mais o profissional, a Tintas MC desenvolveu um programa para pintores muito interessante, com treinamentos e outras ações. "Recentemente, fizemos uma parceria com a Coral, com o objetivo de fornecer um curso de especialização para pintores no Senac. Constantemente, estamos desenvolvendo ações com eles, afinal, respiramos tintas", fala Renato.

## SEGURO PARA PINTORES

Outro programa de relacionamento desenvolvido pela empresa é o Seguro de Vida Pintor para os profissionais, em parceria com a Corretora Loschiavo e Mapfre Seguros. Exclusivo para a categoria dos pintores, o produto possui cobertura nacional e é uma inovação no mercado, contemplando seguro de vida, proteção de acidentes pessoais e invalidez permanente por acidente.

Idealizador da novidade, Renato explica: "Em um país onde cresce o número de profissionais autônomos a cada ano, o mercado de seguros profissionais ainda é muito incipiente e o risco de acidentes sem cobertura também aumentou nos últimos anos. Esse seguro foi pensado, cuidadosamente, para atender a essa categoria que, muitas vezes, é totalmente desamparada. O Seguro de Vida Pintor é uma modalidade para o segmento profissional e, nesse caso, vai ajudar o profissional a se precaver contra o inesperado".

A iniciativa também conta com o apoio do MBPM – Movimento Brasil por um Pintor Melhor –, lembra o diretor – "o seguro vai prevenir o inesperado. A maior valorização que uma empresa poderia fazer pelo pintor é a valorização da própria vida dele, por isso, tivemos o cuidado de criar um produto desenhado e moldado às necessidades desse profissional e, ainda, parceria com uma seguradora extremamente consolidada no mercado que é a Mapfre Seguros. Além dos benefícios para o pintor segurado, o consumidor final, que, geralmente, é o contratante do pintor, se sentirá muito mais tranquilo em contratar um profissional segurado para executar os trabalhos na própria residência.

Um aspecto importante é a facilidade de contratação do Seguro de Vida Pintor, já que os profissionais podem contratar uma apólice por telefone ou por Whatsapp e tem a orientação e o apoio da Corretora Loschiavo. O seguro básico pode ser contratado por apenas R$ 135,96 (R$0,38 por dia) e possui pagamento facilitado, podendo ser realizado por meio de boleto bancário em até 4 parcelas ou com cartão de débito, em até 12 vezes. O seguro pode ser contratado pelos números (11) 94312-1412 ou (11) 2219-1412.

A Tintas MC valoriza bastante o profissional de pintura e está consciente de que profissionais de outras categorias também estão se dedicando à pintura das residências.

"O desemprego leva para isso. E acontece no mundo inteiro, mas o bom profissional sempre vai levar vantagem, pois ele faz cursos, tem referências. O pintor é tão importante em nossa estrutura que, quando desenhamos o nosso planejamento para os próximos anos, tinha uma caixinha escrito: Profissional. Queremos desenvolver o profissional. Temos que trabalhar juntos", diz. Para isso, acabaram de contratar Thais Silva, ex-funcionária da BASF e da ABRAFATI, para trabalhar, exclusivamente, para esse profissional. Serão desenvolvidos modelos de treinamento próprio, não apenas o básico, mas em algo diferenciado e, em determinado momento, poderão criar uma carteira com nomes de profissionais que poderão indicar com segurança para os seus clientes. "São pintores que, tradicionalmente, são nossos clientes."

*"Até que me provem o contrário, o pintor faz a listinha para o cliente, indicando uma marca que o consumidor vai comprar na loja. É uma indicação do profissional. O consumidor pode fazer pesquisa na internet, mas vem na loja para agregar mais informação e confirmar a indicação. Então, o pintor é fundamental"*

**RENATO SÁ, diretor de Estratégia e Marketing da Tintas MC**

Renato esclarece que o pintor é quem indica a marca de tinta para o seu cliente.

"Até que me provem o contrário, o pintor faz a listinha para o cliente, indicando uma marca que o consumidor vai comprar na loja. É uma indicação do profissional. O consumidor pode fazer pesquisa na internet, mas vem na loja para agregar mais informação e confirmar a indicação. Então, o pintor é fundamental."

A Tintas MC trabalha com os maiores players do mercado,

como Coral, Suvinil, Sherwin Williams, e, também, tem a marca Veneza, desenvolvida juntamente com a Real, que complementa a linha. "A Veneza é como se fosse uma marca própria, não fornece apenas para a Tintas MC, mas trabalhamos em conjunto no desenvolvimento dos produtos. Não está em nossos planos ter uma marca própria", deixa claro Renato.

Ele enfatiza que trabalhar com produtos normatizados é obrigação de todos os revendedores de tintas. "Tem muito líquido dentro de latas que se diz tinta e isso traz muitos problemas para o nosso mercado. Mas a ABRAFATI (Associação Brasileira dos Fabricantes de Tintas) está fazendo um bom trabalho de certificação das tintas. Não trabalhamos com nenhum produto que esteja fora das normas e isso deveria ser seguido por todos os lojistas. O nosso foco é, sempre, oferecer o melhor para o nosso cliente."

E isso vale para todas as regiões, de classe alta, média ou baixa. "A gente acha que, por estar em uma região mais pobre, os produtos que vendem também não são os melhores. Isso não é verdade. Como tem todo um processo na construção de um imóvel, que pode levar anos, o consumidor quer ter um produto de boa qualidade para não ter que ficar pintando todos os anos a própria casa."

## ACESSÓRIOS

"Temos uma novidade para o mercado. Ao longo destes 54 anos, nós, praticamente, trabalhamos só com Tigre, e, como não somos exclusivos em tintas, chegamos à conclusão de que não deveríamos ser, também, em ferramentas, e fechamos uma boa parceria com a Atlas para ter seus produtos em nossas lojas, agregando mais um fornecedor ao nosso portfólio. Entendemos que o profissional está investindo bastante nas ferramentas."

## ESTRUTURA DA EMPRESA

A Tintas MC é uma empresa familiar, fundada há 54 anos. O M é de Manoel, o mais velho, e o C, da esposa, Cleyde, os fundadores. Manoel trabalhou em uma empresa de tintas e resolveu fundar Tintas MC, que começou pequena, igual à grande maioria dos lojistas, e teve um início muito difícil. Logo depois chamou o irmão Armando para fazer parte da sociedade. O terceiro irmão, Amilcar, que entrou anos após a fundação, é o atual presidente. Mas a empresa vem se transformando. Há dois anos e meio acabou se profissionalizando e fez uma fusão com a Distribuidora Premium, que, também, é uma empresa de tintas, e criaram o Grupo Aliar, o guarda-chuva da Tintas

Einhell

POWER X-CHANGE

# UMA BATERIA PARA TUDO.

A mesma bateria pode ser utilizada em todas as máquinas da linha, muito mais economia para você!

PATROCINADOR OFICIAL DO 13º PRÊMIO EXCELÊNCIA ATACADISTA

**TODA LINHA CONTA COM ASSISTÊNCIA TÉCNICA GARANTIDA!**

Com o sistema **Power X-Change da Einhell**, todas as ferramentas da linha utilizam a mesma bateria. Seja para uso profissional ou em projetos pessoais, desde uma parafusadeira, lixadeira, martelete, aparador de grama ou até mesmo um aspirador de pó, com o Power X-Change você poderá ter muito mais por muito menos: até 60% de economia se comprar a ferramenta sem carregador e bateria.

ANCORA GROUP

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

MC e de outras empresas. A Tintas MC tem em torno de 500 funcionários diretos, são 85 lojas próprias e 11 franquias.

## FLOK

Atenta ao universo de itens decorativos, a holding Aliar adquiriu 40% da Flok, empresa pioneira no desenvolvimento de tecido adesivo para decoração, artesanato e papelaria. Duas lojas da MC já comercializam os produtos da Flok, cujo portfólio contempla tecidos impermeáveis autocolantes com estampas exclusivas em formato de bobinas, azulejos, quadros e outros. No próximo ano, outras novas 20 unidades da MC, também, venderão os itens.

"Vínhamos estudando o mercado de decoração há algum tempo para conhecer produtos que teriam viabilidade nas nossas lojas. Optamos pela sociedade com a Flok porque já conhecíamos a qualidade de seu tecido adesivo e o potencial da marca", afirma Renato Sá. Segundo o executivo, trata-se de um segmento complementar ao de tinta, que auxilia, inclusive, no uso de cores. "Trabalhamos para que o consumidor ouse e saia do branco, e a Flok estimula isso", comenta Sá.

## E-COMMERCE

A empresa está atenta ao crescimento do e-commerce, como conta Renato. "Temos um e-commerce há alguns anos, ainda é algo pequeno em nosso setor, mas sabemos que a velocidade da tecnologia é surpreendente. Qual é o nosso pensamento? Se eu sou líder do varejo de rua, também tenho que ser líder do e-commerce, até porque, se houver uma mudança radical no consumo, temos de estar preparados. A tinta é uma compra bem técnica, por isso, o desenvolvimento do e-commerce ainda é bem lento. Nosso site é muito amigável, onde o consumidor pode interagir mais e levar bastante informação para comprar na loja física. Mas já estamos presentes dentro dos maiores marketplaces vendendo nossos produtos.

## LOJAS CONCEITO

Outro modelo de negócio, contado com muito carinho por Renato Sá, são as lojas conceito. Aliando tecnologia e inovação, o conceito Select leva para os consumidores, os arquitetos e os decoradores uma visualização exata daquilo que ele procura para o próprio projeto, colocando a cor como protagonista do processo decorativo. "Queremos proporcionar uma experiência que vá além da simples compra de tintas. Trabalhamos as sensações de diferentes cores e texturas, com o objetivo de oferecer a melhor experiência de compra para o cliente."

Atualmente, são três lojas, todas em São Paulo.

**Alameda Lorena** - A primeira loja, em parceria exclusiva com a Suvinil, busca proporcionar maior comodidade e segurança na escolha da cor. Um dos diferenciais está no catálogo interativo, conhecido como Cubo Mágico. Feito para o cliente ter a sensação de estar com a cor escolhida em mãos, os cubos com seis lados de 30cm expõem mais 500 cores. O espaço também conta com quatro cabines de iluminação, para mostrar o impacto de luz branca ou amarela na decoração.

*"Queremos proporcionar uma experiência que vá além da simples compra de tintas. Trabalhamos as sensações de diferentes cores e texturas, com o objetivo de oferecer a melhor experiência de compra para o cliente"*

**RENATO SÁ, diretor de Estratégia e Marketing da Tintas MC**

**Campo Belo** - Com um layout exclusivo desenvolvido pela equipe de trade marketing da Coral, a loja conta com aplicações de cores em superfícies como paredes e corrimãos em diferentes acabamentos (fosco, acetinado, semibrilho), além de tintas para tetos e esmaltes para metais e madeiras. Há, também, um catálogo interativo com os sete estilos da linha Coral Decora: romântico, minimalista, moderno, clássico, rústico, retrô e étnico.

**Anália Franco** - Assinado por grandes nomes da arquitetura, a loja conta com seis ambientes decorativos reais para auxiliar na combinação das cores. A Sala de Estar, a Varanda do Sossego, o Home Office, o Espaço Santorine, o Office do Colecionador e o Ateliê de Eliza foram criados de combinação harmoniosa com as paletas de cores da Coral e da Suvinil. A loja ainda possui sala de treinamento e capacitação para pintores e profissionais da área.

# UM UNIVERSO DE **MÁQUINAS** E **FERRAMENTAS**

Guincho de coluna

Torno **fixo**

Furadeira de **bancada** e **coluna**

Compressores **de ar**

**Serras** para **ferro** e **alumínio**

**Cortador** de grama **elétrico**

**Cortador** de grama à **combustão**

**Geradores à diesel** e à **gasolina**

**Motoesmeril**

**Roçadeiras**

**Motocultivador**

UMA **VARIEDADE DE MÁQUINAS** PARA O SEU JARDIM, **AGRICULTURA, FERRAMENTAS** PARA CONSTRUÇÃO **CIVIL** E **MUITO** MAIS.

www.**gmeg**.com.br

MOTOMIL® Eletroplas® Garthen® GMEG

Marcos Atchabahian, diretor de Compras da Village

# VILLAGE HOME CENTER
## Aposta no consumidor de baixa renda

A Village Home Centers tem 18 lojas em São Paulo e Grande São Paulo, além de um Centro Logístico e Depósito na rodovia Anhanguera, onde todo o material que não é autosserviço, fica estocado em uma área de 50 mil metros quadrados.

Está no mercado há 38 anos, começou revendendo portas e esquadrias de madeira, em Osasco, cidade onde a empresa iniciou com uma loja de 350 metros quadrados.

"Éramos quatro jovens, primos, cuja descendência armênia do meu avô nos levava para o comércio", conta Marcos Atchabahian, um dos fundadores e diretor de Compras da Village.

"O público comprador da rede de lojas é, predominantemente das classes C e D, com muito orgulho", diz Marcos. "A venda de tintas representa cerca de 12% do nosso faturamento", complementa.

Trabalhando com marcas premium e uma de entrada, a Village Home Center treina os próprios vendedores a oferecer o melhor produto, dentro do tíquete do comprador. "Nós recebemos treinamentos dos fabricantes e, por conhecer bem a nossa clientela, também oferecemos produtos que possam ser utilizados na obra e que o cliente não sabe, como os impermeabilizantes" , conta Edson dos Santos, gerente da Village Home Center da av. dos Remédios, em São Paulo. "O cliente tem que estar ciente de que o local a ser pintado tem de estar sem umidade ou infiltração, caso contrário, a pintura não vai ficar boa. E o cliente voltará à loja para questionar a qualidade da tinta", explica. "O perfil do nosso público é C,D,E, que, também, procura tinta boa de primeira linha, tem bastante informação. Os profissionais indicam muito a nossa loja, que trazem o cliente para ver a paleta de cores e, depois, volta, sozinho, para efetivar a compra ou comprar outros produtos", complementa Edson

Marcos se orgulha do treinamento que a empresa realiza com os seus vendedores. "Procuramos estar, sempre, preparados para orientar o cliente sobre o melhor produto para cada caso analisado pelos nossos vendedores. E a impermeabilização é muito importante para o bom acabamento da pintura. Temos um espaço próprio para os fabricantes realizarem os treinamentos com os nossos funcionários", diz.

### ENTREGA E CAFÉ

Conhecer o perfil dos clientes é um diferencial da Village Home Center. E isso acontece há muitos anos, desde quando abriram a primeira loja, no centro de Osasco, para vender esquadrias e portas de madeira. Era o ano de 1979 e o sr. Neubar, pai de Marcos o chamou, juntamente com o primo Krikor, para propor um negócio.

"Meu pai tinha um prédio de três andares em Osasco, com o piso térreo vago e propôs para mim, meu primo Krikor, de 21 anos, e outros dois primos de 16 anos, abrir uma loja para comercializar esquadrias e portas de madeira. Como tinha uma pequena construtora, conseguiu os contatos com os fabricantes para termos na loja. O compromisso era não parar de estudar, mas o Krikor, que estava no primeiro ano de Engenharia há um bom tempo, e eu, com 18 anos, e me preparando para o vestibular, vimos uma boa oportunidade de começar a vida. Os outros dois eram menores de idade e só iriam trabalhar meio período para não interromper os es-

Edson dos Santos, gerente da loja localizada na av. dos Remédios, SP

tudos", conta Marcos. O pai deixou bem claro que não queria que parassem de estudar, mesmo com o negócio dando certo. Começaram a loja em junho de 1980, mesmo ano em que Marcos entrou na faculdade de Ciências Jurídicas, que cursava à noite, e Krikor trancou o curso de Engenharia na FAAP.
A loja recebeu o nome de Esporta, uma associação de esquadria com porta, mas pouca gente falava que a conhecia por esse nome, mas, sim, Casa das Portas, ou Esquina das Portas.

## VILLAGE, O NOME DO BALCÃO

O nome Village só surgiu a partir da segunda loja, inaugurada em 1989, nove anos depois da primeira, como conta Marcos: "Quando fomos abrir a segunda loja, também em Osasco, mas com área de quase 2.000 metros quadrados, e no centro da cidade, resolvemos fazer uma pesquisa com os clientes que entravam na loja. De balcão, mesmo. Anotavamos em um papel os nomes sugeridos e Village venceu, disparado. Pronto, estava escolhido o nome da primeira, da segunda e das próximas lojas que sonhávamos em ter." Marcos e o primo faziam de tudo na loja. Vendas e entregas, estas, feitas por Marcos em uma velha caminhonete Chevrolet Brasil ano 1960.
"Eu fazia a entrega dos produtos comprados em todos os bairros e conhecia as pessoas, era convidado para tomar um cafezinho e ver suas casas. Foi assim que entendi o perfil do nosso cliente, humilde, mas que honra muito os compromissos assumidos e só faz a compra quando tem certeza de que vai honrar as prestações", afirma.
"Atendemos a esse cliente desde 1980, quando era desprezado pelos demais lojistas. Na época, a inflação era muito alta, não tinha venda a crédito. Enfim, passamos por muitas dificuldades, mas fomos ganhando experiência e o nosso foco, até hoje, é esse cliente", conta.
O pai de Marcos, Noubar, e os tios, eram filhos de imigrantes pobres. "Meu pai era torneiro mecânico, um engenheiro frustrado. Ele e os meus tios trabalharam vários anos na feira livre, até juntar um pequeno capital e abrir um comércio de venda de cereais. Meu pai sempre dizia que, para quem não tem capital e quer trabalhar, o melhor comércio é a feira: compra a prazo e vende à vista" diz, orgulhoso, Marcos.
Dos quatro irmãos, nasceram sete filhos homens e outras tantas mulheres. Na Village Home Center, além de Marcos e Krikor, são sócios: Alexandre, Ricardo, Marcelo, Artur e Júnior. E não falam em sucessão familiar. "Está em contrato, nossos dependentes não podem estar no negócio. Já imaginou quantos parentes teriam de trabalhar..."
"Fomos construindo, passo a passo, a nossa história, com muitos erros e acertos. Passamos por grandes crises econômicas, mas queríamos fazer o nosso negócio prosperar. Começamos sem funcionários e uma loja. Hoje, temos 18 lojas, um Centro de Logística com 50 mil metros quadrados e 600 funcionários diretos. É uma longa história, trabalhando com o cliente de baixa renda, cuja maior necessidade é o crédito." Marcos está otimista quanto ao aquecimento do comércio, hoje em dia.
"A economia está dando sinais de aquecimento, o desemprego não é mais uma sombra e esse consumidor está voltando, lentamente. Percebemos isso, claramente, em nossos mapas de vendas a crédito, com o alongamento das prestações para sete ou oito prestações. Não fazemos a operação financeira, deixamos para as instituições financeiras. Queremos crescer cada vez mais. De 2015 até agora, abrimos 4 lojas, ou seja: crise é oportunidade. Imóveis desocupados, os proprietários querendo negociar."
Os clientes da Village preferem não fazer financiamento. "Eu falo que, se pagar à vista, tem desconto de 10%. Ele não aceita, pois, se pagar a vista não vai ter dinheiro para passar o resto do mês. Então, ele coloca R$ 300 no orçamento mensal, cabe no bolso, e fecha o negócio. Para contrair uma dívida de R$ 300 em 10 meses, ele tem de estar seguro que não vai perder o emprego, mas, se sentir insegurança, ele não vai fazer dívida, para o nome não ficar negativado. É um público que preza muito o nome e honra os próprios compromissos."

## TINTAS

"Trabalhamos com multimarcas e, em algumas unidades, temos o sistema tintométrico. São, basicamente, quatro marcas: Coral, Suvinil, Eucatex e Tintas Irajá, esta mais popular, mas, sempre, obedecendo às normas. Temos espaço definido dentro das unidades, especificamente para tintas, com vendedores capacitados e treinados para orientar o cliente, seja para os produtos premium ou os de entrada. Em acessórios, nós trabalhamos com Atlas e Tigre, fora as infinidades de outros produtos que agregam valor."
A Village gostaria de poder indicar profissionais para realizar o trabalho, mas, como ainda não se sentem seguros, preferem não indicar, diretamente, o profissional, pois, qualquer problema, será responsabilidade da loja.
Tinta é bem-estar para as pessoas.

## E-COMMERCE

Marcos sabe que o e-commerce é uma realidade, porém, ainda não implementou nas lojas.
"Por enquanto, não desenvolvemos o nosso e-commerce, mas

sabemos que é uma realidade e que devemos ficar atentos para essa movimentação. Estamos pensando seriamente, no menor prazo possível, fazer um site de e-commerce. Atualmente, o nosso site é institucional. Alguns produtos funcionam muito bem na venda pela internet, como tinta ou cimento. Agora, material de acabamento, como piso e revestimentos, é preciso o presencial no ponto de venda, porque ainda são importantes o toque e a visualização do produto. Nosso consumidor não pode se dar ao luxo de jogar dinheiro no lixo."

## SENNA

No dia a dia, os sete primos sócios só conversam sobre números, tintas, material de acabamento, fornecedores, clientes e o mercado de materiais de construção. O assunto muda apenas quando acontece uma corrida de Fórmula 1. É que Krikor estudou na mesma classe de Ayrton Senna, nosso tricampeão mundial da categoria, no Colégio Rio Branco. "Ele era bem quieto, focado. Naquela época, corria de kart e, quando chovia, não aparecia na escola. Estava treinando em Interlagos. E, muitos de nós, também, íamos para o kartódromo de Interlagos para vê-lo pilotar", lembra, emocionado, Krikor.

*"Trabalhamos com multimarcas e, em algumas unidades, temos o sistema tintométrico. São, basicamente, quatro marcas: Coral, Suvinil, Eucatex e Tintas Irajá, esta mais popular, mas sempre obedecendo às normas"*

**MARCOS ATCHABAHIAN, um dos fundadores e diretor de Compras da Village**

# UM BRINDE À SAÚDE

Filtros, bebedouros e purificadores de água são produtos que garantem boa rentabilidade ao revendedor. Afinal, quem não quer saúde? Então, trabalhar com este nicho de mercado, vai contribuir, e muito, para a qualidade de vida dos clientes.

## ACQUABIOS

Fortalecer as parcerias já existentes e investir em novos pontos de venda. Essa foi a estratégia da Acquabios para 2018, que enxergava a possibilidade de uma recuperação econômica no primeiro semestre, mas não aconteceu como a empresa de filtros e purificadores de água esperava. "Considerando o cenário, decidimos deixar os novos lançamentos para 2019. Aproveitamos este ano para redesenhar as nossas embalagens e deixar os produtos mais atrativos", diz Daiane Panazzolo, diretora da Acquabios. Por contar com produtos de baixo custo na aquisição e reposição, Daiane destaca a boa margem de lucro para o lojista. "Os nossos produtos giram muito rápido no ponto de venda, e deixam uma margem de rentabilidade superior à concorrência", explica. Para manter as boas parcerias, a equipe de representantes e gerência externa visita os pontos de venda periodicamente. A empresa fornece material, prepara campanhas direcionadas ao vendedor para entender a real necessidade do cliente. "O revendedor é o nosso canal até o consumidor, sendo de extrema importância que ele entenda a necessidade de explicar ao cliente final a diferença entre os diferentes sistemas de filtração e purificação", finaliza.

## AQUAPLUS

A empresa esperou o segundo semestre para levar ao mercado os seus lançamentos. O Filtro 200 Branco e Transparente, na versão Blister, é o principal destaque. "O modelo tem uma torneira de metal cromado, desenvolvida com alta tecnologia, superior a qualquer torneira plástica", explica Cezar Alexandre Cardoso, diretor da empresa. Além de contar com uma linha direta para atendimento de distribuidores e revendedores, a Aquaplus dispõe de um departamento de engenharia pronto para oferecer treinamentos especializados. "O revendedor deve entender que a água é um meio muito importante para nossa vida e a saúde, sempre destacando qualidade e eficiência na filtração do produto", completa. A instabilidade do mercado não deixou a Aquaplus parada no tempo. Há dois anos, a empresa mudou as suas instalações para o município de Arujá-SP e ampliou em mais de 100% a capacidade produtiva.

## DECA

A Deca segue atenta às tendências de mercado para atender ao consumidor da melhor maneira. A linha de filtros Twin foi eleita o foco da empresa para este ano. Entre os produtos, destaque para o Misturador monocomando de mesa com filtro, Torneira de mesa com filtro, Torneira de parede com filtro, Filtro de parede Single e Filtro de mesa Single. "Com esta diversidade de modelos, conseguimos atender a diferentes públicos, projetos e necessidades. Os filtros da linha Twin são ideais para ambientes compactos, pois não ocupam espaço embaixo da bancada", explica Theo Vieira, diretor da Deca. Por contar com design compacto e funcional, os produtos atendem a uma crescente demanda por modelos que otimizam o espaço da bancada e podem ser colocados, também, na parte de baixo. Além do acabamento cromado, a linha oferece outras opções de cores (D.coat Black Matte e Red Gold), que podem acompanhar a decoração do ambiente. "Os produtos dessa linha, unem eficiência e praticidade, e todos os modelos possuem bica móvel e arejador articulado nas torneiras e monocomando", completa Vieira. Esse refil tem vida útil aproximada de 1.500 litros, o que equivale a 75 galões de água. Isso oferece economia para o bolso do consumidor e contribui com o meio ambiente, pois reduz a produção dos galões e a logística que a sua reposição exige. O Filtro Twin integra torneira e filtro num só corpo, com o elemento filtrante (refil) já embutido. Possui retenção de partículas na medida certa, detecnologia Carbon Block e certificado pelo INMETRO, garante a qualidade da água. "Está disponível nas versões mesa ou parede e é indicado para casas e apartamentos (baixa e alta pressão). Para quem possui só um ponto de entrada de água, as versões, unido à torneira ou unido ao monocomando, são as melhores opções", complementa. Junto aos revendedores, a Deca aposta no trabalho de relacionamento. São realizadas visitas periódicas às revendas para entender as necessidades e as oportunidades que o mercado oferece. "A partir daí o treinamento pode ser oferecido para a revenda ou solicitado por ela. Em nosso treinamento, sempre destacamos ao revendedor a excelente performance dos nossos filtros em diversos parâmetros de qualidade, assim como a redução de, aproximadamente, 97% das partículas de impurezas, a redução de mais de 90% do cloro, a certificação pelo Inmetro e o atendimento à norma NBR 14908", comenta. Vieira destaca que o mercado de materiais de construção ainda está se estabilizando. "Mas, de acordo com a Pesquisa Mensal do Comércio do IBGE, o volume de vendas do comércio desse segmento cresceu 4,8% no 1º trimestre de 2018, quando comparado ao mesmo período de 2017, indicando um ano de crescimento real", completa.

## LATINA

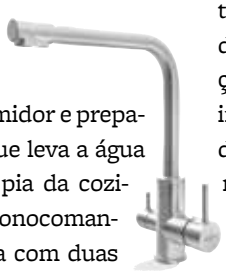
A empresa aposta na tecnologia para manter o lojista informado sobre os seus produtos e os diferenciais de mercado. Para isso, lançou um site rico em informações e investe em blog posts para levar informação ao revendedor.

O Purificador de Água Refrigerado (PA733) é o destaque da Latina para este ano. O modelo conta com um reservatório de 2,1 litros de capacidade, remove as impurezas, o odor e o cloro, além de aumentar o pH da água e preservar o flúor. "O PA377 dispõe de uma bica móvel, pensada e projetada para facilitar o enchimento de jarras e garrafas. O modelo ainda é leve, compacto e pode ser fixado na parede", explica Valdemir Dantas, presidente da Latina Eletrodomésticos. Para treinar o lojista, a empresa foca os seus esforços em inovação e aposta na informação como estratégia para que o produto tenha boa saída para o consumidor.

### PLANETA ÁGUA

Os purificadores de água coloridos são o destaque da Planeta Água para este ano. Os modelos estão disponíveis nas versões para bancada e parede. "Além destes lan- çamentos, incluímos em nosso portfólio uma grande variedade de Conexões para mangueiras atóxicas, muito úteis e importantíssimas para todas as lojas de materiais de construção", conta Juliano Frizzo, gerente de Marketing. As embalagens e os materiais de divulgação da Planeta Água são pensados para o lojista, dispondo de informações e imagens para atrair e converter a venda do consumidor na loja. "As nossas áreas de Engenharia e Qualidade estão, constantemente, testando os produtos vendidos conforme as orientações do INMETRO, independentemente se o produto possui certificação (como os aparelhos filtros e/ou purificadores de água) ou não possui (no caso de acessórios e alguns refis)", explica. Os refis da marca passam por certificação voluntária, o que atesta a qualidade. Para melhor exposição, os produtos podem ser posicionados nos displays de chão ou balcão. A empresa ainda realiza treinamentos por todo o Brasil, mas, também, investe na comunicação por e-mail para manter toda a rede de distribuição atualizada. "Em breve, lançaremos um material a toda a nossa rede de clientes, com bons argumentos, para que o consumidor saiba o quão importante é ter produtos para melhoria da água que consumimos", completa.

### TRAMONTINA



A Tramontina quer facilitar a vida do consumidor e preparou um lançamento que leva a água filtrada direto para a pia da cozinha. O Misturador Monocomando Monde Filter conta com duas saídas: uma, para água quente e outra, para água fria. Feito de aço inox, o modelo é compatível com qualquer filtro do mercado de entrada, de 1/2. As paredes internas do misturador são livres de porosidades, que impedem o acúmulo de partículas que podem estar presentes na água. Oferece rotação de 360°, arejador, sistema antigotejamento e 10 anos de garantia contra defeitos. A empresa se aproxima dos revendedores por meio da rede de representantes. Os treinamentos são prestados por promotores técnicos da fábrica, além de investir em constante exposição no PDV para estar, sempre, em destaque.

### DOCOL

A DOCOL teve vários lançamentos este ano, como a tecnologia DocolChroma, com garantia de cor e acabamento impecáveis aos metais e três novas linhas de chuveiros, que prometem a melhor experiência de banho. "Além desses, continuamos investindo em apresentar ao mercado a linha de purificadores de água DocolVitalis. Lançado em 2017, os produtos foram bem recebidos pelo mercado e acreditamos ter um potencial ainda maior. Pensando sempre em levar ao mercado soluções atuais, com design, qualidade, inovação e sustentabilidade, 2018 ainda terá novidades da marca" complementa Marcus Menezes, diretor Comercial e Marketing da Docol. Todos os produtos da marca são pensados para levar soluções práticas, com design, qualidade, inovação e sustentabilidade à vida das pessoas. Falando especificamente do DocolVitalis, é uma solução inovadora, pois oferece água pura para beber da maneira mais prática, direto da torneira. São duas bicas independentes, uma para água normal e, outra, para água pura, que podem ser usadas simultaneamente. A água

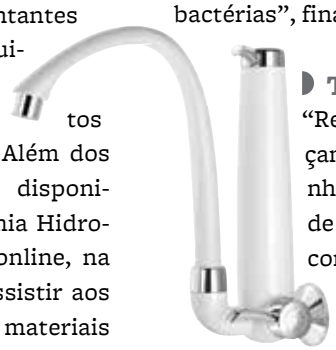
OPÇÃO ATACADISTA 5
Reconhecimento se constrói a cada dia.
Conquistamos o 13º Prêmio Excelência Atacadista Distribuidor 2018.
São 5 anos de muito trabalho e dedicação.
Ao longo desses anos o carinho e o respeito a você cliente tem feito a nossa empresa progredir e evoluir.
O nosso muito obrigado aos nossos clientes!
www.opcaoatacadista.com.br
QNN25, CJ C/D LOTES 44 a 46 CEILÂNDIA NORTE-DF
(61) 3013-5200

pura tem classificação máxima do INMETRO. Reduz o cloro, retém partículas e o principal, elimina 99% das bactérias presentes na água. "Temos uma equipe exclusiva responsável por fazer treinamentos online e presenciais com as revendas. Além disso, os materiais de comunicação dão suporte e levam as informações ao maior número de pessoas possíveis", destaca Marcus. O revendedor deve destacar a importância da qualidade da água. Sempre solicitamos que destaquem a importância da qualidade da água. Pra isso, o treinamento destaca a eficiência do produto e reforça que passam por um processo rigoroso de certificação do INMETRO. Acreditamos numa tendência de crescimento, já que produtos que colaboram para a saúde e bem-estar são, cada vez mais, procurados.

### HIDROFILTROS

A Hidrofiltros tem buscado entender bem o seu público e, seguindo isso, trouxe algumas novidades. O lançamento recente de refis Facile apresenta novas possibilidades de aplicação para nossos clientes, entregando muito mais facilidade e versatilidade na utilização, por meio do encaixe de TROCA RÁPIDA. Esses modelos possuem tecnologias que garantem alto poder de retenção de sedimentos, reduzem o índice de cloro, além de deixar a água livre de gostos e odores desagradáveis. O objetivo desse lançamento, em específico, é trazer soluções de simples instalação e baixo nível de manutenção, permitindo que a experiência do consumidor, com filtros e purificadores de água, seja muito mais positiva. Nossa empresa considera que são produtos preparados para o futuro, pelo fato de já estarem preparados para possibilitar a utilização de outras tecnologias de filtração. Esse lançamento já conta com os modelos Facile B3 (de tecnologia HPC para redução do cloro) e Facile B5 (de tecnologia ALK, composta por minerais que possuem, como principal característica, tornar a água alcalina), revela Adilson Junior, analista de Marketing. Outra novidade importante de 2018 é o lançamento do Economy Fit. Muito solicitado pelo público, o novo purificador traz com ele a possibilidade de substituir os inapropriados garrafões de água de 20 litros, que têm difícil transporte para quem o instala, aumenta a disponibilidade de água e tornar-se, ainda, mais atrativo pelos enormes benefícios financeiros. O novo purificador já sai de fábrica equipado com refil modelo Facile B3, que garante a qualidade de água e, no mínimo, 4.000 litros. Muito importante: o Economy Fit proporciona economia de aproximadamente R$ 2.000,00, já na primeira troca do refil, considerando um valor médio nacional de R$ 12,00 por garrafão. Se o objetivo é evitar os transtornos que o garrafão de água tradicional oferece, o Economy Fit é mais que uma ótima opção. Outra iniciativa de 2018 é o lançamento do Kit Experiência Hidrofiltros. A ideia visa a atender ao pequeno lojista com um kit que contempla as principais ofertas para filtração especial. Disponíveis em quantidades reduzidas, é possível ter uma grande variedade de produtos, com baixo investimento e alta taxa de retorno. Além disso, o lojista tem a possibilidade de iniciar no mercado de filtração de água com os filtros e os purificadores mais procurados no mercado. Esse kit tem caixa de transporte que pode ser transformada no próprio expositor dos produtos na loja. Além de todos esses lançamentos, há um

projeto muito importante em andamento, que é a atualização de todas embalagens para um formato mais amigável e interativo, procurando se aproximar mais do consumidor final. As novas embalagens trazem o aviso de troca inteligente, que consiste no envio de um SMS ao cliente avisando do momento ideal para a troca do refil. **Relacionamento com revendedores:** As ações da Hidrofiltros vão muito além do relacionamento direto com o lojista comprador. Um dos propósitos é criar sinergia entre a empresa e os principais públicos: o consumidor final e o lojista. "Hoje, por meio dos gestores regionais, estamos treinando representantes e promotores. Com as equipes treinadas, poderemos multiplicar os treinamentos de vendedores nos PDVs. Além dos treinamentos presenciais, disponibilizamos acesso à Academia Hidrofiltros é uma plataforma online, na qual o vendedor poderá assistir aos vídeos e fazer download de materiais sobre nosso portfólio de produtos. Tudo isso possibilita que o vendedor tenha à mão todo o conhecimento necessário para sair vendendo filtros e purificadores Hidrofiltros. **Treinamento:** Isso é importantíssimo. É a preocupação com a qualidade da água, que dita nosso trabalho enquanto empresa de soluções em filtração. Nos treinamentos, ressaltamos muito a importância do assunto. São diversos os fatores que influenciam na qualidade da água, como, por exemplo, a região onde o consumidor vive e se essa região é/foi assolada em virtude de ações humanas. Treinamos nossas equipes de venda com base em casos do dia a dia, ao mostrar os resultados evidentes do uso e consumo de água com filtro e sem filtro. **Mercado:** O mercado sempre está aquecido para a preocupação com a qualidade da água, apesar de percebermos uma leve sazonalidade nos períodos mais frios do ano, por causa da diminuição no consumo de líquidos e à diminuição da proliferação de algas que ocorre com o calor. A preocupação do consumidor com a sua saúde vem aumentando e as soluções criadas são cada vez mais práticas, portáteis e eficazes. Percebe-se que o mercado brasileiro está criando uma conscientização maior sobre a qualidade da água e dos alimentos que consome. Essa tendência está conscientizando os consumidores da real necessidade de consumir água filtrada, purificada, alcalinizada, livre de vírus e bactérias", finaliza Adilson Junior.



## TIGRE METAIS

"Recentemente, lançamos a nossa nova linha de Purificadores de Água – um produto com rendimento 50% maior que outros filtros similares do mercado. Para se ter uma ideia, um único refil filtra até 1.500 litros de água - o que equivale a, aproximadamente, 75 galões de água de 20 litros", conta Rene Kuhnen, gerente de Marketing de Produtos da Tigre. Além de reduzir o cloro, odores, partículas da água e serem certificados pelo Inmetro (Portarias nº 344/2014 e 394/2014), o maior diferencial dos novos Purificadores Tigre é o exclusivo sistema de filtração por Carbon Block. Diferentemente das outras torneiras em ABS com purificador do mercado, que usam o carvão ativado em pó, o nosso elemento filtrante (parte interna do refil) é o único desse segmento feito com Carvão Ativado Sólido. Esse sistema oferece maior segurança ao usuário, pois evita a liberação de partículas de carvão no processo de eliminação de contaminantes de água. Outra vantagem desse sistema é que ele possibilita o formato compacto do refil, um enorme benefício, pois ocupa menos espaço na pia da cozinha. "E, por falar em facilidade no uso, os Purificadores Tigre possuem volante com mecanismo inteligente, pois é possível acionar o filtro e a torneira pelo mesmo registro. A linha conta, também, com design diferenciado, visual moderno e duas opções de cores: branco e branco com cromo. São fáceis de instalar, não necessitam de assistência técnica para manutenção. Também, não é necessário fazer a limpeza do elemento filtrante, dessa forma, basta descartar o refil após sua vida útil", destaca Rene. A Tigre possui relacionamento muito próximo com os seus revendedores e disponibiliza diversos cursos de aperfeiçoamento aos parceiros por meio do portal chamado 'Mundo Tigre'. No site, os revendedores têm acesso a mais de 60 treinamentos. Recentemente, a Tigre lançou também o 'Mundo Tigre Gestores'. Direcionado para administradores de revendas, essa iniciativa é destinada aos profissionais responsáveis pela gestão do negócio. Os cursos são a distância e o conteúdo aborda estratégias para PDV, gestão financeira, fluxo de caixa, comportamento do consumidor, gestão de estoques etc. "O revendedor deve destacar a importância da qualidade da água, isso é um ponto importante quando falamos em purificadores. Por isso, disponibilizamos aos revendedores todas as especificações técnicas dos produtos para que eles possam explicar aos consumidores os fatores que diferenciam os produtos da Tigre", diz o gerente. A recente crise hídrica pela qual passamos fez com que as pessoas ficassem mais atentas quanto à qualidade da água fornecida pelas companhias de saneamento. E contribuiu para o aquecimento do mercado de purificadores de água e bebedores.

**LORENZETTI**

Prestes a completar 95 anos de história, a Lorenzetti desenvolve há décadas soluções práticas e modernas ideais para os lares brasileiros. Na categoria de purificadores de água não é diferente. A empresa possui uma linha de produtos com características adequadas às diferentes demandas e ao bolso do consumidor. “Os modelos Naturalis e Gioviale se destacam pela alta capacidade de purificação. Enquanto o Gioviale é mais compacto, idealizado para atender a demandas menores, contando com refil que apresenta durabilidade estimada em quatro mil litros, o Naturalis atende um volume maior, oferecendo durabilidade do refil de, aproximadamente, seis mil litros”, explica Paulo Sergio Galina, gerente de Marketing da Lorenzetti. A empresa oferece outros modelos de purificadores adequados a diversas necessidades, como Vitale, Acqua Bella e Versatille. O Vitale é um produto compacto que permite a instalação sobre a pia ou na parede. Já o Acqua Bella, é indicado para os consumidores que preferem um purificador com torneira. Outro destaque é o Versatille, como o próprio nome destaca, se diferencia por ser totalmente versátil. Compacto, o produto pode ser instalado diretamente na torneira e é ideal para utilização em áreas gourmet e pode ser levado para outros locais. “A Lorenzetti conta, ainda, com linha completa de filtros para uso específico, indicados a instalação nos pontos de entrada e de uso. Trata-se da linha Loren Acqua, que vão desde aparelhos para o consumo de água até modelos utilizados em máquina de lavar roupa, caixa d´água e piscina”, comenta. A Lorenzetti oferece produtos com preços competitivos, o que contribui para a empresa atingir todas as classes sociais. “Acreditamos que o revendedor é um dos mais importantes pilares para alcançar bons resultados. A empresa oferece treinamentos constantes para que eles estejam preparados a atender, com qualidade, o consumidor, esclarecendo dúvidas e capaz de apresentar a melhor solução para cada necessidade”, conclui.

# Centenária, MAS JOVEM

O grupo Votorantim iniciou com uma empresa de tecelagem instalada no bairro Votorantim, em Sorocaba (SP), em 1918. Suas atividades eram de produção têxtil, exploração de minas de calcário e ferrovia. O fundador foi o imigrante português Antônio Pereira Inácio, em 1918. Anos depois, a empresa foi comprada pelo seu genro, José Ermírio de Moraes, um engenheiro pernambucano formado pela Escola de Minas do Colorado, EUA.

José Ermírio passou a diversificar as frentes de negócios da empresa, que, até então, atuava somente no setor têxtil, e ingressou no setor químico por meio da aquisição da Companhia Nitro Química. Investiu, também, na produção de cimento e alumínio, criando a Companhia Brasileira de Alumínio (CBA) e passou a atuar nos setores de energia, siderúrgico, papel e celulose, financeiro e suco de laranja. Em 1933, o grupo entrou na atividade cimenteira e, no ano seguinte, passou a fazer aço na Siderúrgica Barra Mansa, no Rio de Janeiro. Hoje, o grupo está presente em 20 países, tem mais de 40 mil empregados e faz a gestão de oito empresas, entre as quais Votorantim Cimentos. Em 2018 o grupo completou 100 anos de um legado feito para durar.

Com o seu falecimento, em 1973, seu filho, Antônio Ermírio de Moraes, assumiu o controle da companhia, juntamente com o irmão, José Ermírio de Moraes Filho.

A empresa comercializa mais de quarenta produtos no Brasil, como as marcas Itaú, Matrix, Poty, Tocantins, Engemix, Votoran e Votomassa. No país, possui 110 centrais de concreto, 28 unidades de agregados, 27 unidades de produção de cimento, uma unidade de calcário e oito unidades de argamassa, bem como vinte e sete reservas de calcário.

No ano de 2012, acrescentou 16,3 milhões de toneladas à capacidade produtiva mundial, que passou de 34 milhões para 52,2 milhões de toneladas por ano. Com a operação, incorporou uma fábrica de clínquer, 78 centrais de concreto, 22 unidades de agregados, cinco unidades produtoras de argamassa, oito moagens, uma de cal hidratada e 13 fábricas de cimento.

Apoio à educação e ao voto consciente

A Votorantim renova o próprio papel de empresa cidadã e apoia o voto consciente. “A Votorantim acredita na democracia e na transformação do país por meio da empresa”, diz o CEO João Miranda. “As eleições deste ano são muito importantes para o futuro do Brasil, com grande debate sobre política e ética, e esta é uma oportunidade única de participação da sociedade na construção deste futuro com o engajamento na discussão de temas de grande importância e no voto consciente.”

Também, renovou o seu compromisso com a educação básica de qualidade.

“A educação sempre foi prioridade para a Votorantim, e, para celebrar o centenário, decidimos ampliar a abrangência de um programa que, efetivamente, melhora a qualidade da educação pública nas cidades onde é implantado”, diz João Miranda. A companhia buscou deixar um legado para a sociedade, e levou o programa Parceria Votorantim pela Educação (PVE) para mais de 100 municípios onde atua. O PVE contribui para uma melhora na educação desses municípios, mensurada por meio das avaliações do ensino básico feitas pelo MEC. O programa permanece até quatro anos em cada cidade, capacitando os gestores públicos municipais da área de educação.

“Acreditamos que a educação de qualidade tem uma força transformadora enorme na sociedade, e estamos renovando nosso compromisso de apoiar esse tema nas comunidades onde atuamos”, afirma João Miranda.

# 5 perguntas para Hugo Armelin

Diretor de Vendas e Marketing Brasil – Votorantim Cimentos

**Qual a importância do mercado varejista para a Votorantim Cimentos?**

O mercado varejista se destaca como protagonista no desenvolvimento do Brasil, contribuindo para a retomada do crescimento da economia. Segundo dados do ranking da Sociedade Brasileira de Varejo e Consumo, as pequenas redes são bem sucedidas por causa da flexibilidade de negociação, vantagens em termos de atendimento, pois conhecem os clientes, além de tomar decisões com mais agilidade.

O mercado varejista é prioridade para nós, da Votorantim Cimentos. Temos grandes parceiros com quem construímos relações duradouras e dividimos uma história de desafios e oportunidades. Temos o Conselho de Clientes, com reuniões que ocorrem duas vezes por ano e são organizadas por região e por perfil, segmento imobiliário (grandes construtoras) e segmento de autoconstrução (varejistas de pequeno a grande porte). Consultar nossos clientes é essencial para o avanço da nossa indústria e para o desenvolvimento de novos produtos.

É por isso que somos incansáveis na busca de soluções para o mercado varejista. No último ano, lançamos o Pague Flex, que garante condições exclusivas de parcelamento das compras, que melhoram o capital de giro, especialmente dos pequenos varejistas, e o programa Papo de Balcão, que oferece capacitações e dicas de negócio para os profissionais que atuam no segmento varejista. Além do programa de relacionamento Juntos Somos+, que existe desde 2014.

**Como o consumidor pode diferenciar as qualidades dos produtos Votorantim?**

Temos a melhor equipe do mercado e somos focados no desenvolvimento das melhores soluções para nossos clientes e para os consumidores, conectadas com as necessidades atuais e futuras da sociedade. Somos desafiados, constantemente, a revisitar nossos drivers de negócios para sempre oferecer soluções em produtos e em serviços diferenciados, e investimos, fortemente, em inovação.

Nossa linha de produtos e serviços comprova isso, fomos a primeira empresa no Brasil a ofertar um cimento para cada tipo de obra. Temos, hoje, cimentos desenvolvidos, especialmente, para cada tipo de aplicação de uma obra. Só para citar um exemplo, nosso cimento Obras Estruturais apresenta 20% mais resistência para obras de concreto e seca três vezes mais rápido, permitindo uma obra mais rápida e eficiente.

**Quais as diferentes marcas utilizadas em todo o Brasil? Ou a Votorantim é marca única?**

A Votorantim Cimentos tem um portfólio diversificado, é líder de mercado no Brasil e está entre os dez maiores produtores do mundo, com uma marca única, mas que possui diferentes marcas de produto de acordo com as características regionais.

Argamassa: Votomassa e Linha Matrix.

Cimento: De acordo com a região do país, os produtos podem ser encontrados em quatro diferentes marcas: Votoran, Itaú, Poty e Tocantins. Todas as marcas possuem quatro tipos de cimento: Obras Estruturais, Obras Especiais, Obras Básicas e Todas as Obras.

Plastificante: Liga para Massa Itaú, Cal de Pintura Itaú, Cal Hidratada CH-III Itaú.

Insumo agrícola: Calcário Itaú.

**Quais as fábricas Votorantim Cimentos no Brasil?**

No Brasil, são 27 plantas de cimento (fábricas e moagens).Vale lembrar que estamos presentes em outros 11 países.

**O processo de fabricação ainda é o mesmo?**

Sim. A fabricação do cimento é a mesma, porém, o que está mudando é a participação do coprocessamento nesse processo de fabricação. O coprocessamento é o aproveitamento de resíduos como coco babaçu, caroços de açaí, pneus e biomassas, entre outros, para substituir parte do combustível fóssil usado na fabricação de cimento. Essa substituição ajuda na redução do uso dos combustíveis fósseis usados na fabricação do cimento, na redução da emissão de gases do efeito estufa, como o $CO_2$, e ajuda a reduzir os passivos ambientais nos aterros sanitários, melhorando a saúde pública.

A Votorantim Cimentos assumiu o compromisso de reduzir as emissões de $CO_2$ em 25% até 2020. Em 2017, reduzimos 17% de $CO_2$ em comparação ao ano base (1990). Globalmente, a empresa reduzir o fator clínquer/cimento de 77,0%, em 2016 para 76,6%, em 2017, o que a aproxima da meta 2020, que estabelece o fator clínquer/cimento das operações em 72%. No ano de 2017, 25% dos combustíveis usados em todas as nossas operações no Brasil tiveram como origem fontes renováveis. Encerramos 2017 com operações de coprocessamento em 29 fornos de cimento no mundo. Ao todo, consumimos 676,8 mil toneladas de biomassas, pneus e resíduos, o que significou a redução de 554,8 mil toneladas de emissões de $CO_2$.

Por Éder Patriota

# a fina flor do NORDESTE

Considerada, por muitos, como o principal canal de negócios para fabricantes, revendedores, fornecedores, construtores, incorporadores e consumidores da região Nordeste, a XI Feira Internacional de Materiais, Equipamentos e Serviços da Construção (FICONS), realizada de 11 a 15 de setembro, no Centro de Convenções de Olinda, no estado de Pernambuco, comprovou que o empresariado brasileiro, e em especial o nordestino, está acreditando em dias melhores para o país.

O evento, sucesso de público, é promovido pelo Sindicato da Indústria da Construção Civil do Estado de Pernambuco (SINDUSCON/PE), em parceria com a empresa Assessor, das irmãs Gisela Latache e Monica Latache, reúne centenas de empresas em um só lugar, com o intuito de divulgar os produtos, por meio de lançamentos para o público em geral e é realizado a cada dois anos.

## ELEIÇÃO PRESIDENCIAL

Segundo o presidente do Sinduscon/PE, José Antônio Lucas Simón, o empresariado brasileiro está ansioso para a eleição presidencial. "O próximo presidente do Brasil terá a hercúlea missão de realizar as reformas estruturadoras que o país tanto necessita: previdenciária, política e tributária, para podermos ter uma economia novamente crescendo de forma consistente", afirmou. Sobre a FICONS 2018, Simón diz que a adesão foi acima da expectativa, onde foram realizados milhares de negócios e a maioria das empresas participantes trouxe novas tecnologias em seus novos produtos para atender melhor o consumidor final, o qual antes não era tanto o foco. Além disso, na edição desse ano realizaram uma Ilha de Startups que serão levadas para o Sinduscon, onde os associados terão à disposição, serviços diferenciados, e com preços competitivos, para atendê-los de forma plena nas suas empresas. O diretor da Portela Distribuidora, Carlos Portela, afirma que a feira é uma ótima oportunidade para todos os participantes conquistarem novos clientes e fortalecer ainda mais as parcerias que já têm. "Com isso, todos que participam do evento saem ganhando e consolidam seus nomes, tanto para os parceiros atuais, assim como para os consumidores finais", destacou.

## MORLAN

Para a Ficons 2018, veio com os seguintes lançamentos: tella cor- são telas de alambrado soldadas e revestidas com PVC de alta aderência nas cores azul, cinza verde e branco, tendo altura de 1,80.

## INCENOR/TECNOGRES

Trouxeram para o evento os porcelanatos esmaltados polidos, com super gloss e efeito espelhado, que é uma novidade das duas empresas para o Nordeste, onde se busca aliar qualidade, design e bom custo/ benefícios para os clientes.

## BLUX

Expuseram a nova linha de canaletas para uso externo, com diversas opções de fixação e divisões, assim como também divulgaram a nova linha de sensores de presença.

## MEC-TRONIC

Lançaram a linha Mec-Plus, que une design, elegância e modernidade, em que são harmonizados facilmente com qualquer ambiente. Esta linha aceita tanto os módulos de ligação rápida como o sistema tradicional com bornes, sendo que é fabricada utilizando-se termoplásticos virgens e aditivados com anti-UV (evitando o amarelamento precoce), bem como ligas de cobre nas partes de contato metálico. Cordões prolongadores vêm para facilitar vidas e encurtar distâncias, disponível em Cabo PP Chato 0,75 metro-quadrado (macho+fêmea).

Abraçadeiras são utilizadas para uma grande diversidade de funcionalidades, a Abraçadeira de Nylon é uma ferramenta utilizada para fixar cabos elétricos, embalagens, componentes e diversos outros objetos as mais diversificadas superfícies. Também lançaram produtos da Linha Inviole: MW Disjuntores Residenciais CD Interruptor Diferencial Residual e SPM Supressor de Surto.

MV Disjuntores Residenciais. É um clipe metálico para fixação do disjuntor ao trilho facilita a montagem e desmontagem, garantindo maior rigidez na instalação. Dupla conexão, oferece ao instalador a utilização conjunta de pentes de ligação e cabos; SPM Supressor de Surto. São os limitadores de sobretensão que protegem os equipamentos elétricos e eletrônicos contra as sobretensões transitórias, não só as de origem atmosférica, mas, também, as resultantes da comutação de transformadores, de motores, ou de variações bruscas de carga; CD Interruptor Diferencial Residual. Possui alta sensibilidade de 30mA para proteção de pessoas e animais contra contatos diretos ou indiretos em ambientes bons

SALVABRAS

# SOLUÇÕES EM PROTEÇÃO NA FASE DE ACABAMENTO

SALVA PISO

## Obras e reformas não são mais sinônimos de destruição! Proteja pisos e superfícies com as soluções da Salvabras!

- ✓ PROTEÇÃO CONTRA IMPACTO E MANCHAS
- ✓ DURABILIDADE E REÚSO
- ✓ IMPERMEABILIDADE
- ✓ LIMPEZA E ORGANIZAÇÃO
- ✓ REDUÇÃO DE STRESS E CUSTOS

Conheça outras versões do Salvapiso:

SALVA PISO MADEIRA

SALVA PISO EXTRA RESISTENTE

## E NÃO PARA POR AI! A SALVABRAS TAMBÉM LANÇOU OUTROS PRODUTOS

### SALVA PINTURA

**FILME DE MASCARAMENTO**
Protege áreas ou superfícies durante pintura e acabamento da obra.

### SALVA ADESIVO

**PROTEÇÃO PARA PIAS, BANCADAS E LOUÇAS SANITÁRIAS**
Filme protetor autoadesivo para uso interno, contra riscos e manchas.

### SALVA RALO

Proteção de ralos e tubulações contra entupimento para obras até a fase de acabamento.

### SALVA QUINA

Proteção de superfícies das quinas e batentes durante o acabamento da obra e instalação de móveis

SALVABRAS

Conheça mais informações entrando em nosso site:
www.salvabras.com.br
(11) 3288-2799 / (11) 3602-7170

condutores (risco de eletrocussão). Os interruptores diferenciais de 30mA respondem às exigências de proteção de circuitos de tomadas e instalações com a presença de água.

### ARAFORROS

Lançaram o revestimento para teto (primeira empresa a fabricar isso no país), forro de PVC para teto, mas, também, utiliza para revestir a parede.

### G-LIGHT

Lançamentos: Linha Spot que é a luminária para jardim; Shop Light que é ideal para galpões e grandes áreas cobertas; Low Bay que são luminárias específicas para galpões com o pé-direito baixo.

### LAJE SOLAR

Levou para o evento as seguintes novidades: a lajota solar e o extensor multi-medidas, que visa tornar mais versátil a utilização da laje solar em sua obra, pois é um produto altamente sustentável com ótimo custo-benefício que permite, construir sem perder iluminação natural, aproveitando, ao máximo, área útil da construção com iluminação, proporcionando bem-estar qualidade de vida. Além de proporcionar economia de energia a ideia de aproveitar a luz solar, resulta, também, em belos cenários com ambientes cheios de criatividade.

### SILVANA

Lançaram a Linha Inox Mais (fechaduras), as quais possuem maior resistência, excelente acabamento e a máquina broca é de 40mm, nos tipos: Capri, Siena, Squadra para áreas interna, externa e acabamentos.

### IQUINE

Os lançamentos foram os seguintes: Tinta Uma Demão; Dialine Topa Tudo; Fosco Durável e Dialine Fundo Multiuso. A Uma Demão tem fórmula à base de emulsão acrílica copolímera e aditivos mine-

rais especiais para alcançar o resultado final esperado com uma única demão. Além disso, proporciona bom rendimento e resistência de acabamento fosco-aveludado e é indicada para superfícies de alvenaria em ambientes internos. O rendimento do galão de 3,6 litros é de até 50 metros quadrados, e do latão de 18 litros, pode chegar até 250 metros quadrados.

## SALVABRAS

Os lançamentos da empresa na Ficons foram os seguintes: Salva Quina, é a solução ideal para a proteção de portas, quinas e batentes durante o acabamento da obra, prevenindo contra batidas de carrinho de mão, latas de tintas, instalações de móveis, entre outros. Feito de material reciclável, um produto reutilizável e de fácil aplicação; Salva Adesivo, um filme autoadesivo para lacre de pias, bancadas e louças sanitárias durante a obra, com fácil aplicação e retirada, protegendo contra manchas, riscos e arranhões; Salva Metais, uma película plástica envolvente para proteção de metais (torneiras, registros e maçanetas), contra respingos de tintas durante a obra; Salva Ralo, o tampão protetor de raios e tubulações contra entupimentos provocados pelos resíduos da obra; Salva Crepe, a fita adesiva desenvolvida especialmente para a utilização dos produtos, Salva Piso e Salva Quina, com a adesivação na medida certa, fácil aplicação e remoção limpa; Salva Piso, o produto indicado para proteção de pisos durante a obra, a união perfeita do Papel Kraft impermeável ao plástico de bolha de alta resistência, já é comercializado em mais de mil pontos de vendas em todo o Brasil. O produto também tem a opção para pisos de madeira (Salva Piso Madeira) e para obras que exigem maior fluxo de passagem, garantindo maior resistência (Salva Piso Extra Resistente). Outra característica diferenciada e exclusiva é a fita dupla face para acelerar a aplicação; Salva Pintura,foi desenvolvido para preservar vidros, janelas, batentes e revestimentos em paredes durante a pintura. Produzido utilizando filme eletrostático, o produto é fácil e, rapidamente, afixado em qualquer superfície e vem com fita crepe que torna o trabalho de proteção rápido e preciso, dando eficiência ao trabalho do pintor; Salva Piso Limpeza, garante a proteção e qualidade na manutenção de revestimentos. A linha Salva Piso Limpeza tem produtos direcionados especialmente para cerâmica e porcelanatos, proporcionando economia e alto rendimento, tanto

na limpeza pesada "Pós Obra", quanto na limpeza "Diária" e no "Toque Final" no acabamento das paredes e balcões para retirar manchas e sujeiras.

### PAMESA DO BRASIL

Lançaram dois produtos na Ficons: Botticelli e Donatello, ambos pertencem à linha Eko, sendo produtos de encaixe que reproduz pedra natural, madeira de demolição, aquarela de cores trazendo um ar rústico e contemporâneo. Além de imprimir personalidade na decoração cada vez mais presente nos projetos atuais. É o produto ideal para quem procura conforto e bem estar nas paredes internas e externas.

### PORTELA DISTRIBUIDORA

Lançou um portal para os seus clientes, onde se reimprime boletos, notas fiscais, relação de pedidos, acompanhamento de pedidos e muito mais!

Comercializa abrasivos, adesivos, fitas, cortes, ferragens, ferramentas elétricas e manuais, fixadores, peças de banheiro, tubos e conexões, lubrificantes, mangueiras, eletrodutos, materiais elétricos, metrologia, pintura, químicos, rolamentos, solda, limpeza e EPIs.

Entre as novidades apresentadas por fornecedores no estande da Portela, durante a Ficons, estão os reservatórios de água da Bakof Tec, que incluem cisternas, biodigestores e caixas d'água com modelos que vão de 310 a 20 mil litros. Além das duas novas linhas da Schineider, a Smartlink e a Powertech, na área de automação industrial, predial e residencial, que facilitam o controle de forma remota através do smartphone de diversas partes de uma empresa, como iluminação, portas e equipamentos em geral e oferecem monitoramento contínuo da instalação elétrica para aumento da eficiência energética. Além desses, novos produtos foram apresentados também pela Docol, com nova linha de torneiras; pela Fischer, com novidades em cubas e espelhos; pela a Stanley, Black & Decker e Vap Solutions, com novas ferramentas e ferragens.

### ARGAMASSA MACXICOLA

Maxcor Tinta Acrílica Econômica 18 L-Tinta acrílica de alta durabilidade, acabamento fosco com qualidade e economia. Maxcor Complementos imobiliários 18 L-serão o Selador acrílico, Massa Acrílica, Textura Rústica Riscada e Lisa.

### STARRETT

A Starrett, uma das maiores fabricantes de serras, ferramentas e instrumentos de medição do mundo, lançou uma linha de serras copo diamantada para alvenaria e porcelanato, que vem para complementar o seu extenso portfólio voltado para o setor de construção. Buscando acompanhar as evoluções tecnológicas e as

transformações do mercado para atender cada vez melhor às necessidades dos clientes, a Starrett conta, agora, com uma linha de serras copo diamantada para alvenaria e porcelanato, que já vêm prontas para uso, com haste e pino guia. Todas possuem rendimento superior, maior vida útil e, principalmente, leveza, que proporcionam menor fadiga do operador e consomem menos bateria por recarga, além de, também, se encaixarem em qualquer suporte de fixação da Starrett. Segundo o gerente de Produto da Starrett, Antonio Alberto D'Angelo, as regiões Norte e Nordeste apresentam o maior crescimento da empresa no segmento da construção civil. "Estamos vivenciando um momento de recuperação da economia e da atividade industrial e sabemos que existe uma grande demanda represada que, aos poucos, tem se intensificado. A Starrett não para, continuamos a todo vapor, investindo no lançamento de produtos voltados para o mercado da construção. Por isso, a nossa participação na FICONS é fundamental para estreitar o relacionamento com os nossos distribuidores e dar a chance para os profissionais e usuários de ferramentas conhecerem os nossos lançamentos."

## WD-40

Lançou um Gel anticorrosivo, o qual protege contra a ferrugem até durante um um ano, tendo como características principais: não escorre, tem ótima aderência, não solta em movimento, é perfeito para superfícies verticais, também é dispersor de umidade resistente à água, seguro para várias superfícies, não ataca plástico e possui lubrificação média.

## AMANCO

Lançou o Amanco Fire Blazemaster – que é uma solução segura para prevenção e controle de incêndio por chuveiros automáticos (sprinklers), com menor custo e maior facilidade de instalação que sistemas tradicionais; oferece alta resistência ao fogo – tecnologia internacional; autoextinguível, não propaga chamas; leve-facilita o transporte e armanezamento; menor tempo de execução da obra em relação aos sistemas tradicionais; fácil instalação com adesivo e sem ferramentas especiais.

## STAMACO

A linha Home teve a embalagem repaginada e o conteúdo. Além disso, lançou modelos de colher de pedreiro, desempenadeiras, espátulas de aço, martelo de aço, martelo tamboreado, marrreta de aço e caixa de massa, assim como os clipes niveladores, cunhas niveladoras e o espaçador tipo cruz.

## TBR

Desengraxante H7 é a base de água, sendo livre de ácidos ou solventes, não atacando plástico, borracha, tinta, verniz, inox, couro e alumínio. Além disso, possui um poderoso limpador multiuso para sujeiras pesadas como, graxa, óleo, gordura, fuligem etc.

## DISTAC

Lançou as linhas Dimax Metais, que é a linha completa de chuveiro, duchas, torneiras e lixeiras, assim como a linha Dilux Iluminação, a qual é composta de Pincéis e Spots de Led, Refletores, Luminárias Suspensas.

## CRIS METAL

É uma empresa especializada na fabricação de louças e metais sanitários, além de acessórios para banheiros, lançou, na Ficons, os seguintes produtos: Conjunto de

gabinete com espelho Cris- Slim, Conjunto de gabinete com espelho Cris- Wood Set 2 e o Conjunto de lavabo com espelho Cris-Decor Bronze.

### CORTAG

Misturador Elétrico de Argamassa HM 120 220 V foi projetado para misturar argamassa, tinta, rejunte, cola, impermeabilizante, etc; interruptor com trava de segurança; controlador de velocidade para a homogeneização, ideal em diferentes tipos de produtos; seletor de faixa de rotação com aumento de toque para produtos de maior densidade; acompanha batedor; Misturador Elétrico de Argamassa HM 140 220 V, tem as mesmas características do Misturador Elétrico HM 120, exceto por possuir um seletor de faixa de rotação com aumento de toque para produtos de maior densidade; Misturador Elétrico de Argamassa HM 140 110 V com as mesmas características do Misturador Elétrico HM 120, assim como o Misturador Elétrico de Argamassa HM 180-DUO 110 V, Misturador Elétrico de Argamassa HM 180 220 V. Fora isso, os Misturadores Multiusos MM 160- 800 110 220 V e MM 160-800 110 V foram projetados para misturar argamassas, tintas, colas, rejuntes, impermeabilizante etc.

### ADELBRAS

Lançou na Ficons as Fitas Crepe Palha 760 que é específica para a pintura automotiva Anti UV e resistente a umidade; já a Fita Crepe Verde 766 tem as mesmas características que a Crepe Palha 760, porém, é um produto de alto desempenho.

### PERFILNOR

Na Ficons, a empresa não focou em nenhum tipo de produto novo, porém se ateve nos que comercializa diariamente, como: Mangueiras de PVC, Mangueiras de PVC Trançadas, Eletrodutos, Mangueiras Linha Jardim, Mangueiras Espiraladas, Cordões Coloridos e Tubos de Polietileno, além de acessórios dos produtos citados.

### HERC

A empresa gaúcha fez questão de prestigiar a feira nordestina, pois tem boa aceitação no mercado. Entre as novidades apresentadas no estande, estavam os kits de acessórios para banheiro, além dos tradicionais produtos que comercializam.

### GRUPO PERLEX

A empresa também marcou presença da feira com as novidades apresentadas ao longo do ano e com o objetivo de estreitar o relacionamento com os representantes do Nordeste. Elvira Ros, presidente do Grupo Perlex, prestigiou o evento e se mostrou muito satisfeita com os resultados obtidos este ano.

# viajando pelo BRASIL

Confira as datas e os locais das principais feiras do segmento

### M&T EXPO
Feira Internacional de Equipamentos para Construção e Mineração
De: 26 a 29 de novembro
Local: São Paulo Expo Center, SP
www.mtexpo.com.br

## 2019

### EXPO REVESTIR
De 12 a 15 de março
Local: Transamérica Expo Center, São Paulo, SP
www.exporevestir.com.br

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

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

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

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

### ABRAFATI 2019
EXPOSIÇÃO INTERNACIONAL DE FORNECEDORES PARA TINTAS
De 1 a 3 de outubro
Local: São Paulo Expo Center, SP
www.abrafati.com.br

### NOVIDADES NA M&T EXPO
Entre os dias 26 e 29 de novembro, o São Paulo Expo vai reunir os principais lançamentos e as mais importantes tecnologias para o mercado de equipamentos para a construção e mineração. Nesta data, acontece a M&T Expo 2018 – 10ª Feira Internacional de Equipamentos para Construção e Mineração, uma iniciativa da Associação Brasileira de Tecnologia para Construção e Mineração (Sobratema), organizada e promovida pela Messe Muenchen do Brasil.

"Estamos confiantes de que a 10ª edição da M&T Expo será um sucesso. Ao longo de mais de vinte anos, a feira tem contribuído fortemente para o desenvolvimento econômico e social de nosso segmento, sendo uma referência para os usuários, fabricantes, distribuidores e prestadores de serviços, que participam do evento para conhecer tendências e inovações tecnológicas, mas também para adquirir novos conhecimentos, estabelecer contatos e novos relacionamentos e, claro, realizar negócios", afirma Afonso Mamede, presidente da Sobratema.

Nesta edição, essas características que consolidaram a M&T Expo como a mais importante e maior feira de máquinas para construção e mineração na América Latina serão ressaltadas, segundo Augusto Andrade, diretor de Feiras da Messe Muenchen do Brasil. "Está confirmada a participação de importantes marcas nacionais e internacionais, que apresentarão o que há de mais moderno e tecnológico no segmento, além do Summit e de três novas atrações: Arena de Conteúdo, Arena Smart Construction, Arena de Demonstrações", destaca.

# 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 módulo 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 perfomance para jogos e instalação perfeita dos data centers atuais.
. Disponível montado ou partes (tampa / mecanismo / módulo)

PRODUTO NACIONAL

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

A linha mais completa de materiais elétricos do Brasil!

EMPRESAS DO GRUPO PERLEX

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

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

LAMESA
FIOS E CABOS ELÉTRICOS

INMETRO

TÜVRheinland
OCP 0004

QUALIFIO