

Revenda

ED. 329 | FEVEREIRO 2018 | ANO XXX
www.gruporevenda.com.br



ABRASIVOS
AS BOAS NOVIDADES

**PRODUTOS
PARA
FIXAÇÃO**

A VARIEDADE
FAZ TODA A
DIFERENÇA



**CAIXA
D'ÁGUA**

**O MERCADO
CONTINUA EM ALTA.
APROVEITEM!**



A marca mais vendida do Brasil
possui o mix mais completo do mercado.



➤ **BELEZA
E PRATICIDADE**



AÇO INOX 304
++
RESISTÊNCIA



➤ **SEGURANÇA
E QUALIDADE**



➤ **INOVAÇÃO
E TECNOLOGIA**

stam Linha
Ferraggio®

DIRETORIA

Ivete Nunes (ivete.nunes@revenda.com.br)

José Marcello N. V. de Andrade (marcello@revenda.com.br)

José Wilson N. V. de Andrade (wilson@revenda.com.br)

INTELIGÊNCIA DE MERCADO

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

DIRETOR EDITORIAL

Roberto Ferreira (roberto@revenda.com.br)

DIRETORA COMERCIAL

Carla Passarelli (carla@revenda.com.br)

GERENTES DE CONTAS

Carla Melo (carla.melo@revenda.com.br)

Layze Machado (layze.machado@revenda.com.br)

Lia Costa (lia.costa@revenda.com.br)

Marli Moço (marli@revenda.com.br)

Solange Castilho (solange@revenda.com.br)

Regina Mallol (regina.mallol@revenda.com.br)

ADMINISTRATIVO

Mislene Fernandes (mislene@revenda.com.br)

FINANCEIRO

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

Pedro Henrique da Silva Padula

(Pedro.padula@revenda.com.br)

TECNOLOGIA

Carlos Contucci (carlos@revenda.com.br)

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:

AJ9UDIDEIA
design

estudiouduplaideiadesign.com.br

EDITORA: Alessandra Cacioli

REVISÃO: Cida Silva

ARTE: Camila Duarte

FOTOS: Shutterstock

Revenda

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



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



ANO QUE COMEÇA, ANO QUE TERMINA

Já viu? Passou!

A sensação de tempo é perceptível para diferentes pessoas, sem dúvida. Mas a percepção de que o tempo voa é cada vez mais sentida por todos, diferentemente da idade cronológica. Senão, vejamos. Os mais velhos sentem o tempo passar rápido porque a expectativa de vida diminui a cada ano. Os mais jovens querem que o tempo passe mais rápido para ter acesso a tudo que lhes é permitido (se é que existe algo proibido atualmente para alguém, principalmente no caso das redes sociais).

No comércio ou na indústria de material de construção, o tempo também é um forte indicador. A sazonalidade existe para alguns segmentos, como vender mais ar-condicionado e ventiladores no verão; mais aquecedores no inverno; tintas no segundo semestre, e por aí vai. Essa introdução toda é para dizer que a nossa economia dá sinais de que agora vai. Os indicadores confiáveis, como IBGE, Sinduscon-SP, Abramet, só para citar alguns, nos deixam animados no primeiro trimestre. Parece que o país está pegando no tranco. Só que 2018 é um ano que demora para começar, mas que acaba muito rápido.

Vejamos: em junho/julho vamos ter a Copa do Mundo de Futebol na Rússia. E, no País do futebol, o nosso, o assunto futebol vai dominar as discus-

sões a partir de maio. Caso o Brasil vá avançando nas fases (o que todos nós esperamos), a euforia vai tomando conta. Mais televisores, celulares e produtos correlacionados serão vendidos e o comércio fica aquecido e as indústrias fabricam mais. Mas (bata três vezes na madeira), caso a nossa seleção fique pelo meio do caminho, será um Deus nos acuda! O mau humor vai dar as cartas.

Bem, deixemos de lado o futebol, que já foi mais paixão nacional, para falar das eleições de outubro.

Teremos eleições para Presidente da República, Governadores, Senadores, Deputados Federais e Deputados Estaduais. Ufa!

Mesmo com as novas leis de gastos com campanhas, muito dinheiro vai entrar no mercado. E alguns setores serão beneficiados (gráficas, produtoras de som e imagem, material de campanha etc.) e a economia vai mostrar crescimento.

Passadas as eleições, faltarão apenas dois meses para o final do ano. E vamos cair na realidade de um 2019 sem grandes eventos para nos distrair.

Viram: começou e já acabou.

Feliz Ano Velho

Boa leitura

Roberto Ferreira



Revenda

EDIÇÃO 329 | FEVEREIRO 2018 | ANO XXX



08



16



28



42

08

▷ PAINEL

As novidades que os fabricantes estão lançando e as ações institucionais que movimentam o mercado.

28

▷ ABRASIVOS

Com bom giro no ponto de venda, esses itens devem ficar à vista do cliente para que a compra possa ser feita, também, por impulso

16

▷ CAIXA D'ÁGUA

Produtos que precisam de uma boa área de exposição dentro das revendas para mostrar os diferenciais de cada fabricante

42

▷ LOJAS DE BAIRRO

Estudo do DataMkt Construção mostra a percepção dos lojistas sobre os seus próprios negócios e o que esperam dos fornecedores e da economia



50

► PORTEIRO ELETRÔNICO

Bonitos, funcionais, seguros. O mercado de porteiro eletrônico cresce com o aumento da violência

58

► ENTREVISTA BOSTIK

A gerente de Marketing da Usina Fortaleza, Maria Luiza Ciorlia, fala sobre o posicionamento da empresa e os planos para 2018

62

► PRODUTOS PARA FIXAÇÃO

Milhares de opções são oferecidas pelos fabricantes para que seus produtos tenham sucesso entre os compradores.

82

► FERRAGENS

Dobradiça, cadeados, fechaduras. A diversidade das ferragens enche os olhos. Aproveite para caprichar na exposição



**LOJISTA VOTE
NA QUALIDADE.
VOTE FIXTIL.**

medibum.com.br



FixTIL

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



SÓ AS MELHORES

Avotação para eleger as marcas Top Of Mind no segmento da construção civil vai até meados de abril. Iniciada em dezembro, são os revendedores de material de construção de todo o Brasil que elegem as marcas Top Of Mind Revenda Construção, a maior premiação editorial do segmento da construção civil, realizada pela revista **Revenda Construção**. A pesquisa é feita pelo departamento de pesquisa da Quinta Essência & Inteligência de Mercado, totalmente realizada no C.A.T.I. (Computer Assisted Telephone Interviewing) e serão conhecidas as marcas mais lembradas pelos lojistas de material de construção que vivem o dia a dia do comércio. O resultado é muito importante para as indústrias que, baseadas em nossa pesquisa, podem desenvolver trabalhos de comunicação com seus revendedores nas regiões ou estados onde não obtiveram bom desempenho. Apenas uma pergunta é feita aos revendedores contatados para a pesquisa: “Qual é a primeira marca que lhe vem à mente no segmento...?” Serão pesquisados 83 segmentos de fabricantes de produtos e 5 de serviços para a construção civil. As empresas vencedoras em cada segmento receberão o troféu Ruy Ohtake, uma obra de arte projetada pelo renomado arquiteto, especialmente para a revista **Revenda Construção**.



DISCOS DE CORTE DIAMANTADOS

**Alta performance em
cortes e acabamentos!**

 Sempre utilize equipamentos
de proteção individual VONDER

www.vonder.com.br

*Tenha um mix completo em sua loja!
Trabalhe também com os
Cortadores Manuais de Cerâmicas
e Azulejos VONDER!*



**Assista aos vídeos e siga a
VONDER nas redes sociais!**

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

É bom trabalhar com


vonder®

Maior produtividade, precisão e durabilidade no trabalho profissional! A escolha é sua e a qualidade é VONDER!

GRUPO AMAZONAS NO GRUPO MARTINS

A parceria com o Grupo Martins, um dos maiores do segmento atacadista distribuidor brasileiro, estabelecida há cerca de seis anos, está mais fortalecida. Por meio do distribuidor, chegam aos pequenos e médios varejistas de material de construção diversos itens do Grupo Amazonas, entre eles, cola de contato, cola vinil, espuma expansiva, Veda Calha Plus, linha híbrida Fixa Tudo, Sela Trinca, cola Duralit Híbrida, silicone, selante de PU e cola adesivo PVC. Com o objetivo de suprir a demanda dos clientes do Grupo Martins, sobretudo dos pequenos e médios varejistas de material de construção, o Grupo Amazonas passou a oferecer dois novos produtos em embalagens blister: Fixa Tudo 85g e Duralit 20g, itens com ótima aceitação pelos consumidores e na quantidade certa para pequenos reparos. “O Martins é um excelente parceiro comercial. Nosso objetivo é fortalecer cada vez mais essa parceria com a oferta de produtos competitivos, com alta qualidade e que se enquadrem no perfil dos clientes deste grande distribuidor”, destaca o gerente de Negócio da área de Construção do Grupo Amazonas, Matheus Giolo Romeiro.



AGORA NÃO PODE MESMO!

O dia 17 de janeiro marcou a data limite para o comércio deixar de vender lâmpadas LED sem o selo do INMETRO. A norma já vale há seis meses para atacadistas e grandes varejistas e agora vai vigorar para comerciantes cadastrados como micro e pequenas empresas. Lojas de bairro das cidades maiores e lojistas de cidades menores passarão a ser fiscalizados. A medida visa garantir a segurança do consumidor. A LED já se popularizou porque requer menos energia que os demais modelos, podendo chegar a 30 mil horas de uso e alcançar até 90% de redução do consumo. Com a evolução da tecnologia, o preço dos produtos também cai em média 50% ao ano. Porém, há muitas lâmpadas importadas em comercialização que não respeitam as normas brasileiras, adverte a Abilumi (Associação Brasileira de Fabricantes e Importadores de Produtos de Iluminação). Segundo a entidade, a entrada de lâmpadas irregulares no país supera a de produtos oficiais. Quem vender lâmpada LED sem o selo do INMETRO estará sujeito à apreensão de mercadorias e ao pagamento de multa de até R\$ 3 milhões, dependendo da gravidade. Com a certificação, as lâmpadas LED disponíveis no mercado terão que ostentar a ENCE (Etiqueta Nacional de Conservação de Energia), que o consumidor já encontra em outros aparelhos. “A falta da certificação compromete a segurança do consumidor e a qualidade do que ele vai usar na iluminação”, declara Paulo Mündel, diretor de marketing da FLC, empresa líder em vendas de lâmpadas econômicas no Brasil.

NOVO CIT DA ARTECOLA QUÍMICA

A Artecola Química inaugurou o novo CIT – Centro de Inovação e Tecnologia –, espaço criado para disseminar conhecimento através de capacitações para as mais variadas áreas. Com ambiente moderno e recursos tecnológicos como parte fundamental do processo de aprendizagem, o CIT integra um grande projeto de EcoInovação desenvolvido pela empresa junto à Finep. “O CIT foi construído com recursos FINEP e contrapartida da empresa, com foco na multiplicação do conhecimento sobre inovação. Além das equipes internas, também teremos espaço para que clientes e público externo possam realizar treinamentos no CIT”, ressalta o Presidente Executivo da Artecola Química, Eduardo Kunst.





— TRÊS LINHAS —
DIVERSAS **VANTAGENS** A OFERECER



Garantia de 1 ano para dorça.
Garantia legal de 90 dias para resistência.



COMPATÍVEL COM IDR



Fácil Manuseio | Sem Vazamentos



Produto testado em todas as etapas de produção.



Entre em contato e conheça toda nossa variedade de produtos: (41) 2111.3000



**FERRAMENTAS
E UTILIDADES**



**MATERIAL
ELÉTRICO**



**PROTEÇÃO
ELÉTRICA**

Enerbras®

Materiais Elétricos

www.enerbras.com.br

OUROLUX LANÇA HALÓGENA DE 12V

A Ourolux lançou a lâmpada halógena com tensão de 12v. Dimerizável, ela tem o mesmo formato das lâmpadas incandescentes, mas com maior vida útil. A halógena 12v da Ourolux tem índice de reprodução de cor de 100%, é ideal para fontes de iluminação que funcionam em corrente contínua e alternada (12v AC/DC). A lâmpada está disponível nas potências de 42W e 70W, que equivalem incandescentes de 60w e 100w, na temperatura de cor de 2.800k e base e27. “Como líder de mercado, a Ourolux sempre procura ampliar seu portfólio para atender as mais diversas necessidades em iluminação. A nova halógena de 12v entra nesse contexto”, explica Antonio Carlos Pazetto, diretor Comercial da empresa.



MUDANÇA NA ANJO TINTAS

Alexsandro Colombo Zanoni assumiu a Diretoria Administrativa/ Financeira da Anjo Tintas. Há 25 anos trabalhando na empresa, já atuou como gerente de Finanças e Controladora, trabalhou na área de custos, gestão de pessoas e também expedição, estoques e produção. Os setores de sua responsabilidade atualmente são: contabilidade, controladoria, financeiro, gestão de pessoas e TI. Com graduação em contabilidade, Alexsandro Zanoni também cursou especializações em Controladoria Estratégica. Ele destaca que seu principal desafio será congregar a equipe a prestar o suporte necessário para as unidades de negócios com maior agilidade, eficiência e segurança. A Anjo Tintas se diferencia no mercado por ser uma empresa financeiramente sólida e segura, ter marca forte e produtos de qualidade e isso, para Zanoni, será muito importante para superar os resultados planejados. “Meu trabalho será realizado com o intuito de dar uma resposta ao papel que me foi confiado, preparando pessoas para o futuro oferecendo oportunidade de desenvolvimento profissional e estimulando a cooperação entre setores”, conclui.



BRILIA RECEBE INVESTIMENTO

A Brilia acaba de receber um investimento de R\$ 40 milhões da Cartesian Capital Group, LLC (“CCG”), empresa global de private equity com sede em Nova York. O investimento é a primeira parcela de um compromisso total de R\$ 80 milhões para ajudar a acelerar a expansão da empresa e aumentar sua participação no mercado. Fundada em 2009 pelos sócios Vinicius Marchini e Leandro Neves, a Brilia desenvolve e comercializa lâmpadas, luminárias, fitas e acessórios LED, sempre pautada no design, eficiência e sustentabilidade. Com mais de cinco mil pontos de venda e receita anual estimada de R\$ 220 milhões, a empresa oferece soluções completas para os mais variados projetos de iluminação LED. De acordo com Leonardo Arruda, diretor comercial da Brilia, “até o momento, a empresa registrou um crescimento de 61% em relação a 2016, fruto da expansão comercial iniciada em meados do ano passado, dos investimentos em uma distribuição mais horizontalizada em todo o Brasil e do lançamento de produtos alinhados com a expectativa dos clientes e consumidores”, afirma.

LIXADEIRAS DE PAREDE

Muito mais praticidade, ergonomia e produtividade nas pinturas profissionais!

www.vonder.com.br

Sempre utilize equipamentos de proteção individual VONDER



LPV 600

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



- Facilitam os trabalhos em tetos ou áreas de difícil acesso



- Cabo dobrável: fácil armazenamento e transporte!

LED para melhor iluminação da área trabalhada

- Ideais para paredes de alvenaria, gesso e massa corrida

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

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

Assista aos vídeos e siga a VONDER nas redes sociais!

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



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



É bom trabalhar com

vonder®

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



ASTRA LANÇA PORTA VERSÁTIL

A Astra amplia a linha Integral Class, que busca oferecer produtos com design diferenciado e resistentes, lançando a versão com acabamento em textura de madeira. A porta de lambri com acabamento em textura de madeira alia a beleza da madeira à alta durabilidade do alumínio, material em que é fabricada.

Por isso, diferente das portas de madeira, não empena, estufa ou

desplaca, além de ser resistente a cupins e outras pragas. O produto possui escovas de vedação em polipropileno, que garantem eficiência na vedação. Sua maçaneta cromada confere maior elegância e a pintura eletrostática marrom proporciona proteção contra a oxidação. Pode ser usada em ambientes internos e externos, harmonizando muito bem com entrada de residências, já que conta com uma estética sofisticada.

SUVINIL INVESTE NO SOCIAL

A Suvinil iniciou uma capacitação para pessoas em situação de vulnerabilidade social. A iniciativa, que contribui com o programa Trabalho Novo da Prefeitura de São Paulo, apoia o desenvolvimento profissional para que essas pessoas atuem como pintores auxiliares e tenham a oportunidade de recolocação profissional. O primeiro treinamento foi realizado em novembro, com 16 alunos do CTA (Centro Temporário de Acolhimento), da Vila Mariana. Ao longo de 2018, a Suvinil capacitará 220 pessoas, divididas em diferentes turmas. Esta capacitação profissional é apenas uma entre as diversas já oferecidas pela Suvinil ao longo de sua história.

ASSA ABLOY BRASIL TEM NOVO DIRETOR COMERCIAL

Roberto Almeida é o novo diretor comercial da ASSA ABLOY Brasil, empresa que pertence ao grupo sueco ASSA ABLOY, que detém as marcas La Fonte, Papaiz, Silvana, Yale, Metalika, Vault e Udinese. Entre os novos desafios que tem pela frente, Roberto destaca a implementação de estratégias que têm como objetivo aumentar a pulverização das marcas que estão comercialmente sob sua responsabilidade (Yale, La Fonte, Papaiz, Silvana e Metalika) no mercado nacional e em países da América Latina como Bolívia, Paraguai, Uruguai, Honduras e Argentina, com prospecção de abertura de mercado no Chile e Peru. Atingir um crescimento orgânico saudável para a companhia em 2018, está entre as principais metas a serem alcançadas pelo novo diretor comercial da ASSA ABLOY Brasil. “A provável retomada do crescimento da economia e do setor da construção, além do portfólio e os lançamentos de produtos já estipulados pela empresa para este ano, nos faz acreditar que atingiremos este resultado”, conclui Roberto Almeida. Graduado em administração pela ESPM – Escola Superior de Propaganda e Marketing e em administração contábil e financeira pela FAAP – Fundação Armando Álvares Penteado com MBA pela FGV – Fundação Getúlio Vargas, Roberto Almeida traz para a companhia uma experiência profissional acumulada em oito anos na Lorenzetti S/A e em mais de seis anos na Roca Brasil.



A linha mais completa do Brasil



**Parceiros no
Sucesso de sua
Empresa!**



**Vendas
(11) 4661.2414**

www.grupoperlex.com.br

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

SEMPRE O MELHOR PARA SUA COZINHA!

O Misturador Monocomando Gourmet, permite praticidade na sua utilização. Possuindo um design moderno com detalhes que fazem toda a diferença, trazendo todo o requinte que sua cozinha merece.



Leão
METAIS SANITÁRIOS

Conheça esse e outros produtos em no site.

www.leaometais.com.br



FACEBOOK.COM/LEAOMETAIS



LEAOMETAIS



Use seu celular.



NOVO MARTELO TRAMONTINA

A Tramontina Master inicia 2018 com o lançamento do primeiro martelo de unha com cabo em polímero de engenharia do Brasil. Projetado para introduzir e remover pregos, além de rasgar e remover componentes estruturais de madeiras no segmento da construção civil, o novo martelo possui cabo 40% mais resistente do que o modelo tradicional em madeira eucalipto. Está disponível nos tamanhos 25 e 27 mm. O produto é reciclável e o polímero de engenharia é mais barato do que a madeira, o que deixa o custo final mais atrativo para o consumidor.



RETÍFICA A BATERIA EXCLUSIVA

A DEWALT amplia o seu portfólio com o lançamento da Retífica Cordless DCG426M2, primeira

retificadeira a bateria da América Latina. O produto destaca-se por garantir alta performance e não ter fio, o que proporciona muito mais praticidade e conforto ao usuário. Ideal para remoção e acabamento em metais, o modelo pode ser usado em ferramentarias, calderarias, fundições, oficinas mecânicas e departamentos de manutenção. A retificadeira vem com motor brushless (sem escova de carvão), que mantém velocidade constante e tem durabilidade de 390 horas - bem superior à das demais disponíveis no mercado. Além disso, possui luz de LED com 360 ciclos de vida útil e switch com duração de 390 horas. Tem 500W de potência, bateria de 4Ah, velocidade variável em três fases e executa 25.000 RPM. A empunhadura e o acabamento emborrachados e acionamento por gatilho, por sua vez, facilitam o uso e trazem mais segurança durante o manuseio.



MICTÓRIO DA LORENZETTI

A Lorenzetti aposta no design funcional, que oferece praticidade, sem deixar de lado o apelo estético. Desenvolvido a partir deste conceito, o Mictório com Sifão integrado tem design interno inspirado em uma gota d'água, o que possibilitou uma peça compacta, envolvida por detalhes chanfrados, com curvas modernas. Se visualmente o resultado é uma louça elegante, a funcionalidade, assim que percebida, surpreende. A forma em gota e a parede interna, mais profunda que os modelos tradicionais, evitam respingos e, ao acionar a descarga, a lavagem é perfeita, envolvendo toda a peça.



APLICATIVO PARA TRENA DA STANLEY

Para facilitar o dia a dia do usuário profissional de ferramentas, a Stanley apresenta uma nova versão do aplicativo que acompanha a sua trena TLM99S. O "STANLEY Smart Connect" torna a operação mais precisa, inteligente e permite, inclusive, carregar uma foto ou desenhar um layout personalizado para gerar a planta dos cômodos. O usuário pode adicionar uma foto e realizar as medidas. Em seguida, o usuário irá criar as plantas dos cômodos e, por fim, salvar e exportá-las. Com a versão atualizada, o usuário consegue adicionar as dimensões do espaço manualmente ou por meio da trena a laser TLM99S via conexão Bluetooth, além de converter as medidas em unidades diferentes e calcular rapidamente a área ou o volume. Também é possível incluir objetos na planta, além de obter as dimensões de portas e janelas. Após a finalização do trabalho, basta salvar, exportar e compartilhar as plantas e fotos nos formatos PNG ou PDF. Disponível para os sistemas iOS e Android.



POSICÃO DE **DESTAQUE**

São imponentes nas residências e cumprem um importante papel no abastecimento (ou desabastecimento) de água. As indústrias apostam cada vez mais em materiais leves, resistentes e antibacterianos para promover os seus produtos nos pontos de venda





FORTLEV

A Fortlev, líder na fabricação e venda de reservatórios de água e com grande participação no mercado de tubos e conexões em PVC, produz caixas d' água de polietileno em 13 diferentes volumes, que variam de 100 a 10 mil litros, disponíveis em todo o território nacional. Os produtos possuem superfície interna lisa, que facilita a limpeza, e sistema de travamento por encaixe das tampas, que garante maior vedação e conservação da água. O emprego somente de matéria-prima virgem assegura um produto sem emendas e mais resistente. Os produtos oferecem cinco anos de garantia contra defeitos de fabricação.

“Entre os diferenciais da Fortlev está o uso pioneiro do polímero mais popular no mundo, o polietileno, uma matéria-prima de alta durabilidade, performance e resistência. A fabricação dos produtos é feita por meio do processo de rotomoldagem, com o que há de mais moderno em tecnologia e equipamentos no segmento. Os produtos possuem proteção ultravioleta e são fabricados de acordo com as normas NBR 14.799, 15.682, 14.800 e 5.626 da ABNT, passando por rigorosos testes para certificação nos programas setoriais de qualidade”, assegura o diretor Comercial e de Marketing da empresa, Wenzel Rego.

Com a mesma funcionalidade das Caixas d'Água, para armazenamento de água potável, a Fortlev produz os Tanques Fortplus, também em polietileno, em 9 diferentes volumes, que variam de 310 a 20 mil litros. Possuem tampa de ff de volta, que garante vedação total, rápida e segura para perfeita conservação da água, vêm com adaptador flange instalado e garantia de cinco anos.

“Entre os diferenciais da Fortlev está o uso pioneiro do polímero mais popular no mundo, o polietileno, uma matéria-prima de alta durabilidade, performance e resistência.”

WENZEL REGO,
diretor Comercial
e de Marketing da
Fortlev



Com as capacidades de 500 e 1.000 litros, o Novo Tanque Fortplus é fabricado em polietileno, com design exclusivo, possui garantia de 10 anos e superfície interna branca antibacteriana, desenvolvida em parceria com a Microban, líder mundial em soluções antimicrobianas. A proteção, que foi incorporada no processo de fabricação, garante maior defesa para o reservatório, uma vez que a tecnologia inibe a fixação e a proliferação de bactérias e superbactérias.

O reservatório possui fechamento rápido e suave, tampa rosqueável de ff de volta e vedação total, o que impede a entrada de sujeira e insetos e garante a conservação da água. Além disso, os tanques já saem de fábrica com dois adaptadores flanges instalados: saída de 50 mm x 1.1/2” e extravasor/ladrão de 32 mm x 1”, o que facilita sua instalação.

O design também facilita a instalação do reservatório em construções que apresentam telhados baixos, além de possuir “pegas” que facilitam a movimentação e, para os lojistas, o empilhamento no estoque, além de facilitar o transporte. “O Novo Tanque Fortplus é produzido em máquinas adquiridas recentemente e desenvolvidas exclusivamente para a Fortlev com uma tecnologia inovadora”, comenta Rego.

O diretor afirma que o desafio da Fortlev é afinar cada vez mais o relacionamento com os clientes e, consequentemente, com os consumidores nos Pontos de Venda. “Por isso, implantamos, em 2016, uma área de Trade Marketing com total foco nos PDVs”, revela.

“Observamos que o consumidor final gosta de ver o produto de perto. Por isso, investimos em expositores para os novos produtos e materiais de PDV com uma comunicação informativa capaz de transferir tudo aquilo que o



**QUER DAR
SHOW NAS
VENDAS?
COLA COM
A GENTE.**

*A Votorantim Cimentos
tem um portfólio completo
e qualificado pra você dar
show nas vendas e, seus
clientes, na obra.*



**Abasteça sua loja com os nossos produtos
e se prepare pra vender muito.**

1. Produtos Eternit
2. Produtos Brasilit



PRATELEIRA

consumidor espera e busca. Isso torna a venda mais eficaz, além de possibilitar um resultado rápido para o lojista, que poderá contar com um canal de comunicação direto e efetivo. Realizamos treinamentos constantes nas lojas para melhor capacitar os vendedores a apresentarem os produtos e seus benefícios”, conta Rego. “A realização de blitze tem contribuído para aumentar a divulgação das nossas linhas junto ao público consumidor e aos demais públicos de interesse. Por meio da abordagem nos PDVs, fazemos a demonstração das principais características. A ideia é expandir a iniciativa para regiões estratégicas para a companhia”, continua.

O executivo detalha que a área de Trade Marketing passou a desenvolver ações focadas nos Pontos de Venda, que contribuem para que o lojista fidelize os clientes na venda de produtos Fortlev, oferecendo ações e capacitações voltadas para profissionais do ramo, programas de incentivo e materiais para melhorar a experiência de compra do nosso consumidor. “Além disso, desenvolvemos materiais técnicos, explicativos e didáticos, que são instrumentos valiosos no momento da venda. Vídeos também são produzidos e estão disponíveis em nosso site (www.fortlev.com.br) e redes sociais, mostrando na prática, o uso dos produtos, a correta forma de instalação, as aplicações, dentre outros detalhes.”

Sobre as perspectivas para 2018, Rego acredita em uma melhora dos negócios e do mercado, o que deve acontecer de forma lenta, mas progressiva. “Destaco nesse ponto que a inovação está no DNA e na estratégia da Fortlev e temos um time de pessoas altamente comprometidas com a empresa, parceiros e nossos clientes. Sempre estamos de olho nas tendências do mercado, melhorias e novidades para continuar atendendo ao consumidor final da melhor forma possível. Buscamos sempre surpreender para alcançarmos os resultados apontados, inclusive, por revistas especializadas, como a **Revenda**”, conta. “E não podemos deixar de falar dos investimentos em nosso parque fabril e em nossos processos. Como exemplos, instalamos, no ano passado, novas máquinas de rotomoldagem de última geração para fabricação de reservatórios em nossas fábricas. Implantamos com muito sucesso o SAP, que é considerada uma das melhores ferramentas de gestão, com o intuito de estarmos mais preparados para o presente e o futuro, entre outros investimentos em nossas unidades. E, em fevereiro próximo, inauguraremos uma nova fábrica na cidade de Anápolis, em Goiás. Estamos confiantes, porém com ‘os pés no chão’”, encerra Rego.

AMANCO

A Amanco tem em seu portfólio as caixas d'água de boca aberta e fechada, fabricadas por sopro, tecnologia inédita na América Latina que garante maior qualidade ao produto, tornando-o mais seguro. A linha de caixas d'água atende a todo o mercado predial, incluindo residências e estabelecimentos comerciais.

“Entre os diferenciais, destaque para a tripla camada, que ajuda a impedir a entrada de raios solares, minimizando o risco de proliferação de bactérias, e para a camada interna branca, que facilita a visibilidade na limpeza e na conservação da água armazenada”, destaca o gerente de Desenvolvimento de Mercado da Mexichem Brasil, Adriano

“Entre os diferenciais, destaque para a tripla camada, que ajuda a impedir a entrada de raios solares, minimizando o risco de proliferação de bactérias, e para a camada interna branca, que facilita a visibilidade na limpeza e na conservação da água armazenada”

ADRIANO ANDRADEL, gerente de Desenvolvimento de Mercado da Mexichem Brasil

Lançamento

Cadeado para

BLOQUEIO

IDEAL PARA APLICAÇÃO EM MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS DE SEGURANÇA



Cadeado para Bloqueio

A linha de Cadeados para Bloqueio da Papaiz, foi desenvolvida para a utilização em máquinas e equipamentos de segurança. O cadeado de latão maciço está disponível em 06 cores, no tamanho 35/50.

Compatível com a norma ABNT de cadeado, atende a norma NR12 e o programa LOTO (bloqueio e sinalização de energias perigosas). Design exclusivo Papaiz, quando o cadeado está aberto, a chave não sai.

PAPAIZ
ASSA ABLOY



www.papaiz.com.br | www.assaabloy.com.br

ASSA ABLOY, the global leader
in door opening solutions

no Andradel. Os produtos estão disponíveis nas versões de 310, 500 e 1.000 litros e cisternas. “Além disso, por causa do processo produtivo, as caixas possuem as camadas distribuídas uniformemente e maior controle na fabricação, o que traz mais resistência. O fechamento exclusivo por trava proporciona segurança e qualidade no armazenamento de água pelo consumidor”, continua Andradel. Outra solução da marca para o segmento é o inovador Adaptador Click Amanco, lançado em todo o Brasil em 2017. Patentada, a novidade facilita significativamente a instalação e a manutenção dos reservatórios de água em obras prediais. Ao apresentar o inédito sistema de engate rápido, não há mais a necessidade de o instalador estar no interior da caixa d'água para manusear a peça, tornando o processo mais prático e rápido, por ser todo feito do lado de fora. “O lançamento representa um avanço operacional significativo aos instaladores hidráulicos porque o Adaptador Click Amanco para Reservatórios ajusta-se por encaixe e sem a necessidade do tradicional rosqueamento pelo lado interno, que é tão comum nos antigos adaptadores auto-ajustáveis disponíveis no mercado”, detalha o executivo. Andradel explica que a Amanco não determina a maneira como seus revendedores devem expor os produtos da marca. No entanto, a marca realiza junto aos revendedores um trabalho frequente de orientação, indicando a forma correta de armazenagem dos materiais, de acordo com as características individuais de cada um deles. “Promovemos também o programa de relacionamento Amanco Oportunidade



de Negócio (AON), que aproxima nossos principais clientes varejistas e equipe comercial em torno do desenvolvimento contínuo e da importância da troca de informações. Anualmente, os lojistas participantes têm a oportunidade de vivenciar módulos acadêmicos otimizados nas mais conceituadas universidades mundiais, além de conhecer as principais feiras internacionais e também de participar de visitas técnicas aos maiores home centers mundiais. A edição deste ano acontecerá em março”, revela. “Já com relação ao pós-venda, realizamos a orientação em como cadastrar e segmentar os clientes das revendas, ajudando com o desenvolvimento de programas especiais voltados aos diversos tipos de consumidores que cada uma pode ter. Oferecemos treinamentos “in loco” dentro das nossas revendas parceiras e desenvolvemos materiais de merchandising com informações técnicas de fácil compreensão, além de disponibilizar outros que auxiliam na exposição dos nossos produtos, aumentando o seu destaque dentro da loja, para que o consumidor final possa ser estimulado a tomar a decisão de compra correta”, continua Andradel. Ele revela que, depois de um 2017 desafiador, em que a construção civil acabou sendo o setor mais afetado pela crise econômica, a expectativa da Amanco para este ano é



“Entre os diferenciais podemos ressaltar a tampa click, que evita a proliferação do mosquito da dengue, é resistente a impactos, não solta pigmentos, é fácil de limpar e evita proliferação de fungos”

CARLOS HENRIQUE MATTAR, Diretor Comercial e de Marketing da Amanco

PARAFUSADEIRAS A BATERIA

Mobilidade, força e praticidade na montagem e desmontagem de móveis, instalações e muitas outras aplicações!

www.vonder.com.br



- Regulagem para 16 posições de torque e 1 para perfuração



- LED para iluminação do local de trabalho



- Cabo com revestimento emborrachado

- Carregador bivolt automático (100 V—/240 V—)
- Acompanha 2 baterias: enquanto uma carrega, a outra trabalha!
- Bateria de íons de lítio



Conheça as novas
Parafusadeiras a
Bateria VONDER!

Assista aos vídeos e siga a
VONDER nas redes sociais!

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



É bom trabalhar com

vonder®

Funcionalidade e ergonomia no trabalho profissional! A escolha é sua e a qualidade é VONDER!

de crescimento. “Apostamos em um aumento nas vendas no varejo, pegando carona na retomada do consumo, já apresentada no segundo semestre de 2017, e na estabilização da demanda das construtoras. Apesar de ser um ano mais enxuto, com muitos feriados, Copa do Mundo e Eleições, a Amanco projeta crescer um dígito em 2018, em linha com o que o próprio mercado vem sinalizando”, conclui.

BRASILIT

A Brasilit fabrica Caixas de 310, 500 e 1.000 litros. “Entre os diferenciais podemos ressaltar a tampa click, que evita a proliferação do mosquito da dengue, é resistente a impactos, não solta pigmentos, é fácil de limpar e evita proliferação de fungos”, comenta Carlos Henrique Mattar, diretor comercial e de Marketing da empresa.

Ele recomenda posicionar uma caixa na frente da loja. “Desta forma o cliente verá que a revenda possui o produto Brasilit para venda, devendo mantê-la sempre limpa e fechada”, explica. Para a correta divulgação dos produtos, a empresa orienta distribuição de folhetos, catálogos e displays. “São formas de deixar o cliente munido de informações técnicas e comerciais, além de todo o material divulgado no site e em plataformas sociais”, continua.

Mattar acredita em uma recuperação econômica gradativa em 2018. “Tanto a Brasilit quanto seus clientes e parceiros estarão fortalecidos para novos desafios”, encerra.

ETERNIT

O portfólio de reservatórios da Eternit é composto por Caixas de 310 litros, 500 litros, 1.000 litros e 2.000 litros, tamanhos que atendem a mais de 70% do mercado de reservatórios. “A versatilidade das caixas d’água da Eternit é muito grande e não atende somente a armazenagem para consumo humano. Também atendemos vários outros mercados, como, por exemplo, o da piscicultura”, pontua o gerente-geral de Negócios da Eternit, Márcio Sebrian.

Como diferenciais da marca, o gerente destaca que as caixas d’água são fabricadas com polietileno virgem de alta qualidade, que garante o armazenamento da água com mais segurança. “Os produtos possuem a superfície interna lisa, que evita incrustações e facilita a limpeza. Nossa tampa veda a caixa totalmente, impedindo a entrada de insetos, poeira ou outros detritos que possam prejudicar a qualidade da água. Também evita a necessidade do uso de parafusos deixando o processo de instalação e manutenção muito mais fácil”, detalha Sebrian.

“Outro diferencial importante dos nossos reservatórios é que não colocamos mais os adesivos com as instruções de manuseio, instalação, etc. Agora nossas caixas têm todas as informações impressas em alto-relevo direta-

“A versatilidade das caixas d’água da Eternit é muito grande e não atende somente a armazenagem para consumo humano. Também atendemos a vários outros mercados, como, por exemplo, o da piscicultura”

MÁRCIO SEBRIAN, gerente Geral de Negócios da Eternit

mente no corpo e na tampa do reservatório. Isso proporciona ao consumidor mais praticidade na instalação e garante que quando ele precisar as instruções estarão disponíveis”, continua.

Sobre a exposição das caixas d’água, Sebrian lembra que é importante levar em conta o tamanho da loja, mas recomenda que os produtos fiquem expostos na frente do estabelecimento. “Isso ajuda o consumidor a identificar que ali tem uma loja de material de construção. Assim, sempre que possível, indicamos que o lojista empilhe duas ou três caixas. Para isso basta inverter a tampa da primeira caixa e apoiar o corpo da segunda logo em cima”, orienta.

Sebrian lembra que a Eternit adota, como prática constante, treinar e orientar balconistas e vendedores dos lojistas. “Essa ação proporciona argumentos e segurança aos balconistas no processo da venda. O consumidor, mesmo sabendo que é um produto de qualidade, precisa saber a forma correta de instalar, conservar e promover as manutenções necessárias”, diz.

O executivo é otimista com o mercado em 2018. “Nós da Eternit acreditamos que o mercado de material de construção, como o de reservatórios, deve crescer este ano. O segmento de reservatórios deve acompanhar o mesmo crescimento do material de construção. Em algumas regiões deve crescer um pouco mais por causa da crise hídrica. Este fator aumenta a demanda nessas regiões que têm a necessidade de armazenar mais água. Cada vez mais estamos nos preparando do ponto de vista fabril e de logística”, revela.

TIGRE

A Tigre disponibiliza em seu portfólio caixas d’água com diferentes capacidades, abertas de 310 a 5.000 litros e fechadas de 310 a 1000 litros. “Vale reforçar que os produtos desenvolvidos pela companhia têm fechamento total e seguro, já que a tampa se encaixa perfeitamente e evita a entrada de insetos e outras impurezas”, ressalta Rene Kuhnen, gerente de Marketing de Produtos.



O pesadelo das furadeiras. Chegou a Linha Fixar Sem Furar, da Bostik.

**FIXAR
SEM
FURAR**



A **Bostik**, líder mundial em adesivos, está lançando no Brasil sua linha de adesivos superpotentes, **Fixar Sem Furar**. Ideal para reformas silenciosas, limpas e independentes de eletricidade.

Fixar Sem Furar chega para fazer uma revolução no jeito do consumidor reformar a casa. Pendurar espelhos, caixas, vasos ou qualquer objeto até 39 kg/cm², com toda segurança, agora é tarefa para qualquer hora – do dia ou da noite.

Fixar Sem Furar. Substituindo, com vantagens, a barulhenta furadeira.



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



#ConstruçãoInteligente

Ela explica que todas as caixas são fabricadas com material atóxico, que não contamina a água. “Outro ponto importante é que a superfície lisa evita incrustações e permite uma limpeza mais fácil. As caixas d’água da Tigre também são de fácil instalação por serem leves e com marcação para a furação da tubulação de entrada e de saída. Podem ser aplicadas em obras residenciais, comerciais, na agricultura, piscicultura e qualquer outra atividade que precise de reserva de água na temperatura ambiente”, ilustra Kuhnen.

A Tigre recomenda que os revendedores tenham amostras das caixas expostas nos pontos de venda, além de folhetos e materiais complementares explicativos, que facilitam para o consumidor entender os diferenciais de cada produto e o que é mais indicado para cada caso.

“Somos reconhecidos pela proximidade dos revendedores, como chancela a própria Revenda, com o Prêmio Ruy Ohtake de Indústria mais parceira do lojista. Com equipes voltadas para capacitação, PDV, merchandising e trade, a Tigre investe em parcerias sólidas, focando em treinamento, comunicação e ações estruturadas de marketing no PDV. Com isso, contribui para a evolução constante dos negócios e garante a correta exposição e divulgação dos produtos”, afirma Kuhnen.

Sobre as projeções para o ano, a executiva afirma que a Tigre acredita que o mercado de caixa d’água tem um bom potencial de crescimento. “Por esse motivo, a empresa investe constantemente no desenvolvimento de produtos inovadores que atendam às necessidades dos consumidores”, finaliza.



“A superfície lisa evita incrustações e permite uma limpeza mais fácil. As caixas d’água da Tigre também são de fácil instalação por serem leves e com marcação para a furação da tubulação de entrada e de saída.”

RENE KUHNEN,
gerente de
marketing de
produtos da Tigre

“As linhas de reservatórios em Polietileno apresentam entre os seus principais benefícios a facilidade de transporte e instalação, alta resistência às ações do tempo, vedação da tampa proporcionando uma proteção total contra o mosquito da dengue, impurezas e animais.”

ALYSSON KNAPP BAKOF, gerente
Comercial da Bakof Tec

BAKOFTEC

A Bakof Tec destaca-se na fabricação de Linha de Reservatórios, Cisternas, Linha Ecológicas, Domésticas, Lazer e Sat. Contam com linha completa de Caixas d’água em Fibra de Vidro e Polietileno. Os reservatórios de Fibra de Vidro são revestidos com gel especial e opções de armazenamento que variam de 100 a 30.000 litros. Para a maior comodidade a Bakof produz também as caixas auto-limpante, esse reservatório patenteado minimiza a necessidade e periodicidade de limpeza de manutenção, proporcionando assim maior qualidade de água por muito mais tempo, eles são fabricados nos volumes 310,500,1.000 e 2.000 litros.

Segundo o gerente Comercial Alysson Knapp Bakof, “as linhas de reservatórios em Polietileno apresentam entre os seus principais benefícios a facilidade de transporte e instalação, alta resistência às ações do tempo, vedação da tampa proporcionando uma proteção total contra o mosquito da dengue, impurezas e animais. Os produtos Bakof proporcionam ao usuário maior comodidade, segurança e agilidade na instalação e manutenção, também somos a única empresa brasileira com a certificação da ABNT, reconhecimento pela qualidade e segurança em nossos produtos.”

Alysson desta a importância da exposição dos produtos para o sucesso nas vendas. “A mercadoria deve estar disponível aos olhos do consumidor de forma atrativa e fácil, facilitando assim a escolha do consumidor.”

A Bakof tec trabalha em parceria com os revendedores para divulgar o seu produto de forma estratégica no PDV. “Para isso, utilizamos de algumas ações, algumas delas são: meias caixas para a demonstração do produto, banners, adesivos, mostruários internos e externos, painéis, outdoors, criação de uniformes, e-mails marketing, brindes etc. Também possuímos um trabalho amplo de treinamento e divulgação com os promotores de vendas da Bakof, nesse trabalho é realizado palestras com informações técnicas e comerciais do mix completo de produtos”, finaliza.

NOVAS FORMAS

DE AUMENTAR SUAS VENDAS

VENHA NOS VISITAR NA EXPO REVESTIR
A FASHION WEEK DA ARQUITETURA & CONSTRUÇÃO
TRANSAMERICA EXPO CENTER - 13 A 16 DE MARÇO
LOCALIZAÇÃO: PAVILHÃO D - RUA 24 - STAND 2444



lorenzettiofficial



lorenzettisa



App Store
Google Play



0800 015 02 11

www.lorenzetti.com.br

LORENZETTI

Mais do que você imagina

ÚTEIS, em qualquer situação

Discos e lixas podem ser utilizados no segmento de material de construção, moveleira e automotiva. As empresas apostam suas fichas em todos os nichos de mercado e investem bastante na tecnologia, um bom apelo para as vendas







“Assim, investimos muito na capacitação técnica de nosso time, além de realizar treinamentos e amplo suporte técnico para os revendedores e seu time de vendas”

NATALIA GONÇALVES,
responsável pela Linha de
Acessórios da Bosch Brasil

3M

A 3M fabrica e comercializa toda linha de abrasivos para as indústrias metalúrgica, de construção e automotiva. São discos de fibra, discos flap, discos de corte e desbaste, cintas de lixa, folhas de lixa, discos de lixa, lixadeiras e diversas outras formas de conversão de abrasivos. Wilson Pagano, gerente de produto da divisão de Sistemas Abrasivos, explica que a empresa notabiliza-se pela inovação tecnológica. “É o caso dos Produtos com a marca Cubitron™II, que possuem a exclusiva tecnologia PSG – grão mineral microrreplicado de precisão –, que faz com que o rendimento e a produtividade sejam muito superiores na comparação com produtos tradicionais do mercado, resultando em substanciais reduções de custo para os clientes. Em outras palavras, a 3M diferencia-se por gerar ganhos nos processos de lixamento, por meio da redução de etapas e do consumo de abrasivos, com aumento da velocidade do processo e a redução de set-ups, gerando melhor acabamento das peças lixadas e oferecendo maior conforto ao operador (ergonomia e segurança)”, detalha Pagano. Por se tratar de produtos com tecnologia de ponta, a 3M recomenda que exposição no PDV seja acompanhada de material didático – como catálogos, vídeos e outros –, que ajude o cliente a realizar a melhor escolha, ao mesmo tempo que possa ensiná-lo a extrair a melhor performance do produto, de acordo com a aplicação. Para isso, a empresa possui vasto material em seu site e uma equipe de marketing especializada para o atendimento dos diferentes canais de venda do mercado, auxiliando na melhor exposição da marca e dos produtos de performance 3M. “Os revendedores 3M contam com uma grande equipe de suporte comercial e técnico para melhor divulgação dos seus produtos. Ações digitais, eventos locais, promoção de vendas, boletins técnicos, promoção técnica, demonstrações de produto, treinamentos, campanhas de vendas e premiações por performance, entre outras, são ações que visam a promover a marca 3M por meio de melhor comu-

nicação e demonstração prática sobre os benefícios que os produtos de Abrasivos oferecem. Além disso oferecemos um Centro Técnico para Clientes, o CTC, localizado em nossa matriz em Sumaré-SP, idealizado para receber clientes, colaboradores, revendedores e estudantes. Lá, todo conhecimento sobre os produtos 3M e suas aplicações é compartilhado de maneira didática, prática e abrangente, garantindo que toda tecnologia presente nos produtos seja difundida para o mercado”, afirma o gerente.

A 3M está trabalhando com projeções otimistas de crescimento para o mercado em 2018, conforme apontam os indicadores econômicos dos últimos meses. “Um bom termômetro desta retomada recente da economia é a indústria automotiva, que voltou a crescer a taxas de dois dígitos em 2017, o que acaba sendo reflexo de vários componentes macroeconômicos positivos. Além disso, a retomada da confiança do consumidor, a redução de taxa de juros e a inflação controlada são outros fatores que irão impactar diretamente na performance da indústria e da construção. A 3M está preparada para atender a essa nova demanda em 2018”, encerra Pagano.

BOSCH

A linha de abrasivos é uma das mais amplas do portfólio da Bosch e possui desde abrasivos de corte e desbaste até uma gama completa de abrasivos flexíveis. “A diversificação de produtos Bosch no setor de discos e lixas atende a diferentes perfis de usuários e conta com diferenciais que proporcionam qualidade, segurança e performance com mais rapidez, durabilidade e atrativa relação custo-benefício”, diz Natalia Gonçalves, responsável pela Linha de Acessórios da Bosch Brasil. O destaque da empresa na linha de corte e desbaste é o disco Expert for Inox de 1,6mm. Já na linha de abrasivos flexíveis a Bosch ressalta os produtos da marca Sia. “O Sianet 7900 é o disco de lixa com velcro com uma das melhores performances em absorção de pó existentes no mercado”, continua Natalia.



“Com relação aos discos de corte e desbaste, destacamos o HP2, eficiente no corte e desbaste e que proporciona muito conforto para o operador”

PAULO PENNA, gerente de
Marketing para Acessórios
DEWALT e STANLEY

Tenha mais
Sasazaki na
sua loja

SASAZAKI

Portas e Janelas

A tecnologia, a qualidade e a durabilidade Sasazaki estão cada vez mais dentro da sua loja. Com as portas Interna, Pivotante e Social Pivotante, o projeto do seu cliente cresce em beleza e em modernidade, por dentro e por fora.

SASAZAKI.COM.BR • SASAZAKIOFICIAL
ATENDIMENTO AO CLIENTE: 0800 179922



Porta Pivotante



Porta Social Pivotante
2,17m de altura

Para exposição dos produtos, Natalia Gonçalves considera que o usuário quer encontrar a solução completa no ponto de venda e que esse é um dos diferenciais e ponto forte da Bosch. “Além de oferecer os acessórios, temos também os mais diversos equipamentos. Indicamos a exposição dos acessórios próxima da máquina correspondente. Para exemplificar, quando se trata do disco de corte, o ideal é expor ao lado das esmerilhadeiras, bem como os discos de velcro devem estar ao lado das lixadeiras.” A executiva revela que a Bosch atua cada vez mais atuamos com o objetivo de que os clientes considerem a empresa como um provedor de sistemas e soluções e não somente de produtos. “Assim, investimos muito na capacitação técnica de nosso time, além de realizar treinamentos e amplo suporte técnico para os revendedores e seu time de vendas, que são fundamentais para assegurar que os produtos sejam conhecidos e apresentados de forma correta aos usuários”, conta. Sobre as perspectivas para o ano, Natália está otimista. “Acreditamos que o mercado de ferramentas elétricas e acessórios será favorecido com resultados positivos. A Bosch seguirá trabalhando na expansão de suas atividades e no desenvolvimento de novos produtos com o objetivo de cada vez mais atender às necessidades dos usuários e também para estar próxima do cliente”, conclui.

CONEX

A Abrasivos Conex produz há mais de 20 anos abrasivos de qualidade para uso em materiais ferrosos, alvenaria, concreto, pisos, porcelanatos e madeira. São discos de corte, desbaste, acabamento, lixas, brocas, rebolos, pedras de afiar e serras.

O diretor da Conex, Leandro Lizot, recomenda aos revendedores que os “produtos devem ser expostos nos pontos de vendas em embalagens tipo Blister, que, além de resistente, assegura a total visibilidade do produto formando um conjunto de alta qualidade visual, valorizando a marca e o produto.” A estratégia da empresa é oferecer produtos com preços competitivos, agregando valor aos processos de atendimento ao cliente, logística e qualidade.” Assim, a empresa pode se manter competitiva e aumentar a participação no mercado. Apostamos no mercado e temos boas perspectivas de crescimento no setor de ferramentas, ferragens e materiais de construção”, explica. Para se comunicar com seus clientes, a empresa utiliza o site, e-mail marketing, ações promocionais, campanhas de vendas e treinamento comercial.

DEWALT / STANLEY

O ano de 2017 foi marcado por muitos lançamentos na linha de abrasivos da DEWALT. O gerente de Marketing para Acessórios DEWALT e STANLEY, Paulo Penna, des-



1. Produtos 3M
2. Produtos Stanley
3. Produtos Disflex

taca que muito desses itens trazem fortes diferenciais. “Com relação aos discos de corte e desbaste, destacamos o HP2, eficiente no corte e desbaste e que proporciona muito conforto para o operador. Além disso, a linha entrega a alta performance que a indústria pesada exige”, conta. Entre as novidades da DEWALT estão as folhas de lixa d’água e a folha de lixa seca antiempastante. Também foram lançados os discos de fibra de óxido de alumínio e de zircônia. Já na linha de folhas de lixa, o destaque é a folha de lixa de ferro, com costado inovador e resistente a aplicações úmidas. Para facilitar o recorte no momento do uso, a folha já vem com pré-corte. Na linha de Flaps, o lançamento é o Flap DEWALT Dual-Trim, que é composto pela sobreposição de lixas de grão de óxido de alumínio zircônio e grão cerâmico. “Além de possibilitar remoções pesadas, ele também promove bom acabamento, devido à combinação de grãos. Outra vantagem do produto é o costado plástico, que pode ser usinado para aproveitamento total das lixas”, explica Penna. Na marca STANLEY, o gerente recomenda os discos de corte fino nas versões de 4 ffi”, 7” e 9”. “Os itens têm excelente aceitação junto aos usuários e atendem aos profissionais que buscam uma boa relação custo-benefício, sem abrir mão da segurança. O destaque é a versão STA8061B, que vem com dez unidades do disco STA8061 (disco de corte fino de 1.0mm de 4 ffi”) em uma lata especial do time de futebol Barcelona”, afirma. Sobre a apresentação dos produtos nas lojas, Penna é categórico: “nós pensamos muito em como



Cortador profissional Linha HD

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



Cortador elétrico Linha ZAPP

3º lugar na categoria Máquina Elétrica de Bancada.



**EXPO
REVESTIR**
FEIRA INTERNACIONAL DE REVESTIMENTOS

Visite-nos no stand 1956

CORTAG
REVOLUTION TOOLS

expor nossos itens no ponto de venda”, afirma. “Quando tratamos de folhas de lixa e discos de fibra, é comum vermos no PDV produtos concorrentes ‘enrolados devido à absorção de umidade. Assim, desenvolvemos embalagens especiais, como luvas cartonadas para as folhas de lixa e embalagens plásticas ‘abre-fecha’, ideais para os discos de fibra. Recomendamos a preservação das embalagens, retirando gradualmente alguns produtos para exibição e venda e, assim, o cliente sempre terá uma exibição sem esse efeito ‘enrolado’ ou ‘encanoado’ nas lixas e nos discos de fibra”, orienta. O executivo também comenta a importância dedicada à comunicação junto aos revendedores sobre os lançamentos. “Atualmente, promovemos uma série de treinamentos com nosso time de técnicos DEWALT. Todos têm a qualificação necessária para atender tanto a indústria quanto os parceiros distribuidores. Contamos, também, com a divulgação de diversos vídeos e materiais informativos que apresentam e indicam as aplicações de cada abrasivo.” Para Penna, há boas expectativas para 2018. “Estamos alinhados com os dados dos setores de indústria e construção. Assim, estimamos um crescimento entre 5% e 10% para o mercado de abrasivos neste ano, inclusive para as nossas marcas”.

DISFLEX

A Disflex é uma empresa que nasceu no segmento de abrasivos há mais de 40 anos e vem se firmando como um dos principais distribuidores na linha para o atacado e a distribuição. O diretor comercial Joao Carlos Donato Junior diz que a política da empresa contempla preços competitivos e o fortalecimento de seus parceiros, não pulverizando produtos diretamente no varejo. “Hoje a Disflex tem como principais produtos uma linha completa de escovas de aço, brocas e discos de corte e desbaste, além de uma linha de abrasivos completa. Somos uma empresa enxuta e compe-

titiva em seus produtos, garantindo preços muito competitivos sem sacrificar a qualidade! Toda linha é voltada para o desenvolvimento de itens com bom custo benefício e nível industrial levado ao consumidor final”, esclarece.

Para ele, a apresentação e a superexposição da marca e do produto na revenda é o caminho mais curto para o sucesso das vendas, tendo em vista a enorme variedade de concorrentes hoje encontrados no mercado. “Aproveitar cada espaço e oportunidade de chamar a atenção do consumidor é essencial para um bom resultado nas vendas. Para a empresa, é importante saber apresentar e divulgar a aplicação dos produtos para facilitar o entendimento e garantir a venda com satisfação do consumidor”, continua o executivo.

Por esse motivo, uma das ferramentas mais usadas pela Disflex são os treinamentos. “Neles conseguimos, de uma forma muito breve, dar argumentação de venda e transformar os vendedores em representantes da marca e agentes multiplicadores dentro da revenda, trazendo benefícios para todos dentro da cadeia de venda”, afirma João Carlos. O executivo é cauteloso sobre a retomada do mercado. “Acredito que nesse primeiro momento iremos demorar a sentir uma melhora significativa. Estamos passando por uma fase de incertezas na política e consequentemente na economia, e isso sem dúvida pesa nos resultados positivos do mercado. Porém, creio que estamos criando algo sólido e duradouro! Um mercado, competitivo, exigente e estável para os próximos anos”, encerra.

FIXTIL

Buscando soluções inteligentes para o segmento de construção civil, a Fixtil incluiu em seu mix de produtos a linha de discos de cortes, com novos layouts, direcionados para pedreiros, azulejistas, marmorarias e construtoras. Dentre os lançamentos, a empresa destaca os discos de corte fabricados com material de alta resistência para suportar perfurações em superfícies de alta dureza, respeitando as normas de qualidade do produto no mercado e indicadas para tarefas realizadas em metal, inox, porcelanato e concreto. O Corte inox é indicado para cortar inox e metais em geral. Outra novidade na linha de produtos da empresa é o disco de corte segmentado, Seco ou refrigerado, indicado para cortar mármore, granitos, pisos cerâmicos, azulejos e ardósias. Funciona com RPM MAX de 13.800 e está disponível na medida 110mm. O disco de corte turbo, seco ou refrigerado, é indicado para cortar mármore, granitos, pisos, pisos cerâmicos, azulejos, ardósias, etc. e funciona com RPM MAX de 13.800, com opções nas medidas 110mm e 180mm (refrigerado). Já o disco de corte turbo porcelanato, seco ou refrigerado, é indicado para cortar porcelanatos e pisos cerâmicos.

“Um grande conhecimento em materiais aliado à capacidade de inovação tem permitido que a companhia amplie o seu mix de produtos, que hoje conta com lixas, discos de corte e desbaste, rebolos, superabrasivos, máquinas, acessórios, fitas e equipamentos de proteção individual (EPI)”

MÔNICA ALVAREZ,
gerente de Marketing Construção Norton

GAMMA

FERRAMENTAS

LINHA DE BOMBAS DE ÁGUA

Bomba submersa tipo caneta 1/2CV | 3/7

G1725/BR1 | G1725/BR2
Potência: 0,5HP
Temperatura máxima da água: 35°
Tamanho máximo da partícula: 2mm
Rotação: 3450rpm
Altura máxima: 43m
Profundidade de imersão: 8m
Vazão máxima: 4,2m³/h
Peso: 7,3Kg

Bomba submersa tipo caneta 1CV | 3/14

G1726/BR1 | G1726/BR2
Potência: 1HP
Temperatura máxima da água: 35°
Tamanho máximo da partícula: 2mm
Rotação: 3450rpm
Altura máxima: 85m
Profundidade de imersão: 8m
Vazão máxima: 4,2m³/h
Peso: 9,8Kg

Construída em
inox e termoplástico,
tornando-se resistente
à corrosão.

Aplicação em poços artesianos para bombear água
limpa e isenta de sólidos para pequenas irrigações
no abastecimento residencial e reservatórios.



Para conhecer nosso mix de produtos,
acesse o nosso site:

www.gammaferramentas.com.br

Bomba de água
periférica DB60 leve
2761/BR1 | 2761BR2



Bomba de água
periférica DB60
2763BRN | 2763BR2N



Bomba de água
periférica DB80
2762BR



Bomba de água
centrífuga CP80
2764BR | 2764BR2



Bomba de água
centrífuga CP100
2765BR | 2765BR2



Bomba de água submersível
(águas limpas) 250W ou 500W
3195BR1 | 3195BR2 | 3195BR1 | 3195BR2



Bomba de água
submersível (águas limpas)
3195BR1 | 3195BR2



Bomba de água submersível
(águas sujas) 550W
3201BR1 | 3201BR2



Bomba de água submersível
(águas sujas) 750W
3202BR1 | 3202BR2



Funciona com RPM MAX de 13.800, disponível na medida 110mm. Os discos da Fixtil, direcionados a pedreiros, azulejistas, marmorarias, lojas de material de construção, construtoras, etc, são fabricados com matéria prima de qualidade, garantindo precisão no corte e segurança ao cliente para instalar uma pia ou balcão de mármore ou de granito durante a fase de acabamento da obra. Todos os discos são fabricados com metal diamantado, utilizados com o auxílio de uma serra circular elétrica para corte à seco, ou refrigerado para corte a água. Os discos, lixas e abrasivos da Fixtil são expostos no setor de ferramentas dos hipermercados e revendas, mas também poderão ser colocados próximos de produtos correlacionados, como as serras e ferramentas elétricas. A empresa criou novos layouts contendo rótulos autoexplicativos com informações necessárias para auxiliar sobre a forma de utilização dos produtos. Os rótulos dos discos contêm cores diferentes para cada tipo de aplicação.

▶ NORTON

Para atender às necessidades dos profissionais que integram o universo da construção, a Norton atualiza constantemente as suas linhas de produtos. “Um grande conhecimento em materiais aliado à capacidade de inovação tem permitido que a companhia amplie o seu mix de produtos, que hoje conta com lixas, discos de corte e desbaste, rebolos, superabrasivos, máquinas, acessórios, fitas e equipamentos de proteção individual (EPI)”, pondera a gerente de marketing Construção, Mônica Alvarez. Ela declara que um dos diferenciais da Norton é o constante desenvolvimento de produtos inovadores, que apresentem soluções práticas e inteligentes para seus clientes. “Grãos abrasivos especiais, ligas de alta qualidade, telas especialmente desenvolvidas para oferecer máxima segurança para o produto, processos produtivos automatizados e controlados para garantir qualidade são pontos fortes das nossas ferramentas”, explica.

No caso das lixas, a tecnologia do desenho está no costado, grãos abrasivos, resinas e processo de fabricação. No segmento voltado para pintura imobiliária, a Norton tem como carro-chefe uma linha de lixas para lixamentos manuais que inclui as Lixas: Ferro - K246, para aplicação em metais em geral, preparação de superfícies, limpeza, remoção de ferrugem e de tinta velha; Massa - A257 para paredes na remoção e nivelamento de massa corrida ou acrílica, tintas e vernizes; Madeira - A237, para o desbaste e acabamento de superfícies de madeira em geral e para a preparação para pintura ou aplicação de vernizes; e a NoFil - A219, lixa antiempastante para o lixamento de vernizes, seladoras, pinturas e laca.

A empresa recomenda que os produtos devem estejam organizados por marcas e aplicações para aproveitar a sinergia entre as categorias. “Além disso, trabalhamos com materiais de merchandising como displays, cross-merchandising, testeiras, wooblers, folhetos, bulas explicativas, entre outros, para lembrar, orientar e estimular as vendas”, afirma a gerente.

Alvarez reitera que é política da Norton manter uma grande proximidade com revendedores, distribuidores de maneira que a comunicação com esses parceiros permita entender as suas necessidades quanto ao mix de produtos que comercializam e dar apoio estratégico para o crescimento do seu negócio. “Para isso, investimos em programas de marketing e de relacionamento. Oferecemos às revendas treinamentos locais ou nos nossos centros de excelência nas fábricas, fator que também contribui com o lojista na alavancagem das vendas”, detalha. Acerca das projeções para o ano, a executiva pondera: “considerando as perspectivas econômicas apontadas pelo mercado para 2018, estamos mantendo nossos objetivos e acreditando em uma recuperação, mesmo que lenta, para setor da construção”.



PARA GIRAR O SEU ESTOQUE, COLOQUE DUDA NA PRATELEIRA!

CONHEÇA NOSSOS LANÇAMENTOS



ACABAMENTO PERFEITO PARA
QUINAS COM REVESTIMENTOS!



CESTO MULTIUSO

BRILHO
INTENSO

6
LITROS

CANTONEIRA DE SOBREPOR 18X18MM

SUPER!
REFORÇADO

ECONÔMICA
3 METROS DE
COMPRIMENTO

INSTALAÇÃO FÁCIL
FAÇA VOCÊ MESMO!

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

TYROLIT

A Tyrolit fabrica toda a linha de diamantados 110 a 350mm de diâmetro, abrasivos de corte, desbaste, discos flaps, discos de lixas, folhas de lixa, escova de aço e uma gama completa de produtos para acabamento de inox. “Nossas linhas são divididas em três classificações de qualidade – Basic, Standard e Premium – para atender todas as necessidades dos consumidores e as várias demandas de uso”, informa Eduardo Saltini, SBU1/Trade Manager da Tyrolit do Brasil. No setor de revenda para a construção, a empresa destaca os discos de corte 115 x 1,0 x 22,2 Inox e 178 x 1,6 x 22,2 Inox e os diamantados 110 x 22,2 Turbo segmentado e liso. “Esses produtos possuem uma excelente apresentação visual e rendimento muito acima da média frente aos principais concorrentes. Outro produto que vem ganhando grande destaque são as folhas de lixa Ferro; D’água e Massa Madeira. Nossas folhas são embaladas de forma prática para exposição e contam com a qualidade Tyrolit que já é reconhecida pelo mercado em geral”, expõe Saltini. O executivo conta que a Tyrolit tem uma vasta opção de expositores. “São peças que agregam valor à marca e embelezam o ponto de vendas, dando maior visibilidade aos produtos e levando ainda mais profissio-

nalismo ao negócio”, elucida. Para o balcão a empresa oferece o expositor de folha de lixa e o expositor de diamantados e disco de corte. Há também expositores de parede para discos e lixas. “Temos ainda um programa para apresentação dos produtos denominado Espaço Tyrolit, que é pensado de acordo com a necessidade, espaço e mix de produto do cliente”, continua Saltini. O gestor conta que a empresa mantém um programa regular de visitas da equipe comercial aos pontos de venda para apresentação das novidades incorporadas ao portfólio e também dos diferenciais tecnológicos presentes nos produtos. “Nosso objetivo é capacitar o vendedor a transmitir essas informações ao cliente no momento da compra.” Sobre o mercado, Eduardo Saltini é otimista. “Mesmo com o cenário econômico adverso dos últimos anos conseguimos sustentar a nossa trajetória de crescimento no país. Nossa expectativa é de um crescimento ainda mais consistente caso a economia mantenha o processo de recuperação em 2018.”

VONDER

A VONDER conta com uma ampla e premiada linha de abrasivos, ideais para as mais diferentes necessidades e aplicações. São produtos que oferecem maior performance e rendimento para as mais diferentes necessidades e aplicações em cortes e acabamentos profissionais. Entre os destaques da linha estão as lixas em folha, discos de lixa, rodas de lixa, esponjas abrasivas, rodas de feltro, rebolos, pedras para afiar, além dos premiados discos de corte, discos de fibra para desbaste, discos de desbaste, discos de corte diamantados, entre outros, que fortalecem e confirmam o conceito de marca de especialidade, característico do mix da VONDER. Para os cortes com excelente performance, um dos mais recentes lançamentos, reunindo inovação e tecnologia, é o Disco de Corte para Madeira DMV 110 VONDER, que tem como diferencial o uso em serra mármore para cortes de madeiras e derivados, como madeira dura, madeira macia, placas de compensado, aglomerados, MDF e pisos laminados. Sua composição, com borda segmentada com revestimento de carboneto de tungstênio, proporciona um corte rápido, seguro, sem trancos e vibrações. Também se destacam entre as novidades os Discos de Corte VONDER, para cortes de aços e suas ligas, inclusive aço inox, proporcionando um excelente acabamento (corte fino). Disponíveis em três modelos, com espessura de 1,0 mm e 1,6 mm e diâmetro de 115 mm e 180 mm, têm como diferencial a possibilidade de cortes rápidos com menor geração de calor e rebarbas (não devem ser utilizados em serra mármore). Na linha de abrasivos, a VONDER conta com uma série completa de lixas em folha, discos e ro-



1. Produtos Woker
2. Produtos Stanley
3. Produtos 3M

CHEGOU O 1º ATACADO DE MATERIAIS PARA CONSTRUÇÃO ABERTO A TODOS.

CONHEÇA A LOJA QUE É A SOLUÇÃO NA COMPRA DE MATERIAIS PARA SUA OBRA.

Chegou Obramax, o 1º atacado de materiais para construção, reforma e manutenção aberto a todos. Prontos para atender todos os profissionais da área, o pequeno revendedor e o cliente final. Gama técnica e ampla disponível em grandes volumes à pronta entrega, preço de atacado garantido e atendimento especializado que fala a sua língua.



AVENIDA DO ESTADO, 6313 - MOOCA
www.OBRAMAX.com.br
TELEVENDAS: (11) 3003-3400

“Esses produtos possuem uma excelente apresentação visual e rendimento muito acima da média frente aos principais concorrentes.

Outro produto que vem ganhando grande destaque são as folhas de lixa Ferro; D'água e Massa Madeira. Nossas folhas são embaladas de forma prática para exposição e contam com a qualidade Tyrolit que já é reconhecida pelo mercado em geral”

EDUARDO SALTINI,
SBU1/Trade Manager da Tyrolit do Brasil

das. As Lixas em Folha da VONDER são subdivididas em modelos para cada necessidade de uso: para massa, indicadas para superfícies em alvenaria ou madeira; d'água, para superfícies metálicas, materiais compostos, massa plástica, rápida e primers; e ferro, para lixamentos de metais em geral, preparação de superfícies, pinturas velhas, entre outros. “Vale ressaltar que as lixas da VONDER são premiadas no mercado pelo excelente desempenho nas atividades a que se destinam”, comemora a gerente de marketing Elisângela Durães. Como instrumentos para facilitar tanto a organização quanto o entendimento das funcionalidades completas do produto para o consumidor, Durães explica que a VONDER une o conceito da embalagem funcional e autoexplicativa de seus produtos com uma exposição atrativa no PDV. “Para auxiliar, oferecemos diversos modelos de expositores, contribuindo com a comunicação visual do lojista, oferecendo organização e praticidade. Outro ponto importante quando se fala em exposição é oferecer a solução completa ao consumidor, por isso é importante pensar no posicionamento da linha de discos e abrasivos com as máquinas e equipamentos para seu correto uso, como as linhas de esmerilhadeiras, lixadeiras, entre outros, que compõem o mix da VONDER e abrem um espaço de vendas completas ao lojista”, explica a gerente. Para Durães, a expectativa para 2018 é muito positiva, conclui.

WORKER

A Worker tem diversos produtos para o segmento de abrasivos como as pontas montadas, pedras combinadas e tipo canoa, escovas manuais de aço, taco lixador, pa-lhas, esfregões de aço, rebolos de uso geral e diamanta-

dos de desbaste. “Desenvolvidos com matéria prima de excelente qualidade, os discos da Worker são ideais para o profissional que busca como diferencial o alto desempenho, performance e durabilidade”, diz Diogo Saling, Diretor de Comercio Exterior.

Entre os destaques estão os discos de Corte para aços e aços inoxidáveis, que são produzidos com óxido de alumínio branco, com composição livre de contaminantes como cloro, enxofre e ferro para utilização na indústria alimentícia, indicado para uso em manutenção e montagem industrial, refinarias, indústrias alimentícias e de bebidas, montagem e corte de aço em geral. Estão disponíveis no grão 46 nos diâmetros e espessuras 114,3x1mm / 114,3x1,6mm / 117,9x1,6mm / 228,6x1,9mm.

Os discos de Corte para aços são produzidos com óxido de alumínio marrom, indicados para manutenção e montagem industrial, serralheria e cortes de aço em geral, disponíveis no grão 30 nos diâmetros e espessuras: 114,3x3,2mm / 117,8x3,2mm / 228,6x3,2mm / 304,8x3,2mm / 304,8x3,2mm.

Os discos de Corte para materiais não ferrosos são indicados para corte de mármore, granito, concreto, pedras, materiais cerâmicos e refratários, disponíveis no grão 24 nos diâmetros e espessuras: 114,3x3,2mm / 117,8x3,2mm / 228,6x3,2mm.

Os discos de Desbaste têm excelente desempenho em desbaste de aços em geral, indicados para soldas, caldeiraria e trabalhos pesados, estão disponíveis no grão 24 nos diâmetros e espessuras: 114,3x6,4mm com 2 telas e 117,8x6,4 com 3 telas. Os discos de Lixa possuem costado de fibra vulcanizada, grãos abrasivos produzidos de óxido de alumínio marrom, utilizados em operações de desbaste, semi-acabamento e acabamento de defeitos, nivelamento de superfícies, remoção de excesso de material, rebarbação e remoção de superfícies metálicas, disponíveis nos diâmetros 115 e 178 nos grãos 24 a 120.

Para Diogo Saling, é importante que os vendedores e revendedores da Worker tenham conhecimento sobre os produtos comercializados. “Por isso investe-se em treinamentos para orientar as equipes de vendas sobre formas de utilização dos abrasivos, suas aplicações e a importância da utilização dos equipamentos de proteção individual”, elucida. Como solução de exposição nos pontos de venda a Worker recomenda a utilização de expositores com gancheiras para os seus produtos. “Devido aos produtos de qualidade que a Worker oferece, acredita-se que 2018 será um ano de aumento no volume de vendas de abrasivos, a qual apresenta excelente custo-benefício, ótimo desempenho e vida útil, o que possibilita atender à exigência do mercado”, encerra Saling.

AS MELHORES LINHAS DE TOMADAS E INTERRUPTORES
BRANCA E MODULAR



Linha
SOQUETES



10 ANOS
GARANTIA

f VOLTAGGIOMATERIAISELETRICOS
@ VOLTAGGIO_



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

(11) 2291-0100

LUMINÁRIA
REDONDA

LUMINÁRIA
CILÍNDRICA

LUMINÁRIA
QUADRADA

LUMINÁRIA
ABAJUR

GRANDE
VARIEDADE DE CORES





PATROCÍNIO:

stam

Fuzil

ATLAS

TAMBASA
ATACADISTAS

Querem o que? É pra lá.
CONSTRUJA
Distribuidora

Votorantim
Cimentos
A vida é feita para durar

A person wearing a blue uniform is shown from the side, holding a clipboard and a mobile device. They are standing in a hardware store, with various tools and equipment visible in the background. The title 'PERSPECTIVAS PARA LOJAS DE BAIRRO' is overlaid on the top left of the image.

PERSPECTIVAS PARA LOJAS DE BAIRRO

Nesse segundo artigo mostramos a percepção desses lojistas sobre os seus próprios negócios e o que esperam dos fornecedores e da economia

Dando sequência ao artigo anterior, quando analisamos a importância das Lojas de Bairro na recuperação das vendas do comércio de material de construção, é fundamental, então, entendermos dentro desse atual contexto, o que os fornecedores podem fazer por estas lojas, e, em seguida, qual a percepção desses lojistas sobre o seu próprio negócio. Ainda segundo a pesquisa “Lojas de Bairro: o que esperam dos fornecedores e da economia”, e que entrevistou em julho de 2017, 240 lojistas de materiais de construção com lojas de 1 a 4 checkouts, divididas nas regiões Sudeste, Sul e Nordeste, de maneira unânime, atendimento cordial e simpático por parte dos representantes/vendedores, seguido por conhecimento técnico dos produtos que estão sendo vendidos, são as duas iniciativas mais importantes, inclusive contribuindo para aumentar as vendas das lojas aos consumidores finais.

▶ REGIÕES

Agora, em relação às outras três iniciativas mais importantes, segundo grau de concordância, houve variação de acordo com a região. Para os lojistas de bairro da região Sudeste, representados pelas cidades de São Paulo e Rio de Janeiro, a terceira iniciativa mais importante para um fornecedor auxiliá-los a

vender mais é propaganda da marca na mídia, seguida por vender produtos a granel/quantidade menores para a loja e, em quinto lugar, incentivar financeiramente e dar prêmios para os vendedores (GRÁFICO 1). Já, para os lojistas do Sul, representados pelas cidades de Porto Alegre e Curitiba, a terceira iniciativa é treinar os vendedores de suas lojas, seguida por propaganda da marca na mídia e, em quinto lugar, vender produtos a granel/quantidade menores para a loja (GRÁFICO 2).

Por fim, para os lojistas do Nordeste, representados pelas cidades de Salvador e Recife, a terceira iniciativa também é treinar os vendedores de suas lojas, seguida por promotores na loja e, em quinto lugar, propaganda das marcas na mídia (GRÁFICO 3).

Vemos, por estes dados, que propaganda da marca na mídia aparece entre as cinco principais iniciativas nas três regiões, com maior importância, na ordem, no Sudeste, Sul e Nordeste.

Já treinamento é o terceiro item mais citado no Sul e Nordeste, aparecendo somente como sexto item na região Sudeste, onde questões mais transacionais aparecem como mais importantes: venda de produtos a granel/quantidade menores e incentivos financeiros e prêmios para os vendedores/balconistas. Venda de produtos a granel/quantidade menores também é importante no Sul, porém, como quinta iniciativa mais desejável, e não aparece entre as cinco no Nordeste, onde surge presença dos promotores no ponto de venda, talvez, como um indicativo de que eles estão solicitando mais proximidade dos representantes/vendedores dos fornecedores em suas lojas.

PERCEPÇÃO

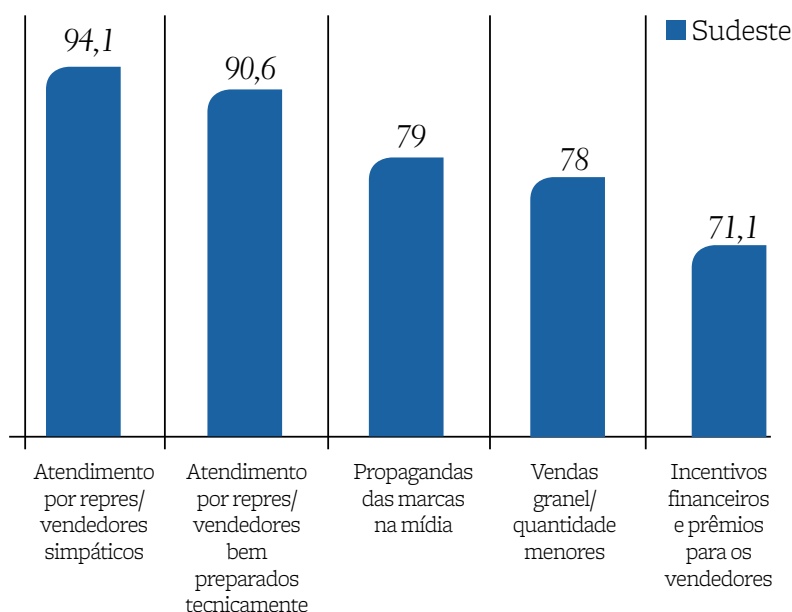
Três meses depois, realizamos uma nova pesquisa, “Percepção do negócio segundo os lojistas de bairro”, entrevistando outros 240 lojistas de bairro nas mesmas cidades, representando, novamente, as regiões Sudeste, Sul e

Nordeste, porém, desta vez, visando entender alguns aspectos das próprias lojas. E a primeira questão formulada foi sobre o site dessas lojas, ou melhor, sobre se as lojas possuem sites e se está presença digital influencia as vendas de suas lojas.

Na região Sudeste, somente 41,3% dos lojistas de bairro disseram possuir sites das lojas, sendo que, desse universo, 64,7% disseram que os sites contribuem para aumentar as vendas. Na região Sul, esse número sobe significativamente, sendo a região com maior número de sites por lojas de bairro, 57,5%, sendo que, desse universo, 77,8% disseram que os sites contribuem para aumentar as vendas. Por fim, na região Nordeste, 48,8% dos lojistas de bairro disseram possuir sites de suas lojas, sendo que, desse universo, 87,2% disseram que os sites contribuem para aumentar as vendas, o maior aproveitamento percentual da pesquisa (GRÁFICO 4). O fato é que independentemente das di-

GRÁFICO 1

INICIATIVAS DOS FORNECEDORES QUE MAIS COLABORAM PARA MELHORAR AS VENDAS DAS LOJAS - %



Fonte: Pesquisa Lojas de Bairros: o que esperar dos fornecedores e da economia - DtaMkt Construção

Agora, em relação às outras três iniciativas mais importantes, segundo grau de concordância, houve variação de acordo com a região. Para os lojistas de bairro da região Sudeste, representados pela cidade de São Paulo e Rio de Janeiro, a terceira iniciativa mais importante para um fornecedor auxiliá-lo a vender mais é propaganda da marca na mídia, seguida por vender produtos a granel/quantidade menores para a loja e, em quinto lugar, incentivar financeiramente e dar prêmios para os vendedores

GRÁFICO 2

INICIATIVAS DOS FORNECEDORES QUE MAIS COLABORAM PARA MELHORAR AS VENDAS DAS LOJAS - %

■ Sul



Fonte: Pesquisa Lojas de Bairros: o que esperar dos fornecedores e da economia - DraMkt Construção

Já, para os lojistas do Sul, representados pelas cidades de Porto Alegre e Curitiba, a terceira iniciativa é treinar os vendedores de suas lojas, seguida por propaganda da marca na mídia e, em quinto lugar, vender produtos a granel/quantidade menores para a loja

ferências regionais, em média, 76,6% das lojas de bairro que possuem sites afirmaram que eles contribuem positivamente para suas vendas.

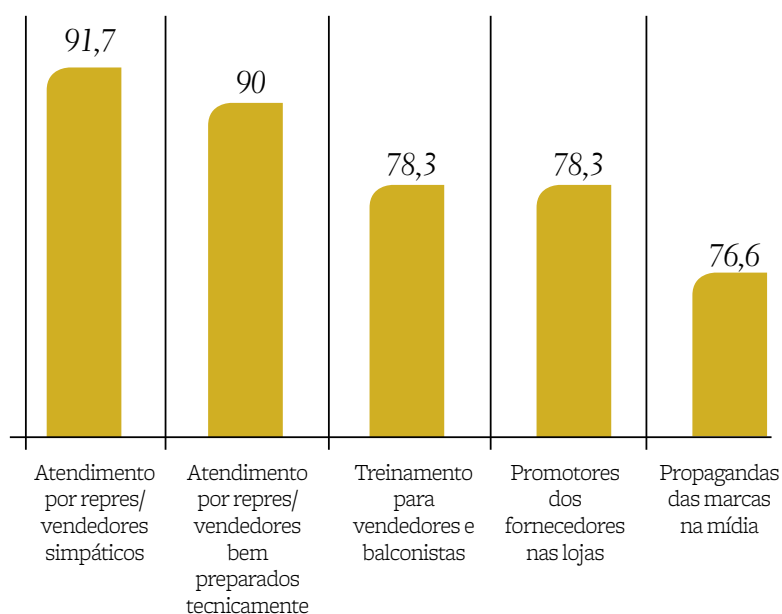
PERCEPÇÃO DO NEGÓCIO

Em relação ao entendimento do próprio negócio, percepção daquilo que ocorre do balcão para fora, elencamos dez afirmações para concordância ou não por parte dos lojistas, e, a exemplo da pesquisa anterior, destacamos os cinco principais itens de cada região. Para os lojistas da região Sudeste, em ordem de concordância, os pedreiros possuem contas nas suas lojas e vão pegando os produtos de acordo com suas necessidades; também afirmam que comprariam em um home center que oferecesse condições diferenciadas de atendimento, preços e pagamento para a loja; avaliam que os clientes fazem uma grande compra no início da obra e depois vão fazendo compras menores; que os clientes aceitam pagar mais num produto do que em outras lojas, desde que seja feita a pronta entrega; e de que há mais mulheres comprando em suas lojas, ano após ano. (GRÁFICO 5)

GRÁFICO 3

INICIATIVAS DOS FORNECEDORES QUE MAIS COLABORAM PARA MELHORAR AS VENDAS DAS LOJAS - %

■ Nordeste



Fonte: Pesquisa Lojas de Bairros: o que esperar dos fornecedores e da economia - DraMkt Construção

CLIENTES INFORMADOS

Já, na região Sul, afirmaram que comprariam em um home center que oferecesse condições diferenciadas de atendimento, preços e pagamento para a loja; que os clientes estão chegando cada vez mais bem informados sobre

os preços dos produtos; de que há mais mulheres comprando em suas lojas, ano após ano; de que os clientes fazem uma grande compra no início da obra e depois vão fazendo compras menores; e de que, sim, os pedreiros possuem contas e vão pegando os produtos de acordo com suas necessidades. (GRÁFICO 6)

CONDIÇÕES ESPECIAIS

Por fim, os lojistas da região Nordeste, também afirmaram que comprariam em um home center que oferecesse condições diferenciadas de atendimento, preços e pagamento para a loja; avaliam que, os clientes estão chegando cada vez mais bem informados sobre os preços dos produtos; que os clientes fazem uma grande compra no início da obra e depois vão fazendo compras menores; que há mais mulheres em suas lojas, ano após ano; e de que, os pedreiros possuem contas e vão pegando os produtos de acordo com suas necessidades. (GRÁFICO 7)

Vemos por essas informações, que considerando os cinco itens mais citados, é unânime nas três regiões, a disposição em comprar em home centers que os atendam de maneira personalizada, a percepção de que os clientes fazem grandes compras no início da obra em suas lojas e depois vão fazendo compras menores, de que os pedreiros possuem contas nas lojas e vão pegando os produtos de acordo com suas necessidades e de que há mais mulheres comprando nas lojas, ano após ano.

GRÁFICO 4

LOJAS QUE POSSUEM SITES E CONTRIBUIÇÃO PARA MELHORAR AS VENDAS - %

■ Sudeste
■ Sul
■ Nordeste

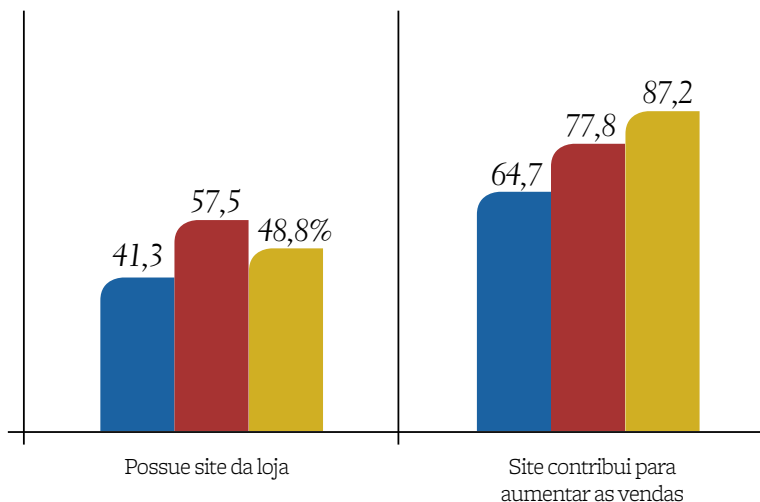
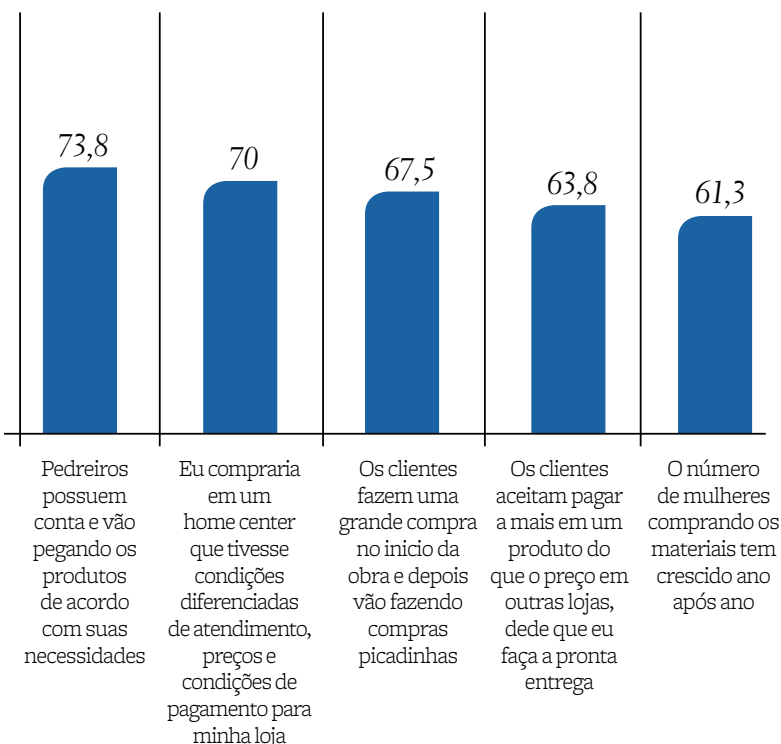


GRÁFICO 5

PERCEPÇÃO DO PRÓPRIO NEGÓCIO, SEGUNDO LOJISTAS DE BAIRRO - %

■ Sudeste

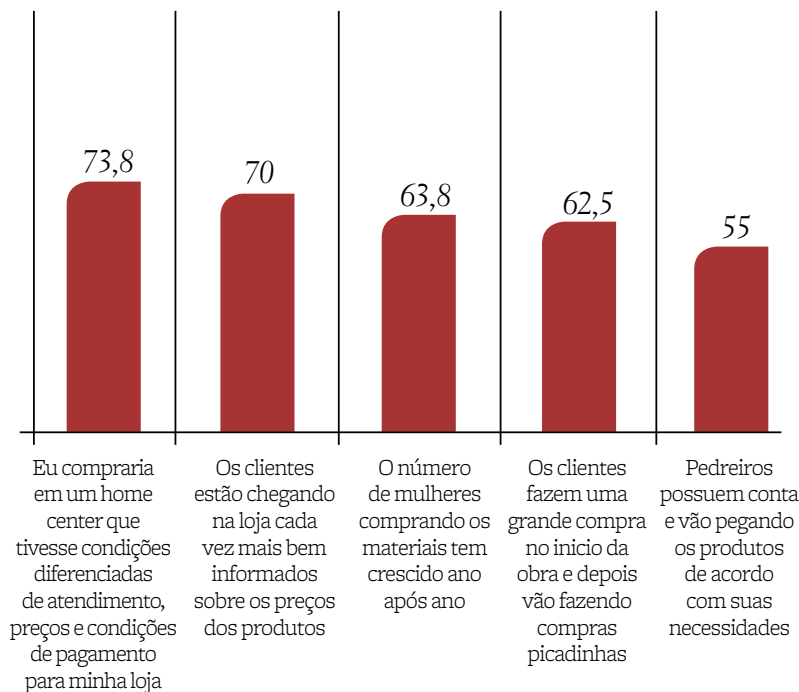


O fato é que independentemente das diferenças regionais, em média, 76,6% das lojas de bairro que possuem sites afirmaram que eles contribuem positivamente para suas vendas

GRÁFICO 6

PERCEPÇÃO DO PRÓPRIO NEGÓCIO, SEGUNDO LOJISTAS DE BAIRRO - %

■ Sul

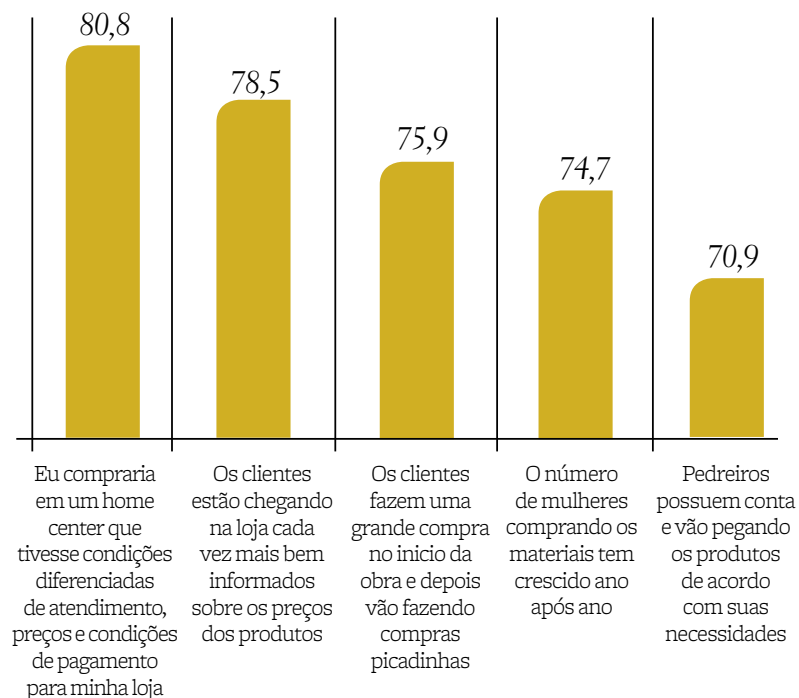


Ainda para os lojistas das regiões Sul e Nordeste, completando os cinco itens com maior concordância, aparece que os clientes estão chegando mais bem informados sobre os preços dos produtos e, na região Sudeste, que aceitariam pagar mais num produto do que em outras lojas, desde que fosse feita a pronta entrega.

GRÁFICO 7

PERCEPÇÃO DO PRÓPRIO NEGÓCIO, SEGUNDO LOJISTAS DE BAIRRO - %

■ Nordeste



LOJAS FORTALECIDAS

O segmento de materiais de construção se recupera junto com a economia, numa sociedade com déficit de 7,7 milhões de moradias, segundo o SindusCon-SP e FGV, e, cujas vendas do comércio encolheram 18,2%, de 2014 a 2016, segundo o IBGE.

O varejo está, atualmente, puxando essa recuperação, e, em especial, as Lojas de Bairro, fortalecidas por sobreviverem à crise, e cada vez mais preparadas e profissionalizadas para desempenhar um importante papel nessa recuperação, ao lado de marcas e fornecedores fortes, empenhados em oferecer produtos de qualidade para vendas, informações e conhecimento para gestão dos negócios.



“Está claro, para a Stam Metalúrgica, a importância de ampliar, cada vez mais, as ações que venham a apoiar as Lojas de Bairro para promover as vendas dos nossos produtos. É uma forma de dar continuidade ao ciclo de vida de um mercado tão importante, pois também somos moradores de bairros e consumimos nesses estabelecimentos, e, é aí que entendemos, como clientes, a importância do bom atendimento, oferta de produtos de qualidade, dos apelos visuais direcionando a determinado produto na loja e da ação compartilhada com o balconista, que sempre irá oferecê-lo com um “algo a mais”. Com a possibilidade da saída do país da crise, as Lojas de Bairro têm como expectativa a chegada de um período de retomada de crescimento e vendas, e os fornecedores que estiverem bem posicionados junto aos lojistas com produtos e serviços, como a Stam, experimentarão um crescimento nessa parceria.”

**MARCIO LUIZ
TAVARES DA SILVA,**
Gerente de Vendas Stam
Metalúrgica



“Nós, da Fuzil, focamos os investimentos no setor, o qual representa nosso maior faturamento, e vemos as Lojas de Bairro como o coração pulsante do comércio, pois elas agilizam a logística das construções locais e facilitam o dia a dia das pessoas nas reposições ou pequenos reparos. É nosso foco sempre estar presente e atuando em parcerias, entregando produtos variados com rapidez, garantia e assistência técnica. Sabemos que os principais fornecedores dos lojistas de bairro são os distribuidores atacadistas e, dessa forma, buscamos a satisfação total deles visando o fortalecimento e crescimento das relações comerciais e de amizade. Fechamos 2017 crescendo no segmento, e, em 2018, com muito trabalho e expectativas, iremos focar ainda mais nossos investimentos para atendê-los com qualidade, rapidez e rentabilidade. Ferramentas Fuzil, junto às Lojas de Bairro. Para vida inteira.”

EDUARDO SBARDELINI FILHO,
Marketing Grupo Fuzil



“Em recente pesquisa para entender melhor o varejo de bairro no Brasil, nos deparamos com a informação de que 23% dos comerciantes tinham a percepção de que seus fornecedores se preocupam em treinar suas equipes e contribuir para qualificar o negócio. Para atender bem sua clientela, o lojista de bairro enfrenta o desafio de conhecer sobre cerca de 5 a 6 mil produtos diferentes, que é o mix médio típico de um pequeno varejo. Entre tantos desafios, também se depara com dificuldades enormes para compreender a complexibilidade regulatória que temos para abrir e operar um comércio legal no país. Entendemos que essa necessidade é uma oportunidade de aproximação para nós, da Pincéis Atlas. Contribuímos com treinamentos, conhecimento do negócio e materiais que ajudam na qualificação do ponto de venda, fortalecendo ainda mais o valor da marca e as vendas das Lojas de Bairro.”

MÁRCIO ATZ,
Diretor Geral Pincéis Atlas



“Todas as empresas começaram como uma empresa de bairro, de garagem, seja a “Loja da Tia Maria”, a Tambasa ou uma Apple. Mesmo diante da crise, da qual estamos saindo, sempre acreditamos e estivemos próximos aos lojistas de bairro, com um modelo ágil de gerenciamento de pedidos e com a maior capilaridade do país, apoiando-os na superação desse momento, proporcionando uma transição segura, e, até mesmo, crescimento do faturamento, com profundo interesse por parte de nossa equipe na situação de cada um, conhecimento técnico dos produtos, informatização dos profissionais de vendas, entrega rápida e atendimento pós venda. Nossa liderança no segmento fez a diferença para os fabricantes e para os lojistas, e, certamente, agora, em 2018, será ainda mais importante na retomada das vendas, expandindo essa recuperação para todos os cantos do Brasil. Afinal, o destino das Lojas de Bairro é o topo, o sucesso!”

ALBERTO PORTUGAL,
Diretor de Vendas/TI Tambasa



“Não é surpresa a participação significativa das Lojas de Bairro no share do setor! Acreditamos que isso se deve ao atendimento personalizado e ao melhor entendimento da cultura dos consumidores da região. Muitas dessas lojas já possuem sites e estão presentes nas mídias sociais, nas ferramentas digitais, como o adwords, e dispostas a entender novos modelos de gerenciamento, como, por exemplo, gestão de categorias. Elas perceberam que os clientes estão cada vez mais bem informados, que procuram tudo na internet, então, também, precisam marcar presença na web. Para que as lojas possam estar cada vez mais preparadas, é necessário formar parcerias, não só para fomentar demanda, mas, também, de capacitação e treinamento das equipes. Para isso, é fundamental a participação dos fornecedores e distribuidores, pois serão essas revendas, que diante da boa expectativa econômica para 2018, irão colher os melhores frutos.”

CARLOS BRAGA,
Sócio Diretor Construjá



“Para 2018, acreditamos numa recuperação gradual da economia e o início da retomada da construção civil. Algumas tendências, como a melhora no emprego, a baixa de juros, novas concessões e lançamentos do Programa Minha Casa Minha Vida, tendem a refletir de forma positiva no mercado, especialmente no comércio de materiais de construção, mas também no mercado imobiliário. Após quatro anos desafiadores, saímos fortalecidos, sempre mirando para além dos desafios imediatos e antecipando mudanças. Hoje, estamos prontos para a retomada da economia e focados no sucesso de nossos clientes do varejo, e, para isso, continuaremos investindo. Destacamos os programas de treinamento de balconistas e profissionais da obra, bem como nosso principal canal de relacionamento, o “Programa Juntos Somos +”. Acreditamos que, tão importante quanto a qualidade dos serviços e produtos que oferecemos é a conexão que estabelecemos com nosso cliente.”

HUGO ARMELIN,
Diretor de Vendas Brasil
Votorantim Cimentos





ESPIÃO

que veio para ficar

Ter um porteiro eletrônico não é privilégio das classes A e B, ao contrário. Em nome da segurança, os consumidores de todas as camadas sociais investem nesses equipamentos. E mostramos o que o mercado tem a oferecer.

► HDL

A oferta de Porteiros Eletrônicos da HDL é bastante ampla, e inclui a família de produtos F8, referência no mercado há muitos anos. Mas a maior novidade é o Porteiro Eletrônico F9-S, recém-lançado e que inova ao permitir que chamadas sejam encaminhadas para um número de telefone da escolha do morador. “Além de permitir a maior distância de instalação, intercomunicar até 2 portas diferentes e até 5 ramais internos, a função Siga-me permite que se simule a presença mesmo quando não se está em casa, permite autorizar a entrada de alguém conhecido a distância e até mesmo abrir um fechadura HDL caso tenha esquecido as chaves”, explica Bruno Pereira, Gerente de Marketing das ofertas de Segurança Eletrônica do Grupo Legrand.

A empresa recomenda aos revendedores que a exposição desses produtos seja feita por meio de um planograma de exibição, com aplicação de todos os materiais de merchandising pensados de uma forma estratégica, para que o consumidor tenha a percepção clara da marca e os diferenciais e benefícios que os produtos podem proporcionar. O apelo de segurança ainda é um forte apelo de vendas, como explica Pereira. “Intimamente ligado à segurança de pessoas e patrimônio, as vendas de Porteiros Eletrônicos há algum tempo surfam uma onda diferente do resto da economia. Em 2018, mais uma vez, espera-se crescimento. Pode não ser vigoroso, mas certamente ainda será puxado pela necessidade das pessoas de aumentarem sua segurança.”

Para manter o revendedor sempre bem informado sobre os produtos HDL, a empresa procura sempre renovar os materiais de comunicação; desenvolve um toolbox, com oferta completa de materiais de merchandising; e faz campanhas de incentivo em parceria com pontos de vendas interessados.



“Além de permitir a maior distância de instalação, intercomunicar até 2 portas diferentes e até 5 ramais internos, a função Siga-me permite que se simule a presença mesmo quando não se está em casa, permite autorizar a entrada de alguém conhecido a distância e até mesmo abrir um fechadura HDL caso tenha esquecido as chaves”

BRUNO PEREIRA,
gerente de Marketing
das ofertas de Segurança
Eletrônica do Grupo Legrand

► IRIEL

O porteiro eletrônico da Iriel, empresa do Grupo Siemens, conta com diversos diferenciais, como o Sistema Inviolável, que impossibilita a abertura do portão caso a unidade externa seja destruída; capa protetora para a unidade externa; controle de volume; distância de até 400 metros entre as unidades; e facilidade de instalação.

“Recomendamos que nosso cliente exponha o produto de maneira que o consumidor possa fazer sua compra com segurança da qualidade que oferecemos. Por isso, desenvolvemos materiais de PDV, expositores, onde o produto está montado e pode ser manuseado pelo consumidor. Os produtos são comercializados em caixas ou em embalagens blister”, explica Marcelo Piazza De Aguiar, coordenador de Marketing e Produtos. Para fortalecer a divulgação dos produtos, o coordenador explica que a empresa realiza ações de marketing tanto para nosso cliente quanto para o consumidor. “Enviamos materiais orientativos e visitamos frequentemente nossos parceiros, para

estreitar cada vez mais o relacionamento”, diz. “A expectativa é de que o ano seja de crescimento, mesmo que modesto, pois os primeiros passos da retomada da economia já começam a dar sinais no mercado”, conclui Aguiar.

► INTELBRAS

O segmento de Controle de Acesso Home & Office da Intelbras busca inovar em todas as categorias de atuação, proporcionando experiências únicas tanto para os consumidores finais como para profissionais que trabalham no processo de instalação do produto. Os porteiros eletrônicos são produtos que agregam segurança, modernidade, design e praticidade. “Fato que ilustra esses atributos é a consolidação do Porteiro Eletrônico Residencial SEM FIO – TIS5010, com produção inédita no Brasil, atende às demandas de mercado sem a necessidade de passar fios entre o módulo externo e interno, facilitando a vida dos usuários e as diversas aplicações, seja em ambientes residenciais ou mesmo comerciais”, declara Luciano Madalosso, gerente de Seg-

mento Controle de Acesso – Home & Office da Intelbras. No total, a empresa oferece três versões diferentes da linha residencial:

O IPR 1010, recém-lançado no mercado, possui fabricação 100% nacional. A proposta é atender ao mercado competitivo com funções que surpreendem os usuários, mantendo a garantia e qualidade Intelbras. “O principal diferencial é a alimentação pelo módulo interno, característica específica para residências que não possuem saída de energia do lado de fora, onde fica o módulo externo”, detalha Madalosso. Esse modelo oferece atendimento e abertura do portão por meio do módulo interno, ou seja, não é preciso sair de casa para atender a visita; possibilita até três extensões de áudio para instalar o interfone em diversos ambientes da residência; caso o módulo

externo seja violado, um alarme é disparado e a comunicação entre os módulos é interrompida.

O IPR 8010 que permite identificar, conversar com o visitante e abrir o portão. A solução permite abrir até dois portões, sendo um de pedestres e outro de garagem, por meio de teclas independentes no módulo interno. “Em caso de vandalismo no módulo externo, um sinal sonoro é emitido e uma característica interessante é que este modelo, conta com integração com centrais de alarme, além de diversas outras funções”, comenta o gerente.

“O TIS 5010, telefone sem fio com ramal externo é o que existe de mais inovador no segmento. Com uma solução 2 em 1, ele une a mobilidade de um telefone sem fio com a segurança de um ramal externo para atender suas visitas com mais pra-

ticidade”, anuncia Madalosso. Por ser um produto sem fio, não é necessário puxar fiação entre módulo interno e externo. “Sua instalação é simples, é possível obter até 7 ramais, abertura de até dois portões via módulo interno (telefone), integração com centrais de alarme e a grande inovação se destaca com a função siga-me, que permite atender e abrir o portão ao visitante de qualquer lugar”, anuncia. Dessa forma, o TIS 5010 é ideal para quem não quer ou não pode mexer na estrutura do imóvel, já que não é necessário quebrar piso e parede para passar fios; a comunicação é realizada via ramal externo e o telefone é sem fio (DECT 6.0), ou seja, não precisa reformar o ambiente para instalar o produto; oferece a função siga-me, com opção de encaminhar chamada para um número pré-programado. Assim, do



**EXCELÊNCIA
NO DESEMPENHO
DE CADA APLICAÇÃO!**

- ✓ SERRAS E DISCOS DIAMANTADOS
- ✓ PRATOS DE LIXADEIRA
- ✓ FOLHAS DE LIXA

celular, por exemplo, é possível conversar e abrir a porta para o visitante de onde a pessoa estiver. O TIS 5010 registra as ligações atendidas e perdas do telefone e do ramal externo, permitindo que o usuário saiba que recebeu visitas ou quem ligou, mesmo enquanto ausente. Caso o usuário não tenha linha telefônica, o TIS 5010 funciona como um porteiro, sendo possível atender e abrir os portões aos seus visitantes.

“A Intelbras ainda conta com os videoporteiros, excelentes soluções que ajudam a manter as residências seguras e modernas”, lembra o gerente. Ele destaca as soluções:

IVR 1010, lançamento da Intelbras, é um videoporteiro econômico e moderno que permite ver e atender as visitas sem sair de casa. Com fabricação 100% nacional, tem alimentação pelo módulo interno. Conta com excelente nitidez na imagem para identificar os visitantes de dia ou de noite, além de ser ideal para instalação em locais sem entrada de energia na área externa. O usuário atende sua visita de qualquer lugar da casa pelo módulo interno ou pelas extensões. Conta com a possibilidade de abrir dois portões, individual e de garagem, via módulo interno. Também possibilita instalar uma câmera extra em casa e monitorar tudo pelo módulo interno.

O IV 4010, que é um kit de videoporteiro que conta com 2 canais de vídeo e 2 canais de áudio e é possível incluir até 2 módulos externos, ou um módulo externo e uma câmera extra, permitindo que o morador visualize imagens 24 horas por dia, via módulo interno. O morador também poderá conversar e abrir a porta para um visitante por meio de um telefone fixo ou celular. Os ambientes podem ser monitorados, pois o display de 4 polegadas poderá intercalar entre a 1ª e a 2ª câmera, ou fixar

numa única câmera 24 horas por dia. O videoporteiro encaminha a chamada para o seu celular, mesmo se não estiver na residência, e é possível conversar e abrir a porta para a sua visita (função Siga-me). Conta com a possibilidade de abrir tanto o portão individual quanto o portão de garagem e há visualização noturna, para identificar quem é a visita quando escuro.

O IV 7010 é o kit de videoporteiro com capacidade para 4 canais de vídeo, permitindo a visualização de até quatro ambientes diferentes, e com os LEDs infravermelhos é possível captar imagens mesmo em locais sem iluminação. Além disso, o produto permite inúmeras configurações, sendo uma delas, conectar a centrais de alarme, DVRs (gravadores digitais de vídeo) e PABX (central telefônica), que realizam a função Siga-me para um telefone fixo ou celular. O videoporteiro ainda monitora até 4 ambientes diferentes 24 horas por dia, via display de 7 polegadas, ou fixar o monitoramento em uma única câmera que visualize as imagens de um local específico.

O produto encaminha a chamada para o seu celular. Com isso, mesmo quando a pessoa não está em casa, é possível conversar e até mesmo abrir a porta para os visitantes. Pode ser conectado ao televisor permitindo que o usuário visualize o visitante pela TV e também realiza conexão com o gravador de imagens, para acessar as imagens remotamente. Cada módulo externo possui saída para 2 fechaduras, assim, é possível abrir portas ou portões individuais com fechaduras eletromecânicas ou portões de garagem que utilizem acionamento de relé (disponível no módulo externo do IV 7010 HF).

Luciano Madalosso conta que a empresa tem mais de 1600 pontos de venda espalhados por todo o Brasil. “Acompanhamos esses locais regularmente, que são monitorados por nossos promotores e merchandisers. A Intelbras é muito próxima de seus parceiros varejistas, distribuidores e revendas. Cada um deles tem um acompanhamento técnico da empresa e um apoio constante da nossa equipe comercial e de vendas. Algumas ações que realizamos regu-

“Fato que ilustra esses atributos é a consolidação do Porteiro Eletrônico Residencial SEM FIO – TIS5010, com produção inédita no Brasil, atende as demandas de mercado sem a necessidade de passar fios entre o módulo externo e interno, facilitando a vida dos usuários e as diversas aplicações, seja em ambientes residenciais ou mesmo comerciais”

LUCIANO MADALOSSO, gerente de Segmento Controle de Acesso – Home & Office da Intelbras



A CENSI TEM O QUE HÁ DE MELHOR EM QUALIDADE E ECONOMIA PARA O SEU BANHEIRO

Há 20 anos a Censi é referência em Mecanismos para Caixas Acopladas pois são sinônimos de durabilidade e eficiência. Além de ajustáveis e compatíveis com todos os modelos do mercado, eles contribuem com a economia de água, pois possuem controle de fluxo e sistema antivazamento.

O produtos da Censi estão presentes nas principais casas do ramo da sua região.

CONHEÇA NOSSA
LINHA COMPLETA EM

www.censi.com.br



Ref. 9645



NA INSTALAÇÃO, PORCA RÁPIDA
FACILITA A MONTAGEM SEM
O USO DE FERRAMENTAS



SISTEMA QUE DETECTA
E BLOQUEIA VAZAMENTOS



DIMINUI O CONSUMO
EXCESSIVO DE ÁGUA



20 ANOS
COMPROMETIDA
COM A QUALIDADE
E ECONOMIA
EM MECANISMOS
HIROSSANITÁRIOS



Quem quer o melhor, escolhe Censi.

Rua Bahia, 4395 - Saito Weissbach - Blumenau - SC
+55 47 3331-0500 - vendas@censi.com.br



1. Produto Intelbras
2. Produto Iriel
3. Produto HDL
4. Produto Lider

larmente com esse público são treinamentos com instaladores e vendedores, campanhas de incentivo de vendas, vídeos comerciais e de treinamento, brindes e, principalmente, os materiais gráficos para ponto de venda, como expositores, folhetos, papelaria, entre outros”, conta. Para melhor exposição, o gerente recomenda que os displays estejam atraí- tivos e organizados. “A nossa equipe de marketing atua com criatividade e procura se reinventar sempre para tornar a exposição e ponto de ven- da cada vez mais atrativo, inovador, evidenciando as funcionalidades e os benefícios do produto. Além dis- so, contamos com mais de 80 mil revendas corporativas e 230 distri- buidores em todo o país, por isso, nossos produtos são facilmente en- contrados no mercado”, afirma. Para ele, o mercado certamente apresentará crescimento em 2018. “A área de infraestrutura para resi- dências cresce constantemente no Brasil, integrando soluções específi- cas para esses projetos. Nós possu-

ímos todo esse portfólio requerido por esse mercado, suprimindo as ne- cessidades desde a portaria, moni- toramento, alarmes, centrais de in- cêndio e acessórios.”

● LIDER

Os produtos fabricados pela empre- sa são:

● Porteiro Eletrônico Residencial – Modelos LR 570 e LR 580.

Ambos os produtos possuem fonte interna bivolt (90 a 240 Vac) au- tomática , tecla de chamada com tecnologia touch , proteção contra acionamento no painel de rua por vandalismo , função não perturbe (caso não queira ser incomodado) , design slim .

O modelo LR570 possui a entrada de rede elétrica no monofone interno a residência e, no LR 580, a rede elétri- ca entra no painel de rua .

● Vídeoporteiro Colorido – Modelo LR 4300

Possui câmera day night e leds in- fra vermelho para visão noturna , fonte bivolt automática (90 a 240

Vac) , função não perturbe , aceita até 03 extensões , balun interno ao produto (menor incidência de ruído pelo cabo e consequentemente uma ótima qualidade de imagem) , teclas com tecnologia touch .

● Porteiro coletivo – Modelo Smart
Porteiro coletivo de 2 a 32 pontos utilizados em prédios e condomí- nios , totalmente modular , fonte bivolt (90 a 240 Vac) interna ao produto , não necessitando de fonte auxiliar , utiliza o monofone LR 2015 , instalação com fio comum , design super moderno .

● Porteiro coletivo – Modelo Smart com controle de acesso RFID

Porteiro coletivo com características idênticas ao modelo Smart, mas com controle de acesso utilizando uma tag de RFID para acesso ao prédio ou condomínio , não havendo mais a ne- cessidade de copia de chaves e com segurança infinitamente maior .

Este produto é um lançamento ex- clusivo da Lider , aumentando a faci- lidade e segurança para os usuários . Podendo se gravar até 300 tags dife- rentes para acesso ao condomínio . Não existindo similar no mercado e sucesso de vendas da empresa .

O diretor da empresa, Almir de Cas- tro Furtado, recomenda que os pro- dutos sejam expostos em exposito- res com os produtos funcionando e expostos em gancheiras para blis- ters e gôndolas.

E está bastante otimista com o cres- cimento do mercado. “Acredito que este mercado de porteiro eletrônico cresça 20%, devido a retomada do crescimento do setor de construção civil e a falta de segurança no país.” Quanto às ações junto aos revende- dores, Almir informa que a empresa realiza treinamentos com os vende- dores “para apresentarmos os di- ferenciais de cada produto e ações promocionais que premiam os ven- dedores e o cliente final.”

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

www.lamesa.com.br



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

LAMESA
FIOS E CABOS ELÉTRICOS

INMETRO

TÜVRheinland
OCP 0004

QUALIFIO



2018 vai ser um
ano da grande virada

A multinacional francesa Bostik tem grandes planos para o Brasil. E são para curto prazo. Depois da aquisição da Usina Fortaleza, uma das grandes no segmento de argamassas e rejuntamentos, a Bostik está investindo em novos segmentos. E apostam alto.

Conversamos com Maria Luiza Ciorlia, gerente de Marketing da Usina Fortaleza, que contou alguns planos e posicionamentos da empresa.

► Fábricas

“Temos fábricas no Brasil, em São Roque e Araraquara, ambas no Estado de São Paulo, e Queimados, no Rio de Janeiro. A operação Nordeste, onde tínhamos um Centro de Distribuição e parceiros para distribuir os nossos produtos, foi dessativada no final de 2016 e resolvemos focar mais no Cen-

tro Oeste, Sudeste e Sul. A produção foi pouco afetada porque tínhamos produções terceirizadas, não envolvendo diretamente fábricas nossas. Como não mandávamos produtos para lá, a produção não foi afetada. Em março de 2017, a Fortaleza inaugurou uma fábrica de rejunte acrílico no próprio sítio de São Roque, com novos equipamentos e pessoas. Também lançamos um novo rejunte chamado Finesse que é mais tecnológico.”

► Estratégia

“Em 2017 resolvemos fazer uma transição de marca Usina Fortaleza para Bostik e já estamos iniciando a comunicação da marca Bostik Fortaleza, reforçando que a Fortaleza é do Grupo Bostik. A ideia é crescer o peso da Bostik no mercado brasileiro e passar muito essa imagem de tecnologia e a sinergia do nosso

centro técnico avançado e soluções em adesivos, saindo um pouco só da linha de argamassas. Todos viram que a Bostik não é apenas uma empresa de argamassa, mas sim com muitos produtos. Estamos nitidamente em uma segunda fase de comunicação para a o mercado. A primeira fase foi integrar Fortaleza na Bostik agora não, a Bostik é uma solução completa para a construção.

A decisão de trabalhar apenas os mercados do Centro-Oeste para baixo foi tomada em função da crise que passou o mercado da construção no Brasil. Fizemos um raio x nas nossas operações e vimos que a operação Nordeste era muito difícil por causa da logística. O mercado do Nordeste não está alinhado estrategicamente com o nosso portfólio de produtos, então decididos por encerrar essa operação. Quanto a novos produtos, teremos uma linha de rejunta-

InBetta

Preparar superfícies exige muita qualidade e desempenho. A Atlas tem os dois!

Fibras abrasivas
Ref. 90/10
Baixa abrasão
Ref. 90/20
Média abrasão
Ambas para uso em
suportes manuais e
lixadeiras elétricas.



Lixas em papel
Ref. 10 - Madeira/Massa
Ref. 20 - Ferro
Ref. 30 - D'água

Lixas em rolo
Rolos com 25m de comprimento
e disponíveis em 8 grãos: 40, 60,
80, 100, 120, 150, 180 e 220.



www.precisatlon.com.br
[facebook.com/precisatlon](https://www.facebook.com/precisatlon)
[youtube.com/precisatlonoficial](https://www.youtube.com/precisatlonoficial)

Quem usa Atlas
sabe o que é bom

ATLAS

mento e de papel de parede, com cerca de 13 produtos. Com toda a mudança, estamos chamando muito a atenção de todos os lojistas e consumidores.”

► Novos investimentos

“A Bostik Industrial no Brasil existia apenas para a área comercial, com produtos para indústrias de transportes, fraldas, entre outros. A Bostik Industrial vai continuar atuando nesses mercados e a Fortaleza está na linha do Construction, e dentro desta linha temos a nova marca Fortaleza que agora está incorporada na Bostik. Temos dois segmentos de negócios, com gestões distintas. A gestão industrial, que é a Bostik, fica no México, mas temos uma diretoria no Brasil que cuida da parte de construção. A Fortaleza tem operação e diretoria inteiramente no Brasil. O ano de 2017 foi o período em que mostramos, na Feicon, para onde estávamos indo; nosso portfólio foi mostrado e deixamos bem claro que a Fortaleza é uma solução completa para os nossos clientes, expandindo a nossa linha com o lançamento das linhas de selantes e adesivos. E, também, lançamos dois rejuntas bem inovadores. Um tem esferas de diamante na formulação. O investimento no desenvolvimento de produtos foi bem abrangente. Temos vários produtos que são fabricados nos Estados Unidos, e trouxemos para o mercado brasileiro. Mas, para isso, tivemos que fazer várias adaptações, o que foi um grande desafio para nós.”

► Comunicação visual

“Mudamos também toda a comunicação visual das embalagens, que antes não mostravam muito bem a utilização dos produtos; com muitas cores diferentes. Agora partimos para um visual mais moderno e clean das nossas embalagens para mostrar a nossa mudança de posicionamento. Ainda não está definido se a marca Fortaleza vai diminuir na nova estratégia de comunicação.

A Fortaleza é uma marca muito forte e reconhecida no mercado, então queremos manter a comunicação conjunta Fortaleza e Bostik. Não tem nada previsto, por enquanto.

A nova linha de selantes e adesivos está sendo comunicada ao mercado apenas como Bostik, pois a Fortaleza não tem tradição nessa linha de produtos. Estamos fazendo bastante investimen-

tos em materiais de ponto de venda, mídias específicas, atingindo também os arquitetos e consumidores finais. A marca Fortaleza é de varejo, de home centers e queremos ter o portfólio expandido, com produtos de melhor qualidade e para fins específicos. Também vamos entrar no mercado de grandes construtoras e construção formal. Hoje já temos uma área específica para



atender esses segmentos, além de um trabalho intenso com Asbea (sindicado dos arquitetos), Sinduscon, e várias entidades para tornar a nossa marca também conhecida em outros segmentos e não apenas no varejo. Queremos ser uma marca que pode levar soluções completas para a obra.

Nossa verba de comunicação gira em torno de 2% do faturamento, o que vai nos permitir fazer muitas ações.”

► Mascote e treinamentos

“Temos um mascote muito fofo chamado gecko, que temos explorado bastante em nossa comunicação nos pontos de venda e nos tem ajudado muito a chegar no consumidor final. Faremos muitos treinamentos este ano para mostrar o nosso portfólio de produtos e diferenciais e também

vamos participar da Exporevestir, onde estaremos muito próximos dos fabricantes de revestimento cerâmico. No ano passado, na Feicon, levamos muita gente para conhecer os nossos produtos em nosso estande e isso causou um impacto bem positivo.

Agora vamos fazer o mesmo na Revestir para abrir novas frentes. Atualmente temos cerca de 2.700 pontos de venda e queremos fazer um trabalho constante de fidelização deles.”

A ideia é crescer, mas ainda não sabemos quantificar a nossa participação no mercado. A ideia é continuarmos muito fortes em argamassas e rejuntamentos, mas vamos investir muito também nos adesivos e colantes e crescer muito em reconhecimento por causa da tecnologia e portfólio que temos.

“Hoje já temos uma área específica para atender esses segmentos, além de um trabalho intenso com Asbea (sindicado dos arquitetos), Sinduscon, e várias entidades para tornar a nossa marca também conhecida em outros segmentos e não apenas no varejo. Queremos ser uma marca que pode levar soluções completas para a obra.”

MARIA LUIZA CIORLIA, Gerente de Marketing da Usina Fortaleza

Confira alguns dos nossos

LANÇAMENTOS



Podador de cerca viva



Compressor silencioso



Motobomba para piscina



Motobomba



Lavadora de alta vazão



MOTOMIL

Garthen

EleTroplas

www.gmeg.com.br

De diversos tipos e formatos, os produtos para fixação têm que suportar as mais diferentes cargas. É nisso que aposta o consumidor quando vai procurar um produto nas revendas

FORÇA
não tem tamanho

► ADELBRAS

O destaque na linha da Adelbras para a revenda de produtos de construção é a fita Crepe 722 Imobiliária azul. Trata-se de uma fita crepe especialmente desenvolvida para proteção e mascaramento de pintura, tanto em ambientes internos quanto externos. O produto conta com tecnologia ANTI-UV, o que lhe confere alta adesão e resistência por maior tempo aos raios UV, além de proporcionar uma remoção fácil e limpa. “A Adelbras recentemente desenvolveu uma exclusiva tecnologia de barreira à umidade que foi agregada a esse produto e melhorou ainda mais suas características de resistência à umidade”, conta Marcos Chohfi, gerente de Marketing. A empresa também ressalta os benefícios da Fita Mask Crepe 710, uma fita crepe desenvolvida para mascaramentos na pintura imobiliária e também uso geral na construção. “Além disso, a Adelbras oferece linhas diferenciadas com produtos específicos ao nicho ‘faça você mesmo’, a linha Fixa Pro. Fazem parte desse mix as fitas Dupla Face Espuma e Dupla Face Massa Acrílica, para fixação de quadros, espelhos, placas e decoração em geral”, reforça o executivo. “Recentemente linha Fixa Pro ficou mais completa com o lançamento dos Ganchos Adesivo. O produto oferece fácil aplicação, além de manter o local de instalação intacto após a remoção”, diz. Ele afirma que a Adelbras dispensa atenção especial à exposição dos produtos no ponto de venda. “Fazemos uso de displays, faixas de gôndola, clip strips e cross merchandising. Uma prática que sempre sugerimos, por exemplo, é a exposição da fita crepe perto das tintas e demais acessórios para pintura (cross merchandising).” Chohfi explica que a Adelbras ministra treinamentos e workshops, além de prestar suporte direto às revendas por meio de promotores e representantes de venda. “Disponibilizamos materiais de exposição para o ponto de venda e catálogos de produtos. Também promovemos, em parceria com os revendedores, Campanhas de incentivo, Divulgação na Web e anúncios publicitários”, continua. Para ele, as previsões para 2018 são otimistas na indústria da construção civil. “A Adelbras está sempre investindo em aperfeiçoamentos e pesquisas, para que possamos oferecer, cada vez mais, produtos que melhorem o processo de pintura e o acabamento das superfícies pintadas. Buscamos sempre soluções que reduzam não só o tempo de trabalho como os custos envolvidos, além dos investimentos em pesquisa, treinamento de equipe, controle de qualidade e marketing.”

► ADERE

Maior fabricante de fitas adesivas nacional, a Adere tem em seu portfólio mais de mil itens em linha, divididos em 43 famílias de produtos, tais como: Fitas Crepe, Fitas Dupla Face, Fitas Dupla Face de Espuma, Fitas Antiderrapantes,

Fitas para Demarcação, Fitas de Empacotamento, Fitas Multiuso, Etiquetas, entre outras soluções. “Dessa gama de produtos, para 2018 estamos apostando fortemente na pulverização das Fitas Dupla Face XT100/S embalagem blister”, anuncia Janaína Silva, Trade Marketing da empresa. Ela revela que o grande diferencial do produto é a fixação de alto desempenho, que substitui pregos e parafusos. “Além de ser super resistente, esse altíssimo poder de fixação permite que ela seja aplicada nos mais diversos tipos de materiais de maneira permanente, além de apresentar a mesma eficácia tanto em ambientes internos quanto externos”, declara. “Além do ponto natural em que os produtos ficam expostos, que é o segmento de pintura, o local mais apropriado para expor as Fitas Dupla Face ADERMAX é próximo a acrílicos, quadros, vidros e objetos de decoração, devido o aproveitamento da ocasião de compra, uma vez que a fita dupla face é ideal para essas fixações. É importante também que os vendedores das lojas tenham próximo ao balcão de atendimento para oferecer aos clientes no momento da venda. Em lojas maiores, outro ponto interessante para exposição é no balcão do caixa e checkout visando a venda por impulso”, indica Silva. Ela conta que a Adere realiza treinamento de produtos para os clientes em todo o Brasil. “A ideia é reforçar a qualidade dos nossos produtos, lançamentos, e deixar o time de vendas dos nossos clientes aptos a indicar nossos produtos. Afinal, sabemos a força que é termos profissionais treinados e divulgando nossa marca”, destaca. Sobre as expectativas de crescimento em 2018, Silva se diz otimista. “A expectativa de crescimento para 2018 também se reforça pelo excelente ano que tivemos em 2017. Estipulamos uma meta de vendas agressiva no início do ano, aumentamos o quadro de funcionários e temos tido resultados significativos. Acreditamos que a solidez e a tradição que a Adere possui neste ramo contribui para nosso crescimento”, declara.

► GRUPO AMAZONAS

O Grupo Amazonas conta com amplo portfólio de adesivos para fixação, fabricados a partir das mais modernas tecnologias e conceitos sustentáveis. Atende a grandes indústrias, revendas e atacadistas dos setores da construção civil, móveis, embalagens e gráfico, entre outros. Um dos recentes destaques da empresa é o Duralit 2 em 1 Cola Incolor Híbrida: um produto monocomponente, pronto para uso, que substitui o epóxi bicomponente. Trata-se de um polímero isento de isocianatos e livre de solvente, indicado para aplicações em metal, telhas, vidros, pedras, calhas, cerâmicas, mármore, madeiras, azulejos e concretos. Fácil de aplicar, é transparente e inodoro, tem resistência inicial em 15 minutos. Entre as colas de contato, destaque para a famí-

lia MS Fixa Tudo, de elevado e composta de seis produtos: O Fixa Tudo, desenvolvido para colar, selar e vedar os mais diversos substratos, tais como metal, telhas, vidros, pedras, calhas, cerâmicas, mármore, madeiras, azulejos e concretos. Disponível na cor branca, o produto não escorre e pode ser usado em áreas internas ou externas e até de-baixo d'água. Disponível na cor branca. Há também o Fixa Tudo Transparente, com as mesmas características do Fixa Tudo, é o mais recente item da linha e está disponível em cartucho de 400 gramas e deve ser utilizado com pisto-la aplicadora. A linha ainda conta com as opções Fixa Cuba, para fixação de cubas e pias em geral; Fixa Rodapé, indica-do para fixação e vedação de rodapés, sancas e guarnições; Fixa Espelho, para fixação de espelho em azulejo, alvena-ria, metal vidro, gesso, granito e outros. O MS 35 é um item de uso geral e que pode ser utilizado também na formação de juntas de pisos e paredes, dilatação e folgas entre tijo-los, com excelente desempenho em áreas que sofrem vi-brações, pois suporta torções e tensões, além de absorver impactos. Matheus Giolo Romeiro, gerente de Negócio da área de Construção, informa que as embalagens dos produ-tos Amazonas são desenvolvidas para facilitar a exposição nos pontos de venda e o acesso dos consumidores. “A gama de aplicações e a facilidade de uso são fatores que podem estimular o lojista a praticar o cross merchandising, com a exposição dos itens em vários pontos da loja, incluindo check-outs e seções variadas”, indica. “Recomendamos, também, manter os produtos e as gôndolas organizadas, boa comunicação e precificação, expositores adequados



“Dessa gama de produtos, para 2018 estamos apostando fortemente na pulverização das Fitas Dupla Face XT100/S embalagem blister”

JANAÍNA SILVA,
Trade Marketing Adere

para que o cliente encontre o que busca. As embalagens também passam por atualizações de acordo com as ten-dências de mercado e as demandas dos consumidores”, se-gue Romeiro. Ele afirma que o Grupo Amazonas tem como política desenvolver ações em parceria com os lojistas, seja diretamente ou via atacadistas e distribuidores, para pro-mover o melhor giro dos produtos nas revendas. “Consi-deramos o porte e o perfil de cada loja, seja com exposição mais compacta ou mais detalhada, com recursos que auxi-liam a compra. Entre as ações, que visam fortalecer a mar-ca perante os diversos públicos consumidores e aumentar o giro dos produtos nas lojas, estão treinamentos, disponi-bilidade de material de ponto de venda, como expositores, catálogos, banners, etc., e investimento na comunicação dos produtos. Alguns pontos de vendas recebem o auxílio de promotoras de vendas, que ajudam a difundir os bene-fícios de cada produto. Diferentes canais de divulgação e comunicação são utilizados para a manutenção da marca junto a revendedores e consumidores, incluindo os meios digitais”, explica. Para 2018, Romeiro revela-se confiante. “Começamos a vislumbrar um movimento ascendente da economia e isso traz otimismo para o mercado e para a empresa. Mantemos expectativas positivas para 2018, com base na melhora, ainda que lenta, dos indicadores, como o Produto Interno Bruto e o controle inflacionário. Não po-demos desconsiderar o quanto o setor da construção civil tem a crescer, o quanto nossa empresa está preparada para atender às demandas do mercado, com boa gestão e produ-tos de alta qualidade”, considera.

ÂNCORA

Para o coordenador de Marketing Rafael Bernardi, o grande diferencial da Âncora está no processo produtivo. “Somos a única empresa do segmento de fixação para construção civil a possuir uma fábrica ativa. Graças a este fator, consegui-mos condições mais competitivas no mercado, além de todo o desenvolvimento de projetos de produtos exclusivos que é feito internamente”, revela. Como exemplo, ele destaca o



ACQUABIOS®

filtros e purificadores

FILTRO **ACQUA 230 RH** PARA **CAIXA D'ÁGUA**



Mantém a caixa d'água limpa e sem depósitos de resíduos.



Pode ser utilizado após o hidrômetro, junto ao cavalete.



Impede que a sujeira suspensa na água danifique tubulações, válvulas e equipamentos.

MAIS SAÚDE PARA VOCÊ E SUA FAMÍLIA!

CODBOLT, um chumbador mecânico que foi projetado e desenvolvido exclusivamente para estruturas metálicas, onde o instalador não tem acesso à parte de trás da base em que será aplicado. “O produto foi patenteado em diversos países e é muito requisitado”, declara. Para as linhas de produtos com grande responsabilidade técnica, Bernardi recomenda a venda no balcão. “Porém, muitos itens podem ser expostos em gôndolas, que a Âncora proporciona por meio de projetos especiais para cada cliente”, continua. O coordenador conta que constantemente a Âncora investe e inova junto aos seus parceiros. “Temos como grande exemplo o Projeto Único, que se trata de uma van que diariamente faz visitas técnicas, treinamentos e apresentações de novas linhas de produtos na porta de nossos clientes. O Projeto está se expandindo e em breve teremos mais novidades”, anuncia. “Mesmo com este período de instabilidade, para nós, o mercado se mantém em constante crescimento.

BELENUS

Com mais de 30 mil itens entre parafusos, porcas, barras roscadas, arruelas, rebites, entre outros, a Belenus orgulha-se de oferecer a maior linha de fixadores do mercado brasileiro. A empresa trabalha com fixadores em aço inoxidável, latão, bronze, aço liga, aço médio e baixo carbono. “Fornecemos fixadores destinados aos mercados da construção civil, agrícola, químico, moveleiro, metal mecânico, alimentício, automotivo, etc. Fabricamos todos os produtos rigorosamente dentro das normas internacionais e, como grande diferencial, mantemos toda a linha em estoque para entrega imediata”, garante João Marcos Lucas, diretor-presidente da Belenus. Como apoio aos revendedores, o executivo destaca que a empresa oferece treinamento da equipe de vendas, visitas monitoradas às instalações, e-mail marketing apresentando novos produtos, campanhas promocionais, e outros. “Acreditamos fortemente numa gradual e contínua retomada do mercado brasileiro em 2018 e nos próximos anos. Estamos investindo na ampliação de nossa unidade fabril e em novos equipamentos para suprir este esperado acréscimo de demanda”, conclui Lucas.

BEMFIXA

Os Pregos Comuns Polidos da Bemfixa são fabricados com arames de baixa concentração de carbono, que lhes confere rigidez adequada para aplicações em madeiras e trabalhos gerais de carpintaria. Eles estão disponíveis em embalagens encarteladas com 20 ou 30 unidades, dependendo do tamanho do prego, destinadas principalmente ao público bricoleiro. Para profissionais, o produto está disponível em embalagens maiores, com 500g e 1kg. “Os produtos em cartela devem ser expostos pendurados em ganchos nas gôn-

dolas, obedecendo os planogramas da Bemfixa. Já os sacos com quantidades maiores devem ser colocados em bandejas”, recomenda Sandra Shimabukuro, marketing. Ela detalha que a Bemfixa oferece serviços de desenvolvimento de planogramas que organizam a exposição e aproveitam melhor o espaço. “Com esse trabalho, o revendedor consegue visualizar exatamente como ficará sua gôndola e evita possíveis erros na implantação dos produtos. Além disso, a Bemfixa está sempre em contato com seus revendedores, seja através de representantes ou vendedores, seja através da equipe de promotores e gerentes comerciais. Visitas são realizadas com constância para possíveis correções e também para treinamentos”, esclarece a executiva.

CARBORUNDUM

Com mais duas soluções em fitas adesivas, a Carborundum amplia a sua linha para atender as demandas do mercado por fitas de Demarcação de Solo e fitas de Empacotamento. Ideais para demarcação de pisos em lojas, prédios, quadras esportivas e indústrias, as fitas de Demarcação de Solo Carborundum se destacam pela excelente adesão aos pisos em que são aplicadas e pela resistência ao fluxo de pessoas que sobre elas transitam. Outra característica das novas fitas de demarcação Carborundum é a variedade de cores em que estão disponíveis: branca, vermelha, verde, azul e amarela. São cores vibrantes, que foram especialmente desenhadas para chamar a atenção das pessoas que transitam em áreas que precisam ser delimitadas. Para Empacotamentos, a Carborundum desenvolveu uma fita adesiva que está sendo lançada nas versões transparente e marrom. Indicadas para o fechamento de pacotes, caixas, envelopes e embalagens em geral, as novas fitas da Carborundum não descolam prematuramente.

FISCHER

A fischer é especialista em produtos para fixação. “Ano a ano temos aumentado nossa representatividade no mercado, lançando diversas soluções inovadoras, algumas delas inéditas no



“O grande diferencial da Âncora está no processo produtivo. “Somos a única empresa do segmento de fixação a possuir uma fábrica ativa”

RAFAEL BERNARDI,
coordenador de marketing
da Âncora

ACES SIBILI DADE

Uma linha **completa**,
inclusiva e com **design**
funcional arrojado.

ASTRA

CONCEITO



EXPO
REVESTIR

Visite nosso estande
Pavilhão E | Rua 29 | nº 2803



@grupoastra



www.astraconceito.com

Imagem meramente ilustrativa. Para mais informações, consulte o site ou ligue para 0800 00 00 00. Para mais informações, consulte o site ou ligue para 0800 00 00 00. Para mais informações, consulte o site ou ligue para 0800 00 00 00.

país. Hoje, contamos com um extenso portfólio de produtos com mais de 600 itens”, diz Rafael Matoshima, Marketing and Product Manager. O executivo destaca as linhas de produtos: buchas de nylon e seus respectivos parafusos, chumbadores químicos e mecânicos, abraçadeiras elétricas e hidráulicas, fixação a pólvora e sanitária, brocas, discos diamantados, acessórios e aplicadores. “Além disso, contamos uma linha ampla de produtos químicos: adesivos, espumas, selantes e silicónes. Outro diferencial da Fischer é a qualidade dos nossos produtos, pois a maioria deles possui certificações e aprovações dos órgãos responsáveis”, continua. “Recomendamos que a linha de buchas seja exposta por um racional que busca evidenciar ao shopper os diferentes tipos de buchas, que são aplicáveis em diversos materiais base e com responsabilidade de cargas. Portanto, sugerimos que a exposição seja segmentada por tipo de material base como: Concreto, Universal (em qualquer material) e Drywall. Depois, dentro de cada tipo de aplicação, inicia-se a exposição crescente do menor diâmetro/tamanho de furo para o maior. Dessa forma, a organização se dará dos produtos que suportam menores cargas e finalizará com aqueles que suportam maiores cargas. A exposição correta auxilia o shopper na tomada de decisão no momento da compra, podendo promover uma experiência de compra mais satisfatória”, orienta Matoshima. Ele afirma que a Fischer trabalha em duas frentes nas ações realizadas em parceria com os clientes: o ponto-de-venda e a equipe do cliente. “No ponto de venda investimos em ações de demonstração de produto, ganho de espaço extra e materiais de merchandising que aumentam a visibilidade da marca. Para a equipe dos clientes, oferecemos treinamentos de produtos com aplicações. Dessa forma, conseguimos evidenciar a qualidade dos produtos Fischer e ressaltar nossos diferenciais. Além disso, investimos em campanhas de incentivo para impulsionar as vendas, em que premiamos aqueles que atingirem as metas estipuladas”, explica. E estima um crescimento de 10% no faturamento para 2018.

FIXTIL

Considerados materiais básicos e imprescindíveis na lista dos produtos utilizados pelas construtoras, empreiteiros ou pedreiros para construir ou reformar qualquer tipo de imóvel, os acessórios para fixação da Fixtil trazem soluções para todas as etapas do projeto de construção, desde o alicerce a laje, piso, paredes, teto e telhados. A empresa lembra que, apesar de terem pequeno valor agregado, os acessórios de fixação proporcionam lucratividade e são indispensáveis nas prateleiras dos home centers, supermercados e lojas de construção, especialmente, os pregos, parafusos e buchas, considerados produtos mais vendidos nos PDVS para reforma, manutenção e construção de imóveis. Atualmente a Fixtil disponibiliza mais de 4.500 itens direcionados ao uso



Fabricamos todos os produtos rigorosamente dentro das normas internacionais e, como diferencial, mantemos toda a linha em estoque para entrega imediata”

JOÃO MARCOS LUCAS,
diretor-presidente
da Belenus

doméstico e outros consumidores como profissionais e hobbystas. A seguir estão alguns dos destaques da empresa, de acordo com cada fase da construção:

Fase de Alicerce (fundações e estrutura da casa) – A Fixtil oferece pregos, arames galvanizados, escala métrica (metro), lápis, mangueira de nível e outros. Alguns desses itens, como brocas, lápis e metro são utilizados em todas as fases da obra.

Início da Obra – São construídas as paredes de alvenaria ou instaladas placas de drywall. No caso das paredes com placas de drywall, são usadas buchas especiais, como a PBG, que é indicada para fixação em forro de gesso na vertical e drywall. Recomendada para fixar objetos leves, possui abas que se abrem com o aperto do parafuso, provocando um travamento perfeito e seguro. A BBN – Bucha para Abraçadeira de Nylon – é equipada com abas externas para aplicação de abraçadeiras de nylon e está indicada para sustentar a fixação de componentes de instalações elétricas e tubulações. A BAP- Bucha auto-ataraxante especial para drywall, tem instalação rápida com o auxílio de parafusadeira elétrica. Da linha de parafusos especiais para fixação em drywall, destaca-se o parafuso cabeça flangeada ponta agulha, com fenda phillips e acabamento zincado claro, rosca especial. O produto tem a função de fixar montante com outro montante e sua ponta agulhada facilita a furação e a fixação dos componentes. Para a fixação do painel de gesso no montante, com fenda phillips, usa-se o parafuso cabeça trombeta ponta agulha. Há também os parafusos cabeça flangeada brocante e parafusos cabeça panela brocante que possuem a mesma função de fixar montante em perfil metálico. Para paredes de alvenaria existem as linhas de buchas tradicionais e parafusos Fixtil, uma das líderes do segmento, a empresa atribui o mérito aos diferenciais do produto: possui quatro pontos de ancoragem, proporcionando super travamento e fixação; tem raio circular, que aumenta a resistência da bucha; conta com super aletas, que pro-

Sinônimo de qualidade
nos produtos e de
parceria nos negócios.

Há 20 anos
os melhores momentos
pedem!

Renata Fan,
apresentadora
e fã da Ilumi



ILUMI
MATERIAIS ELÉTRICOS

20 ANOS

porcionam maior aderência; buchas produzidas com material de alta resistência. Há também a linha de parafusos também para paredes ocas e madeiras: parafusos atarraxantes fenda, madeira, Phillips, aglomerado, sextavado, francês, atarraxante inox etc. Em acessórios para furar paredes de alvenaria e drywall, madeira ou metal, a Fixtil destaca a furadeira que só funciona com o auxílio das brocas. A Fixtil disponibiliza quatro modelos de estojos especiais para brocas: Estojo com 3 Brocas para Metal; Estojo com 3 Brocas para Concreto (Vídea); e estojo com 3 brocas 3 pontas, indicadas para qualquer tipo de madeira. O destaque é para o estojo com 9 brocas, embalagem desenvolvida para atender o profissional de construção carregar em sua mala de ferramentas, contendo os 3 peças para cada tipo de broca (metal, concreto e 3 pontas).

Meio da Obra – Nessa fase são consideradas a instalação de pisos, instalações elétricas em geral em conduites, caixa de luz, instalação para telefones, instalação de portas e janelas. Para a fase de instalação de pisos, os profissionais necessitam utilizar acessórios para cortar pedras, como a linha de discos diamantados da Fixtil apropriados para variados tipos de aplicações: disco turbo travado, indicado para corte de mármore, granitos e alvenarias; disco diamantado turbo contínuo, que deve ser afiado em tijolo ou cimentado antes do uso, e tem medida 110mm – 4.3/8”, para corte a seco ou refrigerado a água, de telhas, porcelanatos e pisos cerâmicos; disco turbo segmentado, para corte de mármore e pedras em geral; disco de serra com vídea, apropriado para cortar madeiras em geral; disco de serra aço carbono, apropriado para corte de madeiras leves, fórmicas, compensados, aglomerados, etc; e disco abrasivo, apropriado para corte de metal. Nas instalações elétricas no geral não poderão faltar na maleta dos eletricitistas acessórios como extensão elétrica tomada tripla, fita isolante, chave multi teste, solda em fio, tomada de sobrepor para instalações provisórias, interruptor de sobrepor, conectores barras e porcelana para fios, soquetes para lâmpadas, rabicho universal e abraçadeiras de nylon coloridas, passa fio com ou sem alma. Em instalação de chuveiros e torneiras (e outras instalações elétricas no geral) o destaque é a linha de União para Fios e Cabos da Fixtil, composta por diversos modelos para diferentes medidas de fios e cabos com bitolas que variam entre 0,8 a 2,6 mm² até 4,1 a 17mm². Fabricado em material plástico, disponível nas cores cinza, azul, laranja, amarelo e vermelho. Importante lembrar que esse produto dispensa o uso de fita isolante. Para instalação de fios e cabos, a empresa apresenta conector de nylon barras para fios, conector de porcelana para fios, abraçadeiras para fios duplos e grampo para fios simples de duplos. Disponíveis nas variadas medidas entre 0,50 a 1mm até 4mm, com opções de cores em



1. Produto Henkel
2. Produtos Fixtil
3. Produto Vonder

preto, branco e cinza. Outro item é a Bucha Passante para fios e cabos, apropriada para dar acabamento na entrada e saída de fios, cabos elétricos e coaxiais de até 8 mm, que passam através da parede. O passa fio, por sua vez, é usado para realizar a passagem de fios e cabos em conduites durante a realização de instalações elétricas. Já o Organizador espiral para fios e cabos está indicado para juntar e embutir os fios dentro deste espiral e assim deixar o ambiente mais organizado e seguro, evitando acidentes no local. Outros produtos são o Fixador nylon com bucha e parafuso para ser usado com abraçadeiras de nylon; o Fixador clip (nylon) autoadesivo, apropriado para organizar fios e cabos, devendo ser aplicado em superfícies lisas, madeira, vidro, metal, etc; o Fixador nylon autoadesivo, indicado para ser usado com abraçadeiras de nylon; o Fixador alça nylon, que poderá ser fixado com pregos ou parafusos em estruturas de madeira ou também com parafuso e bucha em paredes de alvenaria. As abraçadeiras de nylon coloridas Fixtil são indicadas para serem utilizadas juntamente com alguns modelos dos novos fixadores de nylon, servindo também para amarrações de embalagens, mangueiras e fios. Disponíveis no mercado nas cores azul, vermelha e natural ou verde, nas medidas 2,5 x 100mm e 3,5 x 140mm; e nas cores verde, amarela e preta, nas medidas 2,5 x 100mm e 3,5 x 140mm. Para fixação pesada em painéis de energia, recomenda-se a utilização do Chumbador Fixtil com parafuso, arruela, jaqueta e cone. Em quadros de luz podem ser utilizadas abraçadeiras de nylon para fixar fios. Para os aterramentos recomenda-se a linha de Terminais, Grampos e conectores Fixtil. Para facilitar o trabalho dos pedreiros e profissionais durante a realização da obra,

gôndola

instalações inteligentes

**40 ANOS PROJETANDO
O SUCESSO DO VAREJO.**

Uma história de transformação no varejo com ambientes que convertem vendas, projetos personalizados que valorizam produtos e soluções inteligentes que potencializam o seu negócio.

**O MOBILIÁRIO DA
SUA LOJA PODE TE
LEVAR AO SUCESSO.**

Confie em quem tem a tradição dos melhores resultados.

PARCERIA GÔNDOLA:
Arquitetos e Consultores do varejo

Agregue valor ao seu trabalho e garanta sucesso para o seu cliente. Entre em contato com a Gôndola, queremos ser o diferencial do seu projeto.

www.gondola.com.br

0800 723 3456

 /gondola.face

atendimento@gondola.com.br



SALVABRAS

Soluções em proteção na fase de acabamento

Lojista, não faça papelão!!!

**Venda Salva Piso,
Alto giro e margem garantida!**



2cm!
PAPEL KRAFT
+ PLÁSTICO BOLHA DE ALTA RESISTÊNCIA

PRODUTOS DE LIMPEZA

SALVA PISO
Limpeza

LIMPEZA TOTAL
PARA CERÂMICA
PORCELANATO,
PAREDES E BALCÕES



LIMPEZA
PÓS OBRA

LIMPEZA
TOQUE FINAL

SALVA PINTURA, Material para mascaramento

FILME ELETROSTÁTICO
COM FITA ADESIVA

- FITA CREPE E FILME PLÁSTICO JUNTOS, EM UMA PRÁTICA APLICAÇÃO
- ADERÊNCIA ELETROSTÁTICA À DIVERSAS SUPERFÍCIES
- PROTEÇÃO CONTRA RESPINGOS DE TINTA, POEIRA E SOLVENTES
- ECONOMIA DE TEMPO E MÃO DE OBRA

SALVA
pintura
2EM1



Visite-nos na feira Expo Revestir e conheça nossos lançamentos!

☎ (11) 3288-2799

📞 (11) 98107-7339

🌐 www.salvabras.com.br



“O entendimento dos produtos e formas de aplicação permite ao lojista prestar um serviço aos seus clientes, ao mesmo tempo em que alavanca suas vendas”

**CLAUDIO AMADIO,
gerente da Cascola**

é importante que o ambiente esteja iluminado. A Fixtil tem uma solução inteligente para instalação de iluminação provisória através do Soquete E27 com rabicho para colocar lâmpada. Outra fase importante nessa etapa do meio da obra são as ferragens para janelas e portas. Para instalação de esquadrias de metal e outras aplicações, como madeiras, vigas, entre outros, os produtos mais indicados são os Parafusos sextavados com rosca soberba. Já a linha de ferragens para portas e janelas é composta por vários produtos como fecho para janela, tranquetas, dobradiças zincada e bicromatizada, ferrolhos chato e com porta cadeado, porta cadeados para janela e mala, etc. A Fixtil também tem soluções em parafusos para montagem de estruturas metálicas. Fabricados em aço inoxidável, proporcionam maior durabilidade e melhor acabamento com peças ou estruturas de inox. Esse produto é ideal para uso externo de imóveis, principalmente para aqueles localizados no litoral, resistente à umidade e maresia. Em acessórios para ferramentas, no caso da Furadeira a indicação é a Chave de mandril Fixtil, modelo universal para mandril de 3/8” e 1/2”. Para afiar enxadas, pás e foices, a Fixtil disponibiliza em seu mix Jogo para afiar, contendo o rebolo cinza, espessura 50,8 x 12,7mm e 76,2cm x 12,7cm e adaptador 1/4. Na hora de fazer a instalação do telhado, a empresa trabalha com acessórios para fixar telhas de fibrocimento, que incluem parafusos hastes, pregos, fixadores e ganchos e placas de ventilação. O destaque é o modelo Placa de ventilação para telha maxi-plac e etermax, fabricada em PVC, na cor preto, apresentada em embalagem plástica, com solapa e etiquetas adesivadas no verso do produto, contendo instruções básicas de uso.

Final da Obra (acabamentos) - São realizados os acabamentos, podemos considerar várias instalações em todos os ambientes da casa: vasos sanitários e pias de banheiros e cozinhas; instalação de armários nos dormitórios, cozinhas e gabinetes e acessórios para banheiros, puxadores para móveis, instalação de home theaters, quadros, suporte para microondas, utensílios domésticos e suporte

para prateleiras, acessórios para cortinas, acessórios para fixar objetos em banheiros e cozinhas, puxadores para móveis de dormitórios, cozinhas e banheiros e placas de sinalização em empresas, shoppings, escola. Há também acessórios para lavanderia, acessórios para varais, letras e números para fachadas, ferragens para portões, etc. Os produtos estão disponíveis no site: www.fixtil.com.br.

► CASCOLA

Pertencente à multinacional Henkel, a marca Cascola possui soluções em diversas categorias de colas e selantes: desde as tradicionais colas de contato e cola branca à base de PVA, até os adesivos de montagem que possuem alta tecnologia, com agarre imediato e alta força de colagem, que são ideais para substituir a utilização de pregos e parafusos. A marca tem ainda uma linha completa de selantes e espumas de poliuretano. “Para destacar exclusivamente uma linha de produtos, podemos mencionar a linha de adesivos de montagem Cascola Monta & Fixa, uma vez que suas soluções garantem a eficácia na fixação de rodapés, guarnições, florões, sancas, cerâmica, azulejo e objetos em paredes e até mesmo no teto, sem a necessidade de furar, parafusar ou pregar, oferecendo praticidade e rapidez à aplicação”, ressalta Claudio Amadio, gerente da marca Cascola. Com amplo portfólio, a marca apresenta algumas opções: Com agarre imediato, a linha Cascola Monta & Fixa apresenta a versão Cascola Monta & Fixa PL 500 Interior, ideal para uso em ambientes internos. A Cascola Monta & Fixa PL 600 Exterior, indicada para ambientes externos, uma vez que é resistente às intempéries; o Cascola Monta & Fixa PL 700 Transparente, adesivo de montagem extra forte com acabamento transparente; e a Cascola Monta & Fixa Cuba & Espelho, produto que une as características de selantes e adesivos, tornando-se completamente multifuncional. “Além disso, a solução possui a exclusiva tecnologia Flextec®, desenvolvida pela Henkel, que faz com que o produto seja muito mais flexível, tenha agarre inicial, vedação imediata e alta força de colagem sem agredir materiais sensíveis, como espelhos”, continua Amadio. O Cascola Monta & Fixa PL 500 Interior é um adesivo de montagem de alta resistência e força de colagem e agarre imediato. O produto é indicado para instalações, decorações e reparos internos, é a solução ideal para colagem de madeira, MDF, compensando, drywall, poliestireno expandido, cerâmica, concreto, metal, pedra e cortiça. É especialmente indicado para fixação de rodapés, guarnições, gesso e objetos decorativos. “Prático de usar, este produto garante a eficiência na aplicação, uma vez que proporciona uma excelente colagem e força final, eliminando a necessidade de furar, parafusar ou pregar”, afirma o gerente. O adesivo Cascola Monta & Fixa PL 600 Exterior de montagem extra forte e resistente à água e aos agentes climáticos, está indicado para adesão de

Scotch^{MR}

**FIXA
FORTE**



Top of Mind
2016-2017

Segundo ano
sendo a **melhor**
entre todas!



Maior Giro e Rentabilidade para o VAREJO

Agradecemos pela sua confiança.

Fita Dupla face de verdade é da **3M**

3M

alta resistência em substratos na construção, decoração, instalações em ambientes externos e pequenos reparos. “Essa opção adere a uma grande variedade de materiais porosos e não porosos e é indicado para colagem de azulejos, arandelas, pisos, peças decorativas, entre outros. Prático de usar, garante maior rapidez e reduz a sujeira, o barulho e outros transtornos que podem ocorrer com o uso de furadeiras ou martelos”, detalha Amadio. O adesivo Cascola Monta & Fixa PL 700 Transparente é um adesivo de montagem transparente com agarre imediato e alta força de colagem, especialmente desenvolvido para aplicações com acabamento transparente. Com tecnologia Flextec®, o produto é resistente a intempéries, sendo aplicável em superfícies molhadas e utilizado em ambientes internos e externos. Livre de solventes e resistente aos raios UV (não amarela), adere a uma grande variedade de materiais, sendo especialmente indicado para fixação de painéis de vidro, tampos de mesa, elementos decorativos, peças em acrílico, revestimentos em vidro, entre outros. Por fim, o Cascola Monta & Fixa Cuba & Espelho – adesivo multifuncional extra forte de alto desempenho e com agarre imediato – foi desenvolvido especialmente para fixação de cubas e espelhos. “Prático, impermeável, com alta resistência e poder de aderência em diversas superfícies, o produto fixa e sela de uma só vez sem agredir materiais sensíveis como espelho”, assegura Amadio. “Além de produtos de excelência, que garantem trabalho satisfatório, nos preocupamos também com a inovação. Diante disso, desenvolvemos os produtos Cascola com a mais alta tecnologia, performance e segurança. Além disso, estamos sempre atentos às necessidades do mercado e também procuramos nos antecipar em oferecer soluções mais eficazes e modernas. Exemplo disso foi o pioneirismo da Henkel na retirada do solvente Toluol das colas de contato. Esta atitude contribui para preservar a saúde do profissional e torna a marca Cascola reconhecida e aprovada em todo o País”, declara. Para a exposição dos produtos, Amadio revela que tem como objetivo apresentar ao revendedor toda linha de produtos e suas aplicações, tornando-o apto a explicar ao consumidor as características e os diferenciais de cada um dos produtos por meio de treinamentos e materiais de apoio.

“Temos dois tipos de expositor de balcão para lojas com pouco espaço, e temos uma versão de salão para lojas grandes e home centers”

CLAUDIO LUIZ RANGEL,
responsável pela Trifix



“Com todo o suporte necessário, o revendedor pode orientar melhor o consumidor de acordo com a sua necessidade. Também consideramos que uma comunicação eficiente é muito importante para impactar o nosso target. Por isso, investimos em materiais de ponto de venda, ações de relacionamento, aproveitando datas comemorativas, como o mês do marceiro, treinamentos e ferramentas digitais”, detalha. Dessa maneira, o gerente afirma que a marca Cascola investe fortemente no relacionamento com a revenda e seus respectivos profissionais. Ao longo do ano oferece treinamentos aos públicos interno e externo e materiais de apoio referentes aos produtos disponíveis no portfólio, benefícios e aplicações. “O entendimento dos produtos e formas de aplicação permite ao lojista prestar um serviço aos seus clientes, ao mesmo tempo em que alavanca suas vendas oferecendo o conjunto de ferramentas e materiais para um trabalho perfeito, rápido e seguro”, elucida. Amadio revela que a empresa está confiante: “2018 será um ano positivo à marca e o mercado tende a apresentar melhorias em comparação aos últimos anos”.

▷ TRIFIXI

A linha de produtos Trifixi para a construção civil inclui buchas plásticas para parede; buchas para fixação em forro de gesso; buchas universal usadas para diversos tipos de superfície tais como drywall, tijolo oco, divisórias, e outros; grampo para a fixação de cabos coaxial e paralelo sem o uso de prego; fixa fios e fixa cabo coaxial com pregos; batentes e trava para portas; batente para janelas; marcadores para chaves; espaçadores para pisos; espaçadores para tijolos de vidro etc. “Além do grande número de itens fabricados, o nosso diferencial está em vários outros pontos, tais como na qualidade da matéria prima selecionada, no processo de fabricação – hoje estamos com um parque de máquinas novas e modernas com maior produtividade e menos custo de energia e manutenção –, nas ferramentas (moldes) que são confeccionados 100% em ferramentaria própria e no tipo de embalagem utilizada totalmente voltada para o meio ambiente 100% reciclável. Além de todo esse diferencial, temos um excelente preço de venda para lojistas e atacadistas”, declara o responsável pela empresa, Claudio Luiz Rangel. Ele explica que as embalagens da Trifixi são todas plásticas e em sacos, sendo que a grande maioria foi desenvolvida para exposição em gôndolas. “Temos dois tipos de expositor de balcão para lojas com pouco espaço, e temos uma versão de salão para lojas grandes e home centers”, conta. Para oferecer maior apoio aos lojistas, a empresa conta com uma equipe treinada. “Essa equipe participa de feiras e eventos realizados junto aos nossos atacadistas. Nesses eventos tem um espaço voltado somente para os lojistas, em que apresentamos toda a nossa linha de produtos, lançamentos e

utilização”, detalha o executivo. Ele diz que a Trifixi também participa de palestras para os vendedores de atacados e faz divulgações de em redes sociais, sites e outros.

“Acreditamos que por 2018 ser um ano eleitoral, o cenário deve apresentar uma leve melhora, apesar da grande crise política que já vivenciamos. Estamos no mercado há 22 anos e jamais vimos algo parecido, mas enfim sempre acreditamos que podemos tirar algum proveito, mesmo da crise”, analisa Rangel.

► VONDER

A linha de produtos para Fixação da Vonder é uma das mais completas e premiadas do mercado, composta por itens como rebitadores, grampos e grampeadores, pinos, pregos, chumbadores, parafusos, arruelas, barras roscadas, porcas, ganchos, buchas, abraçadeiras, entre muitos outros, que garantem máxima produtividade e excelente desempenho, para fixações mais ágeis, robustas e resistentes. “Uma das características desse mercado é a diversificação e amplitude de soluções apresentadas para as mais diferentes necessidades, profissionais ou não, além o alto giro no ponto de venda, por se tratar de produtos fundamentais nas mais diferentes situações, desde a construção civil, manutenções industriais e reparos domésticos em geral. Para se diferenciar num mercado tão amplo, a Vonder busca sempre apresentar novidades que aliam praticidade e alto desempenho no uso, além de maior durabilidade, como fatores essenciais nos trabalhos de fixação, em que a performance de uso e resistência do produto são fatores indispensáveis”, afirma a gerente de marketing Elisângela Durães. Recentemente a empresa lançou dois modelos de Pregadores Pneumáticos: o PP 550 e o PP 700, opções ideais para fixações mais ágeis e robustas, são indicados para uso profissional e industrial na fixação de madeiras em geral. Ambos possuem corpo em alumínio e empunhadura emborrachada que proporciona resistência e conforto. Contam ainda com sistema de segurança que só permite o acionamento do pregador quando pressionado à peça, evitando disparos involuntários e garantindo maior proteção na hora de operar o produto. Para uso correto, a Vonder indica também os Pregos Lisos, Anelados ou Ardox em carretéis como consumíveis importantes para o máximo desempenho do produto. Para auxiliar o revendedor no momento da venda, a Vonder disponibiliza uma equipe de consultores de vendas que trabalham diretamente no PDV, com instruções para o uso adequado e melhor aproveitamento de cada produto de acordo com as expectativas do consumidor para que de fato o item seja percebido como um benefício para a sua real necessidade.

“Além disso, buscando inovar e cada vez mais facilitar a escolha do lojista e também do consumidor, apostamos

na produção de vídeos das nossas principais linhas e produtos, apresentando os destaques e diferenciais que fazem do mix da Vonder uma referência quando o assunto é o trabalho profissional. Para conferir os vídeos e interagir conosco, convidamos o público a acessar nossos principais canais nas redes sociais, no youtube, facebook e instagram, através do /vonderferramentas”, finaliza Durães.

► FORTALEZA

A Fortaleza tem uma linha de produtos para fixação sem necessidade de furar e nem fazer barulho. São vendidos em cartuchos e podem ser aplicados com o auxílio de uma pistola de aplicação de fácil manuseio. São 4 produtos que compõem a linha Fixar Sem Furar para os diversos tipos de uso: Interno, uso Geral, Invisível (transparente) e Turbo, sendo este último o destaque da nossa linha com a aderência inicial em 3s, o que dispensa o uso de calços ou escoramentos até que o produto esteja totalmente curado. Para Malu Ciorlia, Gerente de Marketing, “essa linha costuma estar sempre exposta junto aos selantes, porém sugerimos posicioná-las também no setor de colas e pregos/parafusos pois, tratando-se de uma tecnologia nova, muitas vezes o consumidor entra na loja à procura de uma solução para fixar e pode se surpreender com a evolução dos produtos. Quanto ao crescimento do mercado, esse ano, Malu destaca que há “Estamos muito confiantes quanto ao crescimento do mercado e retomada da economia. Além disso, a crise contribuiu para que as pessoas passassem a experimentar o “faça você mesmo” a fim de poderem renovar suas casas gastando menos. É neste contexto que a linha Fixar Sem Furar está inserida, facilitando a vida de quem gosta de mudar sua casa e quer ficar longe da quebradeira e do barulho.

A empresa realiza diversas ações com os revendedores, como explica a gerente de Marketing: “Além de divulgarmos as informações técnicas no nosso site, contamos também com material informativo nas lojas. Nossa equipe também ministra treinamentos em lojas contemplando tanto os seus funcionários quanto os consumidores que vão até lá em busca de uma solução”, finaliza.



“Além de divulgarmos as informações técnicas no nosso site, contamos também com material informativo nas lojas”

MALU CIORLIA,
Gerente de Marketing
da Fortaleza

TODA HORA, TODO DIA, TODA SEMANA E TODO MÊS ATENTO ÀS MOVIMENTAÇÕES DO SEU MERCADO.

Versus Nexial é a completa suite digital de monitoramento estratégico que entrega ainda mais dados e informações relevantes para o seu negócio.

Além do dashboard para acompanhar em real time as movimentações do seu mercado, Versus ainda dispara diariamente para o seu email um clipping de notícias selecionadas, publicadas em milhares de fontes on e off line.

E, semanalmente, você ainda recebe um mapeamento completo de indicadores do comportamento das marcas que você monitora.

Mas se quiser ainda mais, você também pode solicitar uma análise mensal dos consultores da Nexial e trocar ideias com eles em videoconferências exclusivas.

Com Versus Nexial, você monitora só o que interessa:

- Movimentação nos websites
- Publicação de notícias relevantes
- Comunicados à imprensa
- Mídias sociais
- Ações de ativação em campo e nos PDVs
- E, em breve, ainda mais fontes e indicadores relevantes ao seu negócio

+55 11 4191-5413
eficiencia@nexial.com.br

Monitore muito mais por muito menos.
Faça um teste gratuito, acessando
versus.nexial.com.br.



VERSUS
nexial

agora entregando ainda mais dados e indicadores para monitorar cada passo de seus concorrentes.



*dashboard
real time*



*clipping
diário*



*report
semanal*



*CONSULTING
MENSAL*

A TECNOLOGIA IDEAL PARA A FIXAÇÃO PERFEITA.



SOLUÇÕES EM FIXAÇÃO ÂNCORA

Linha completa em Sistemas
de Fixação para as mais
diversas necessidades!



ÂNCORA®
SISTEMAS DE FIXAÇÃO

**FERRAMENTAS
ELÉTRICAS EINHELL**

A potência e a
força que o seu
trabalho exige!

UMA MARCA EXCLUSIVA
ÂNCORA



■ Design
■ Qualidade
■ Tecnologia Alemã

 **Einhell**



Já temos atacarejo!

O local, segundo Michael Reins – Diretor geral da Obramax Brasil, foi estrategicamente escolhido por estar próximo de grandes avenidas, regiões bastante habitadas e potencial de consumo de mais de 4 bilhões de reais anualmente

Inaugurada no final de janeiro, o modelo de negócio é um híbrido de vendas no atacado e varejo, focado principalmente no atendimento dos profissionais do segmento da construção civil - compradores de grandes volumes (pequenas e médias construtoras), profissionais autônomos (engenheiros, arquitetos, mestre de obra, empreiteiros, pedreiros, encanadores, eletricitistas, pintores), profissionais especialistas (gesseiros, marceneiros, serralheiros), empresas de instalação e manutenção, síndicos e zeladores de condomínio, e gestores de lojas de bairro. Com o lema de um atacado aberto a todos, a Obramax atenderá também o consumidor final,

sem a necessidade de pré-cadastro para a efetivação da compra.

O custo de implantação estimado em R\$110 milhões, traz para o Brasil o autosserviço de materiais de construção, com uma gama selecionada de mais de 18 mil produtos técnicos de marcas profissionais com preços de atacado. Praticar o melhor preço será uma das bandeiras da Obramax, como deixa bem claro Reins. “Vamos fazer uma atualização constant dos nossos preços em relação à concorrência e, comprovada a diferença, vamos praticar o mesmo preço para todos os clientes”, explica Michael Reins.

Também destacou a localização dos corredores com a colocação dos pro-

“A Obramax busca a facilidade de compra e proximidade com o cliente, em particular os profissionais do ramo. Além da loja física, o cliente terá a opção também de ser atendido pelo televendas e no online através de um e-commerce com o mesmo estoque de produtos disponíveis em grandes volumes e à pronta entrega”

**MICHAEL REINS,
Diretor-Geral da
Obramax do Brasil**

dutores em torres, como nos atacadistas. Com um corredor central e uma visão completa das categorias dispostas nas laterais deste corredor. “Todo o monitoramento dos produtos é feito pelo sistema SAP de controle de estoque e localização nas torres”, informa.

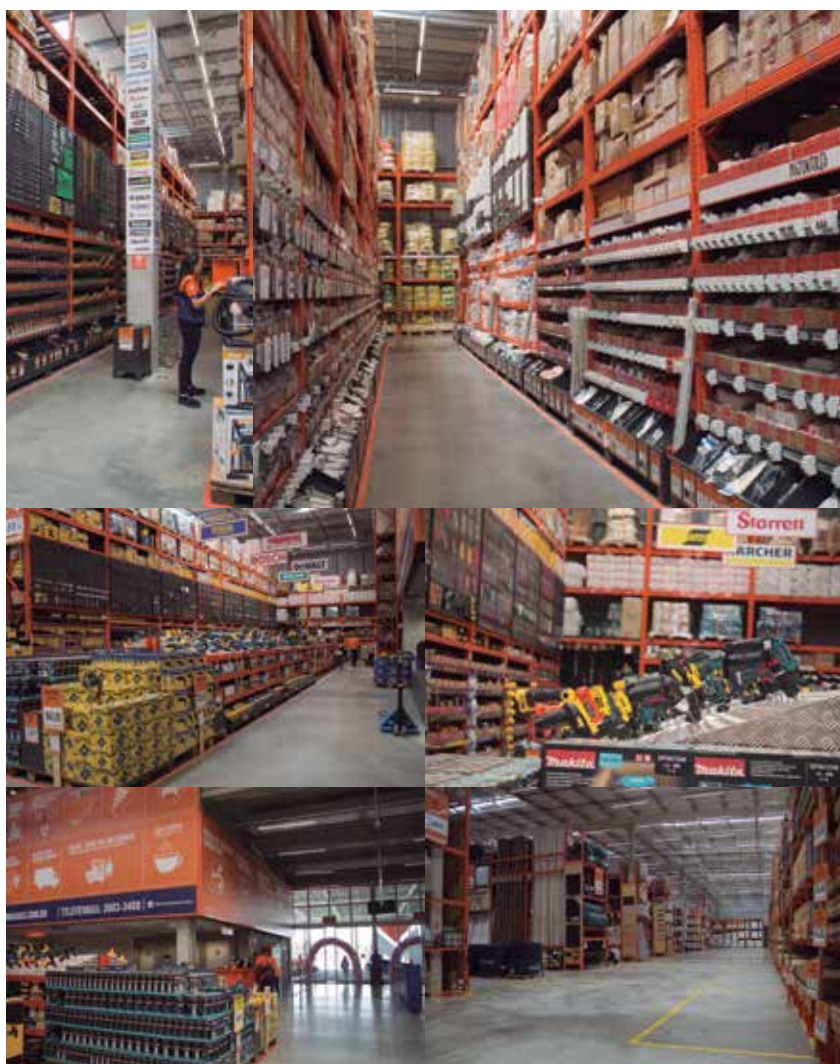
Alguns dos serviços que o executivo destaque são a entrega de materiais em D+1, o corte e bordeamento de chapas de madeira, crédito facilitado, visualização pelo site do estoque disponível, estacionamento coberto e pátio de materiais, onde o cliente pode entrar com o próprio veículo para o carregamento dos itens e venda a pronta entrega. “A Obramax busca a facilidade de compra e proximidade com o cliente, em particular os profissionais do ramo. Além da loja física, o cliente terá a opção também de ser atendido pelo televendas e no online através de um e-commerce com o mesmo estoque de produtos disponíveis em grandes volumes e à pronta entrega”, diz.

▮ CERTIFICAÇÃO SUSTENTÁVEL

A mega loja Obramax, localizada na Avenida do Estado, abriu suas portas com a certificação EDGE – construção sustentável para mercados emergentes criado pela IFC (International Finance Corporation), instituição membro do Grupo Banco Mundial, uma certificação inédita para as construções no Brasil. A certificação EDGE permite aos arquitetos e engenheiros mensurar a otimização de recursos em seus projetos, resultando em edificações mais atraentes e com alto valor agregado. O diretor da loja Mooca é Heleño Scheibe de Souza.

▮ GRUPO ADEO

Na Europa, a Obramax atende pelo nome de Bricoman/Bricomart e está presente na Itália, Polônia, França e Espanha. São mais de 7.000 colaboradores, divididos em 77 unidades. É parte do grupo Adeo, que nasceu em 1923, com a marca Leroy Merlin e hoje é comandada pela Associação Familiar Mulliez (AFM). Atualmente, é o 3º maior grupo varejista do mundo e o 1º na Europa. Com 34 empresas autônomas, mais de 700 lojas próprias e 480 unidades entre franquias ou locadas, divididas em 14 marcas. A instituição emprega cerca de 100 mil colaboradores e faturou mais de 19 bilhões de euros em 2016, atendendo um milhão de clientes.



21ª Feira Internacional da Construção

NOVO LOCAL

01 a 04
AGOSTO 2018

FIERGS · PORTO ALEGRE · RS

Quarta a sexta: 14h às 21h • Sábado: 11h às 18h

Realize bons negócios

Lance tendências

Faça sua empresa crescer

Novo local, novos clientes

www.feiraconstrusul.com.br  

Informações e reservas:
comercial@suleventos.com.br

51.3225.0011



21
ANOS

APOIADORES CONSTRUSUL 2017



REALIZAÇÃO





todo mundo **PRECISA**

Pequenos, fáceis de serem apresentados nas gôndolas ou nos check-outs, os produtos deste segmento são “pau pra toda obra” e não devem faltar nas revendas. São ótimos para as vendas por impulso. Então, sem sustos, tenha uma ampla gama destes produtos

13-16 MAR 2018

13-14 MARÇO 2018
BUSINESS DAYS

—
NEGÓCIOS
E NETWORKING

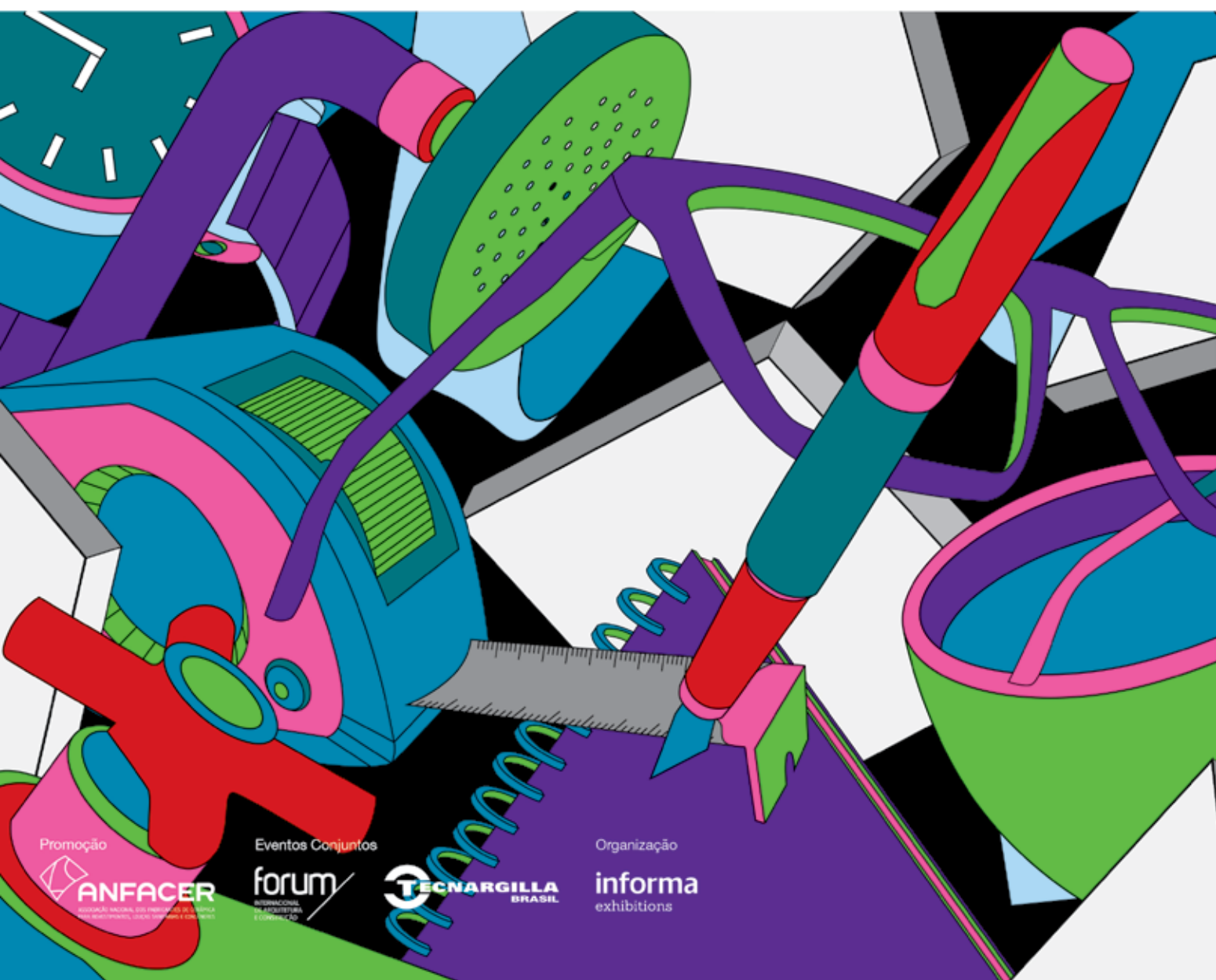
15-16 MARÇO 2018
CREATIVE DAYS

—
TENDÊNCIAS
E CONTEÚDOS

A Fashion Week da
Arquitetura e Construção

A Expo Revestir tem uma nova
maneira de receber você.
Dias de visita com foco em
diferentes interesses.

Vagas Limitadas.
Clique aqui e garanta já
sua inscrição.
www.exporevestir.com.br



Promoção

ANFACER
ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS FABRICANTES DE CIMENTO
E MATERIAIS DE CONSTRUÇÃO

Eventos Conjuntos

forum
INTERNACIONAL
DE ARQUITETURA
E CONSTRUÇÃO

TECNARGILLA
BRASIL

Organização

informa
exhibitions



1. Produto Bemfixa
2. Produto Dormakara
3. Produtos Fixtil
4. Produtos Eleko

do MUNDUS, que são compatíveis com a maioria dos recortes de vidro temperado disponíveis no mercado, além de possuírem ampla variedade de acabamento e possibilidade multidimensional de ajuste, mesmo depois de instaladas. O Também merece atenção o sistema para porta deslizante MUTO, que conta com amortecimento de abertura e fechamento, acionamento por controle remoto e opção de fechadura eletrônica embutida no perfil.

O vice-presidente da empresa para América Latina, Tomas Catafay, afirma que a Dormakaba aposta em uma identidade visual atrativa para os consumidores, que destaca os benefícios das soluções. “Além disso, o nosso logotipo foi reformulado em uma linguagem moderna, influente e de fácil identificação”, revela. O planejamento visual da companhia para as revendas conta com faixas de gôndola, que identificam as prateleiras ou seções de produtos; stopper de categoria para separar os itens nas

► BEMFIXA

Com o crescimento na utilização do drywall, o mercado ampliou as opções e desenvolveu painéis com espessuras maiores. Para atender essas novas especificações, a Bemfixa lançou dois novos tamanhos para a Bucha Frog: a média e grande. Além da opção das embalagens em cartela, as Buchas Frog também estão disponíveis em embalagens com 15 e 50 unidades. “A Bucha Frog possui alto giro e é uma das mais utilizadas para fixações em painéis e forros de drywall. Essas duas novas opções de tamanho acompanham as demandas do mercado e trazem opções adequadas ao consumidor”, declara Sandra Regina Shimabukuro, coordenadora de marketing.

“Para apoiar o processo de vendas, a Bemfixa desenvolve embalagens au-

toexplicativas em cores diferentes para cada família de produto, que ajudam o consumidor a encontrar facilmente o que precisa. Além disso, seu formato ergonômico ocupa menos espaço na gôndola”, diz Shimabukuro. Sobre a exposição dos produtos, ela explica que a melhor colocação é nas gôndolas acessíveis aos consumidores. “Pode ser em corredores com alta circulação, check outs ou mesmo através de cross merchandising”, indica. Sobre o mercado, a coordenadora vê que, aos poucos, há uma retomada. “O final de ano sempre tem um impacto positivo no incremento das vendas”.

► DORMAKABA

Estre as soluções em ferragens da Dormakaba, a empresa ressalta as soluções para vidro tempera-

“No setor de construção civil, as perspectivas a médio e longo prazos são positivas. Indicativos como a queda na taxa de juros e o controle da inflação têm trazido boas expectativas ao mercado. As nossas soluções em ferragens, bem como todos os produtos em nosso portfólio, apresentam alta durabilidade, contado com serviços de instalação e manutenção adequados”

TOMAS CATAFAY,
vice-presidente da
Dormakara para
América Latina

prateleiras ou gancheiras; wooblers; price tags e adesivos de chão, que identificam a marca nas etiquetas de preço; e cubos que auxiliam em promoções, dando destaque a gôndolas, prateleiras, ilhas ou corredores onde o produto está localizado.

“No setor de construção civil, as perspectivas a médio e longo prazos são positivas. Indicativos como a queda na taxa de juros e o controle da inflação têm trazido boas expectativas ao mercado. As nossas soluções em ferragens, bem como todos os produtos em nosso portfólio, apresentam alta durabilidade, contado com serviços de instalação e manutenção adequados”, avalia Catafay. “Os sistemas Dormakaba combinam as necessidades dos usuários com as principais tendências para setor e oferecem alto nível de qualidade e performance”, conclui.

DELEKO

Fundada em 1942 em São Paulo e certificada pela ISO 9001:2015 a indústria de parafusos Eleko atua nos mais diversos nichos do mercado com variados tipos de fixadores, tais como: parafusos sextavados, franceses, recartilhados, parafusos com projeção para solda, parafusos flangeados, parafusos para conectores elétricos, parafusos para terminais de bateria, parafusos de cabeça abaulada (PCA), parafusos para roldana (PR), parafusos de cabeça quadrada para eletrificação e telecomunicação, porcas sextavadas e quadradas, hastes, barras roscadas, prisioneiros, rebites, pinos, arruelas lisas e de pressão, além de parafusos sob desenho, amostra ou foto. Os produtos podem ser produzidos em aço carbono, bronze, cobre, latão,

“Para apoiar o processo de vendas, a Bemfixa desenvolve embalagens autoexplicativas em cores diferentes para cada família de produto, que ajudam o consumidor a encontrar facilmente o que precisa. Além disso, seu formato ergonômico ocupa menos espaço na gôndola”

SANDRA REGINA SHIMABUKURO,
coordenadora de marketing da Bemfixa



RADIAL

A melhor relação custo-benefício do mercado.

São mais de 800 produtos para equipar a sua loja!

Material Promocional para valorizar o seu ponto de venda.



Baixe o novo catálogo gratuitamente no site: radial.ind.br



FONES: (11) 3576-0299 / (11) 2053-4100
www.radial.ind.br | sac@radial.ind.br

alumínio e inox, e utilizam os mais diversos acabamentos como: zinco eletrolítico, amarelo ou bicromatizado, preto, trivalente, enegrecido de têmpera, galvanizados a fogo, geomet, estanhado, cobreado, fosfatizado, entre outros.

Os carros-chefe da empresa incluem os parafusos rebaixados galvanizados a fogo que são muito usados em eletrificação e rede telecom, especificamente a linha de sextavados e francês, cabeça quadrada e cabeça abaulada.

“Uma das vantagens da Eleko é ter uma estrutura em São Paulo, o que inclui 4 mil metros quadrados de planta e uma capacidade instalada para 200 toneladas de produto/mês. Além de fabricar e distribuir, a metalúrgica mantém parcerias com siderúrgicas e empresas do segmento, inclusive com gigantes como Gerdau e Belgo Mineira”, revela Ruth Santos Fortuna, que responde pelas áreas de vendas e marketing da empresa.

“Nosso maior diferencial é poder personalizar a fabricação de dispositivos sob desenho ou amostra, incluindo o controle de qualidade e usando matéria-prima de usinas reconhecidas”, continua a executiva. “A experiência em outros mercados também pode ser usada como exemplo, como

“As ferragens são produtos de baixo valor agregado e boa lucratividade ao lojista, mas são essenciais numa loja, porque complementam a venda e viabilizam a instalação de produtos correlacionados existentes na loja, como portas, janelas, esquadrias, portões, telhas, etc. Por esse motivo, por uma questão estratégica, é importante que os acessórios para fixação sejam expostos em gôndolas próximas de produtos correlacionados, como por exemplo: ferragens perto da seção de portas e esquadrias; vedantes e fitas veda rosca, próximos da seção de torneiras e hidráulica; abraçadeiras são expostas próximos do setor de mangueiras e fios, e assim por diante”

ADRIANA LOPEZ,
gerente de marketing da Fixtil

o pino isolador usado em postes de rede elétrica, portanto o portfólio da empresa pode ser resumido na oferta de conjuntos para fixação de ferragens e fixadores utilizados em produtos de fabricantes finais”, encerra.

FIXTIL

A fase de acabamento de uma casa em construção envolve muitos produtos. Dentre eles, a Fixtil enfatiza acessórios que trazem segurança para as pessoas, sejam profissionais ou consumidores finais. “Muitas

vezes não bastam somente as fechaduras das portas trancadas com chaves. Oferecemos soluções práticas que reforçam a segurança para vários ambientes de uma residência: janelas de quartos, portas de entrada da sala, portões, e outros”, informa Adriana Lopez, gerente de marketing da companhia.

Na linha de acessórios para portões e janelas, o destaque é o Ferrolho Fio Redondo, indicado para portas, portões e janelas de abrir que possuem venezianas que se movimentam para a área externa no ambiente. O produto tem acabamento zincado e duas opções de medidas: 2 ffi” e 4”.

Outra opção é o porta-cadeado para janela, cuja instalação deve ser complementada com um cadeado para reforçar o fechamento da janela. Tem acabamento zincado, que acompanha parafuso madeira, cabeça chata, medida 3,5 x 13mm e é adequado para trancamento.

As tranquetas e fechos para esquadrias de madeira são produtos muito comuns para fechamento de esquadrias de madeira e janelas de abrir. Possuem acabamento niquelado e em tamanho padrão. E o ferrolho chato



“Nosso maior diferencial é poder personalizar a fabricação de dispositivos sob desenho ou amostra, incluindo o controle de qualidade e usando matéria-prima de usinas reconhecidas”

RUTH SANTOS, vendas e marketing da Eleko

acompanha parafuso madeira chata, 2,5 x 12mm, com acabamento zincado, nas medidas de 2 1/2" e 4 polegadas. Dos acessórios para portas, nota-se o porta-cadeado com parafuso, que tem acabamento zincado e está disponível nas medidas 2", 2.1/2" e 3.1/2. Utilizado para trancar portas, caixas, gavetas, e outros, sua instalação deverá ser complementada com um cadeado para reforçar o fechamento do local desejado. Já o ferrolho porta cadeado é adequado para portas e portões em madeira. Ele acompanha parafuso madeira cabeça chata, 4,2 x 22mm e tem acabamento zincado, com opção nas medidas 2" e 4" polegadas. Ainda nessa linha, há o visor de porta, considerado acessório de segurança porque tem a função de identificar o visitante antes do dono da

casa abrir a porta, impedindo surpresas desagradáveis.

Há ainda os acessórios para malas de viagem, como o porta-cadeado zincado, que acompanha parafuso e tem a função de proteger as bagagens na hora dos embarques e desembarques nos aeroportos.

"As ferragens são produtos de baixo valor agregado e boa lucratividade ao lojista, mas são essenciais numa loja, porque complementam a venda e viabilizam a instalação de produtos correlacionados existentes na loja, como portas, janelas, esquadrias, portões, telhas, etc. Por esse motivo, por uma questão estratégica, é importante que os acessórios para fixação sejam expostos em gôndolas próximas de produtos correlacionados, como por exemplo:

"Seguimos com o nosso foco em apresentar o que há de mais recente no mercado, buscando manter um preço acessível ao nosso public. Esse é um produto que precisa garantir máxima segurança aos usuários e a nossa marca sempre assumiu essa responsabilidade",

KATY MESSIAS,
gerente de marketing da
Aliança Metalúrgica

DETALHES QUE
ENRIQUECEM
O SEU PROJETO!

LINHA
Vesúvio

icasa

Excelência em louça sanitária

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

INFORMAÇÕES DE OBRAS EM PROJETO E CONSTRUÇÃO NO BRASIL!

Segmentos de atuação:

COMERCIAL

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

INDUSTRIAL

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

RESIDENCIAL

Condomínios de Casas
Edifícios Residências

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



A ORIGEM DOS GRANDES NEGÓCIOS.

A Ferramenta online mais completa do Brasil.

www.itc.etc.br/113825-7511



ferragens perto da seção de portas e esquadrias; vedantes e fitas veda rosca, próximos da seção de torneiras e hidráulica; abraçadeiras são expostas próximos do setor de mangueiras e fios, e assim por diante”, orienta Adriana.

Para a gente, é importante que o lojista priorize as ferragens para ter uma loja completa, caso contrário pode perder vendas e clientela, considerando que o consumidor busca facilidade e praticidade de comprar tudo num único local. “A loja que tem produtos completos ganha mais credibilidade e fidelidade do cliente”, diz. Ela complementa que os acessórios do segmento de ferragens da Fixtil são acondicionados em embalagens blister, portanto, são expostos em ganchos em setores estratégicos do home center ou hipermercado, em diversos setores, incluindo os próximos de produtos

correlacionados como portas, janelas e portões.

Para a executiva, o mercado de acessórios para ferragens volta a reagir de forma gradual. “As vendas destes produtos estão associadas e complementam as vendas de portas, janelas e portões. Quando o cliente vai comprar esses produtos, logo pensa no aspecto segurança e já inclui em sua lista de compras esses acessórios. Por isso, a Fixtil recomenda a exposição próxima dos setores de portas, janelas e portões, facilitando a vida do cliente e do vendedor na loja”, encerra.

► PADO

A Pado produz várias linhas de cadeados, fechaduras e acessórios de portas e janelas. Há 81 anos no mercado de ferragens, exibe um amplo portfólio de fechaduras composto pelas linhas: Concept, a tradicional Serralheiro, a BMW, Ecoinox, Zamac

e Glass, desenvolvida para atender ao mercado vidraceiro. “Dentre essas linhas, podemos destacar a Serralheiro, que atende ao mercado desse segmento com design inovador e modelos para as mais diversas aplicações. É uma linha homologada pela ALCOA, atestando mais uma vez a qualidade dos produtos Pado e o compromisso com seus clientes”, afirma Selmo Rodrigues, diretor comercial da Pado.

Ainda na linha Serralheiro, o executivo destaca os modelos 410 e 410A, 6614 e 600 – serralheiro tradicional – e 810 e 810A – serralheiro concept – que são utilizados em portas com perfil de alumínio. São opções com espelho em latão, testa e contra-testa em aço inoxidável, cilindro em zamac, e estão disponíveis nos acabamentos cromado, branco ou preto. Para expor os produtos, a Pado oferece aos seus revendedores vários mostruários que seguem o padrão de identidade visual da empresa. “Com esses mostruários o cliente pode visualizar e manusear o produto antes da compra. Entendemos que a boa

“Esse setor está aquecido e a Aliança Metalúrgica tornou-se uma ótima opção para quem busca produtos com ótimo custo-benefício. Estamos atendendo a demanda de forma muito eficiente, considerando seu alto índice de vendas. Nossos setores de produção e distribuição são monitorados constantemente para que possamos atender o ritmo do mercado; nossos acompanhamentos de

KATY MESSIAS,
gerente de marketing da
Aliança Metalúrgica

apresentação define a venda, com vendedores bem orientados, principalmente quanto as aplicações dos produtos”, continua Rodrigues. Ele lembra que os revendedores também têm suporte e acompanhamento da equipe de marketing da empresa.

O diretor acredita que houve uma pequena melhora no mercado no segundo semestre, mas que ainda não é significativa. “Vemos o crescimento com cautela, mas acreditamos numa melhora progressiva”.

UDINESE

A Udinese Assa Abloy, indústria que há mais de 50 anos dita tendências ao oferecer um portfólio diversificado e completo de componentes e acessórios voltados para esquadrias de alumínio e PVC, está ampliando a sua linha de puxadores com o lançamento do Puxador Arcos para perfis de alumínio.

Elegante e moderno, o puxador Arcos se destaca pelo design de linhas curvas que resultam em uma composição harmônica e compatível com as mais variadas propostas arquitetônicas. Pela sua simetria pode ser instalado à direita ou à esquer-



“Com esses mostruários o cliente pode visualizar e manusear o produto antes da compra. Entendemos que a boa apresentação define a venda, com vendedores bem orientados, principalmente quanto as aplicações dos produtos”

SELMO RODRIGUES,
diretor comercial da Pado

da, proporcionando uma posição confortável para as mãos. Sem parafusos aparentes, o novo puxador da Udinese tem 254mm de altura e é produzido em alumínio, o que o torna mais resistente à corrosão. Está disponível nas cores branca, prata e preta e possibilita aplicação com fecho concha.

VONDER

Quando o assunto é ferragens, a Vonder conta com uma expressiva linha de produtos. Os best-sellers da marca fazem da empresa uma das principais referências no país em ferragens, ferramentas, máquinas e equipamentos, com o melhor e mais completo mix do mercado. A tradição da companhia nessa categoria também é reconhecida e premiada pelos revendedores e profissionais que utilizam ferragens em seu dia a dia.

Compõem o portfólio de ferragens os cabos de aço e acessórios, com uma linha completa para movimentação de cargas e muitas outras aplicações, de uso leve ao industrial; ganchos, correntes, rodízios, fechaduras para móveis e gavetas; fechos para portão; dobradiças; e muitos outros produtos. Um dos destaques é o lançamento este ano dos cade-

ados para bicicleta e também dos cadeados para moto, ambos disponíveis em duas versões: com chave e com segredo.

Também se sobressaem as molas aéreas para portas, indicadas para fechamento automático de portas de até 80 cm, com duas válvulas para controle, permitindo amortecimento. Nas cores prata ou preta, suportam portas de 25 kg a 45 kg (potência 2) e 40 kg a 65 kg (potência 3). Por fim, há os fixadores de portas com corpo em alumínio fundido e com sistema de magnético a amortecimento com mola.

ALIANÇA METALÚRGICA

A Aliança Metalúrgica é uma empresa tradicional no segment de ferragens. O seu produto mais vendido é o gancho de rede, fabricado com um material de alta resistência e durabilidade com um custo acessível. “Seguimos com o nosso foco em apresentar o que há de mais recente no mercado, buscando manter um preço acessível ao nosso public. Esse é um produto que precisa garantir máxima segurança aos usuários e a nossa marca sempre assumiu essa responsabilidade”, informa Katy Messias, gerente de marketing.

“Dentre essas linhas, podemos destacar a Serralheiro, que atende ao mercado desse segmento com design inovador e modelos para as mais diversas aplicações. É uma linha homologada pela ALCOA, atestando mais uma vez a qualidade dos produtos Pado e o compromisso com seus clientes”

SELMO RODRIGUES,
diretor comercial da Pado

Por causa do aquecimento do mercado nesse segmento, a empresa está trabalhando para manter a produção e distribuição em níveis da demanda.

Como explica Katy. “Esse setor está aquecido e a Aliança Metalúrgica tornou-se uma ótima opção para quem busca produtos com ótimo custo-benefício. Estamos atendendo a demanda de forma muito eficiente, considerando seu alto índice de vendas. Nossos setores de produção e distribuição são monitorados constantemente para que possamos atender o ritmo do mercado; nossos acompanhamentos de vendas são feitos em tempo real para desenvolvermos, a partir deles, o nosso plano de produção. Acreditamos em uma linha de reposição inteligente que

irá sempre fortalecer o vendedor e atender 100% a necessidade do consumidor final”, diz.

A empresa recomenda que a exposição ideal dos seus produtos deve ser feita em ambiente limpo, claro, com boa visibilidade e organização, baseada em suas categorias de produtos. “Além disso, a utilização dos materiais gráficos promocionais que disponibilizamos é de extrema importância para o destaque dos produtos, chamando a atenção do consumidor. Desenvolvemos os materiais a partir de estudos do consumidor atual, e as melhores maneiras de interagir com o mesmo. Nossa linguagem é totalmente direcionada ao consumidor sempre buscando deixar tudo mais claro e simples para a compreensão”, finaliza Katy.

“Muitas vezes não bastam somente as fechaduras das portas trancadas com chaves. Oferecemos soluções práticas que reforçam a segurança para vários ambientes de uma residência: janelas de quartos, portas de entrada da sala, portões, e outros”

ADRIANA LOPEZ, gerente de marketing da Fixtil



Sua Casa com Rinnai Mais Conforto

Rinnai

A mais completa linha de aquecedores de água a gás



Lojista, cadastre-se em www.rinnai.com.br e solicite o atendimento de um representante

3 ingredientes para a verdadeira INOVAÇÃO



No novo mundo, o comportamento do consumidor está sendo redefinido. Ele desenvolve filtros e intimidades com as marcas, que exigem movimentos rápidos, evolução e reinvenção constantes. Bons tempos, não é mesmo? Para uns, sim. Para outros, não. A inovação proposta pelas empresas precisa, definitivamente, funcionar. Na maioria das vezes, o que acontece na prática são lançamentos de produtos e serviços que simplesmente não cumprem suas promessas. A decepção posterior diminui o valor da marca e acaba com qualquer esperança de aumentar o engajamento dos clientes, tão sonhado pelas instituições.

Se faz necessário encantar os clientes e ir além dos detalhes. Superar expectativas é uma forma de fazer com o que seu público pague o que for para ter uma nova experiência. Mas antes disso, as empresas precisam estar atentas ao que estão propondo, se existe eficácia ou não.

Três alicerces para atingir a inovação:

► ESSÊNCIA

A Essência da marca e empresa não é missão, nem valores ou muito menos visão. De uma vez por todas, é a razão pela qual tudo começou. Raison d'être. Fala-se tanto em inovação que o tema anda banalizado. Mas uma coisa eu tenho certeza: a verdadeira inovação só acontece quando a empresa redescobre sua razão de ser. A Tesla é um ótimo caso para ser usado como exemplo, porque a sua razão de ser é bem clara: enfrentar o problema de mobilidade urbana do mundo. Isso permite que a

empresa não se resuma a uma montadora de carros. Aliás, Elon Musk nunca viu a sua iniciativa dessa forma. Assim, fica livre para participar de novos mercados sem comprometer seu DNA. A Tesla pretende, por exemplo, colonizar Marte! Os consumidores atuais optam por permanência mas mantêm expectativas por futuras utilidades que chegam como forma de criatividade, inovação e confiança e liderança. Eles querem ser surpreendidos e estão escolhendo uma lista cada vez menor de marcas para depositarem seus dividendos e confiança.

► DIFERENCIAÇÃO ENERGIZADA

Algumas marcas são estelares, indo bem entre os consumidores e avançando muito à frente dos seus concorrentes, enquanto outras pulam para fora da categoria. Os consumidores estão atualmente cativados por uma qualidade que reflete uma experiência mais excitante, dinâmica e criativa. Eles estão concentrando a paixão deles e poder de compra em um menor portfólio de marcas especiais – porque elas continuam sempre evoluindo. O poder de diferenciação é o que marcas estelares possuem em comum. Elas não são apenas diferentes. Essas marcas continuam sendo diferentes. Para isso, damos o nome de “energia diferenciada”. Energia tem um papel muito significativo. Seus três componentes são visão, que leva a proposta e aspirações da marca. Invenção, dimensão tangível mais importante, que demonstra a visão da marca através de inovação de produto e serviço,

design, entre outras experiências táteis de marca e o dinamismo, que explora como se expressar no mercado de forma dinâmica para criar “persona”, emoção e evangelismo.

► CULTURA E ESCUTA

Peter Drucker, o fundador do marketing moderno, uma vez escreveu que “cultura digere estratégia no café da manhã”. Mais correto impossível. Em outras palavras, o maior desafio para marcas e empresas é a mudança de cultura que permitirá para estas companhias reconhecerem que a inovação requer um processo que permeia todos os departamentos, reinventando o processo de escuta, aprendendo e gerando mudanças. A nova realidade é que as marcas não controlam o relacionamento. Os consumidores o fazem. É preciso pensar em maneiras diferentes e trabalharmos mais duro para nos mantermos únicos e especiais. O comportamento do consumidor tem mudado e isto exige uma visão nova por nossa parte. Precisamos agir com mais fluência, abertamente e tomando todos os passos com o consumidor através da escuta ativa e de uma postura que não acredita em nada garantido.

Gabriel Rossi é professor de Marketing pela ESPM. Palestrante profissional em marketing, estrategista especializado na construção e no gerenciamento de marcas e reputação e diretor-fundador da Gabriel Rossi Consultoria, com passagens por instituições como Syracuse/Aberje, Madia Marketing School, University of London e Bell School.

TINTAS MC ANUNCIA CINCO NOVAS FRANQUIAS

O lançamento das novas franquias faz parte do plano de expansão da Tintas MC, que tem a expectativa de atingir as 100 unidades em operação, quando deverá alcançar R\$ 170 milhões em faturamento. A ideia da rede é expandir em três diferentes formatos: aquisição de lojas, lançamentos próprios e abertura de unidades franqueadas. “São diversas opções de tintas imobiliárias e industriais, acessórios para tintura e repintura automotiva. As novas franquias ficarão responsáveis pela venda das principais marcas como Suvinil, Coral, Sherwin Williams, Tigre, Norton, Exin, entre outras”, explica Renato Sá, Diretor de Estratégia e Marketing da Tintas MC. Entusiasmado com os resultados, o executivo explica os motivos de tanta animação.

“2017 foi um divisor de águas para a Tintas MC, já que estamos empenhados na expansão da rede. Com a incorporação do Grupo Aquarela Tintas, com forte atuação no interior de São Paulo, Minas Gerais e Goiás, chegamos a 80 lojas próprias e 10 lojas franqueadas em operação no final de dezembro”. Renato lembra que há inúmeras vantagens em se tornar um franqueado MC. “Oferecemos gestão profissional com um modelo testado há mais de 50 anos, que consegue conectar o futuro empreendedor com as grandes marcas do mercado, facilitando as negociações e melhorando as margens, além de propiciar treinamentos para a equipe e colaborar para a eficiência da logística”, completa.

Fabricamos a maior variedade de kits e acessórios para banheiros



Prateleiras e cantoneiras de vidro



Espelhos e Armários de alumínio



São 8 linhas com design diferentes de kit's e acessórios avulsos em vidro, aço inox, alumínio ou resina de engenharia (abs)

Produtos com a **qualidade** que conquista os seus clientes.



LINHA Twister LINHA Max LINHA Certo LINHA CHROMA LINHA Inoox LINHA Steelo LINHA CLASS LINHA Suprema LINHA PRATIC LINHA Flux LINHA SUPORT

Armários, kits e acessórios para banheiros.

Instagram /steeldesignbr
www.steeldesign.com.br
vendas@steeldesign.com.br

+55 15 3033 7610

15 99723 8425

STEEL DESIGN
Seu banheiro com estilo

LEROY MERLIN INAUGURA MEGALOJA NA MARGINAL TIETÊ

A maior e mais moderna loja Leroy Merlin do Brasil foi inaugurada com números que impressionam o mercado. A unidade da Marginal Tietê, em São Paulo, passa a ter 20 mil m² (anteriormente eram 12 mil m²), cerca de 400 empregos diretos (o dobro do normal) e 100 mil itens à disposição dos Clientes. Novidade desta inauguração a Loja Zôdio, também abriu as portas no andar de cima da Leroy Merlin Tietê. A Zôdio propõe experimentações tanto para a casa quanto para quem quer apostar no empreendedorismo.

▶ **A loja Marginal Tietê que você conhece de um jeito que nunca viu.** Com planejamento traçado há alguns anos, a Leroy Merlin vem atualizando todas as suas unidades para proporcionar a melhor e mais fácil experiência de compras, seja nas lojas físicas, pelo e-commerce ou por meio da plataforma interativa, via smartphone. São novidades que proporcionam facilidades sensoriais nas compras. A nova loja tem o horário de funcionamento diferenciado do restante da rede: das 6h30 às 23h30 a partir do dia 6 de dezembro. Com isso, haverá maior comodidade para o Cliente em organizar sua agenda diária. Ele poderá ver e informar e comprar os itens de que necessita para casa com maior flexibilidade de horários – sem falar nos amplos corredores para a escolha do produto certo. O Cliente sai ganhando com as diversas

novidades. A variedade já constatada, de mais de 80 mil itens, se amplifica agora com 100 mil produtos à disposição.

▶ **Escolher, comprar e retirar na Loja.**

A Leroy Merlin deu outro passo em direção à maior facilidade e funcionalidade da compra. Trata-se do Clique e Retire, que estará em funcionamento na Loja da Marginal Tietê e nas demais unidades da rede. Através do site, o Cliente vê o estoque da Leroy Merlin, faz a escolha dos produtos de que necessita para a sua construção, reforma ou decoração e retira tudo na loja, de forma ágil e confortável.

▶ **O suporte do Mobile: compra na loja e em Casa.**

A compra, de um ou mais itens, pode começar na casa do Cliente por meio do site Leroy Merlin, um conceito inovador e que amplia o espaço de compras, no ambiente digital, que pode ser compartilhado posteriormente com o assessor de vendas na loja física. Depois de concluída as escolhas no site o Cliente vai até a Leroy Merlin, compartilha seu ambiente com o assessor de vendas que conclui com a visão técnica do projeto escolhido. Além disso, o tempo de espera para ser atendido será reduzido, pois o mesmo vendedor pode atender vários Clientes ao mesmo tempo, mesmo com a magnitude da nova Loja. Outra vantagem proporcionada pelo smartphone: o vendedor poderá atender seus Clientes também fora da loja, realizando a venda em domicílio (nos casos de produtos decorativos), ou mesmo na sua obra. Essa nova opção de realizar compras é inédito no país. A Leroy Merlin, vanguarda no varejo de materiais da construção, se aproxima cada vez mais do seu Cliente, que na verdade foi ouvido por vários canais interativos da rede de Home Centers para adotar esse procedimento.



USE OS PRODUTOS
IMPERMACX
A sua obra agradece
O SEU BOLSO TAMBÉM!



Quem entende de obra sabe: preço é importante, mas é a qualidade que evita prejuízos no futuro. Os produtos Impermacx têm Tecnologia Européia com controle de qualidade rigoroso. Garantindo segurança, durabilidade e acabamento. São três fábricas, dezenas de funcionários e mais de 80 produtos, entre argamassas, Grout's, impermeabilizantes, massas, rejuntas, tintas e outros: uma história sólida, pavimentada em 20 anos de mercado. Quer o melhor custo-benefício? Procure os produtos Impermacx em nossa fábrica e tenha em sua loja produtos de qualidade.



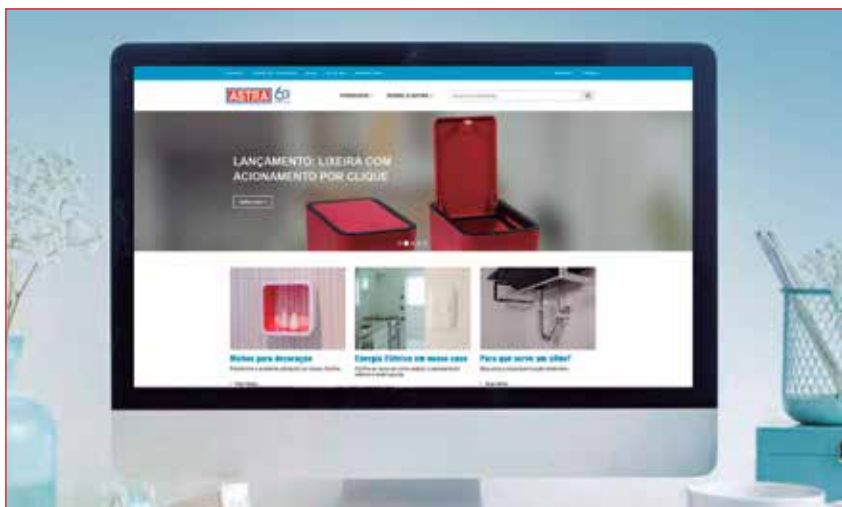
ARGAMASSA
MACXICOLA
Super Ligante

macxcola.com.br

81.3542.1462 71.3394.1368 71.3082.4350

STECK E AS PLATAFORMAS DIGITAIS

A Steck comemora 42 anos de história investindo fortemente em plataformas digitais. A marca que acaba de lançar o novo site (www.steck.com.br) com visual mais atrativo, dinâmico e responsivo, traz também novidades como um novo aplicativo, game e uma loja virtual de produtos de merchandising. Muito mais que um canal de serviços para os eletricitistas, o App Steck, chega para facilitar o trabalho dos profissionais. Nele é possível a utilização de uma Calculadora de Potência e também o acesso rápido e imediato ao catálogo completo de produtos da marca, disponível no formato pageflip, que garante melhor visualização do conteúdo. Além disso, no aplicativo é possível interagir com as mídias sociais e também traçar a rota até um distribuidor Steck mais próximo, através do serviço de GPS. Pensando em oferecer não só serviços, mas também entretenimento, somado ao App, a marca lança o game Steck Crush - um jogo muito divertido. Ambos já estão disponíveis na Play Store e, em breve, na Apple Store. Outra novidade é a Steck Store (www.steckstore.com.br), uma loja virtual feita para seguidores e parceiros da Steck, que oferece produtos de merchandising como maleta de ferramentas, camisetas, mochilas, entre outros acessórios para o dia a dia de trabalho.



SITE DO GRUPO ASTRA INTERATIVO

A Astra, que completa 61 anos de história em 2018, lançou, em janeiro, um site mais robusto (www.astra-sa.com.br), em que apresenta suas 14 famílias de produtos, que já contam com mais de 6.200 itens. Só para acomodar as informações sobre os produtos comercializados pela Astra, foram desenvolvidas 1.200 páginas. Todo o site foi planejado para gerar uma experiência mais dinâmica e intuitiva ao consumidor, que em poucos cliques conseguirá encontrar tudo o que precisa, e também ao lojista, que localizará os produtos à venda e ainda informações para sua melhor utilização. “Passamos mais de dois anos planejando e elaborando a nossa nova página, para que ela pudesse estar adequada ao que o nosso público consome de conteúdo na internet. Nossa intenção é apresentar as informações de forma objetiva, completa e de fácil entendimento”, destaca Joaquim Coelho, diretor Comercial da Astra. O internauta também terá acesso a muita informação enquanto navega pelo site da Astra, que contará com um blog abastecido com posts sobre construção, decoração e dicas de “faça você mesmo”. “Nosso cliente já pode esperar por muito conteúdo que o auxilie em suas demandas cotidianas de pequenas reformas, dicas para melhor utilização de produtos e também vídeos, que o ajudarão com a instalação de itens da Astra”, ressalta Joaquim Coelho. Além do blog, o novo site contará ainda com uma página de notícias sobre a marca e também deixará disponíveis seus catálogos e folhetos, para que consumidor e lojista possam fazer o download do material, caso haja interesse. Outro grande diferencial são os simuladores, itens que efetivamente vão dar o suporte que o consumidor precisa no seu dia a dia. Para o lançamento do site já estão disponíveis dois simuladores: um para cálculo da quantidade necessária de peças do sistema de calhas para o projeto informado pelo usuário, e outro para cálculo da economia de água e dinheiro gerada pela substituição do mecanismo simples pelo de duplo acionamento. A marca já planeja novos simuladores para o site.

APLICATIVO DA TINTAS CORAL

As Tintas Coral lançam a plataforma de serviços de pintura Páginas Coloridas, em que pintores e consumidores podem se conectar de forma prática e segura. Por meio da ferramenta, é possível que clientes busquem por pintores qualificados pela Academia Coral, de forma segmentada, como por exemplo, pela localização. O consumidor pode buscar o profissional pelo site (www.paginascoloridas.com.br) ou pelo aplicativo Páginas Coloridas. Em seguida, uma lista de pintores que atuam na região será exibida. A ferramenta também permite acesso ao perfil do profissional, com informações como tempo de experiência, especialidades, além de fotos dos trabalhos mais recentes. Para solicitar o orçamento, ele precisa efetuar um rápido cadastro gratuito, informando: nome completo, CPF, e-mail, telefone e endereço, e criar uma senha de acesso. Será então possível selecionar o tipo de pintura desejada - simples ou com efeito - e a necessidade de que os materiais sejam por conta do pintor, tais como tinta, pincel, rolo, lixa, escada e

andaime. O consumidor também pode informar o valor que pretende investir, escolher as formas de pagamento e como quer ser contatado (e-mail, WhatsApp, SMS e/ou ligação). Após a realização do serviço, ele poderá avaliar o trabalho do profissional, que será ranqueado de acordo com as notas obtidas e medalhas conquistadas durante treinamentos oferecidos pela Academia Coral - plataforma de treinamento online da Coral, onde pintores têm acesso a conteúdos gratuitos de capacitação. Os profissionais melhores ranqueados serão indicados na opção 'Orçamento em um clique', onde o consumidor também pode solicitar indicação de pintor - os três melhores avaliados na plataforma aparecem como sugestão. Daí para frente, o Páginas Coloridas coloca pintor e consumidor em contato. "O aplicativo Páginas Coloridas visa trazer a inovação necessária para oferecer capacitação e novas oportunidades de trabalho aos pintores, além de melhor atender o consumidor, colocando-o em contato com profissionais qualificados pela Academia Coral", disse Biagio Lanzillotti, gerente de serviços ao mercado da AkzoNobel. O app já está disponível em versão web, Android e, em breve, também na plataforma iOS.

QUALIDADE: NOSSO MAIOR ATRIBUTO.



21^o
MELHOR PRODUTO
DO ANO
CP IV-32 RS



Produtos desenvolvidos
para oferecer o melhor
desempenho e qualidade
para todo tipo de obra.



Teleendas: 0800 707 9119
www.cimentosliz.com.br

LIZ
CIMENTOS

viajando pelo **BRASIL**

Confira as datas e os locais das principais feiras do segmento

► EXPOREVESTIR

A Fashion Week da Arquitetura e Construção

De: 13 a 16 de março

Local: Transamérica Expo Center, São Paulo/SP

www.exporevestir.com.br

► FEICON BATIMAT

24º Salão Internacional da Construção e Arquitetura

De: 10 a 13 de abril

Local: São Paulo Expo Center - São Paulo/SP

www.feicon.com.br

► EXPOLUX

Feira Internacional da Iluminação

De: 24 e 27 de abril

Local: Expo Center Norte - Pavilhões Verde e Vermelho, São Paulo - SP

www.expolux.com.br

► GLASS SOUTH AMERICA

Construção, Tecnologia, Acessórios e Decoração

De: 09 a 12 de maio

Local: Transamérica Expo Center

www.glassexpo.com.br

► FABRICON

Feira Brasileira de Fabricantes da Construção Civil

De: 24 a 27 de maio

Local: Parque de Exposições Vila Germânica, Blumenau, SC

www.viaapiaeventos.com.br

► M&T EXPO

Máquinas Industriais, Máquinas para a Construção

De: 05 a 08 de junho

Local: São Paulo Expo Center - São Paulo/SP

www.mtexpo.com.br

► CONSTRUSUL

Feira Internacional da Construção

De: 01 a 04 de agosto

Local: Fiergs, Porto Alegre, RS

www.feiraconstrusul.com.br

► FEITINTAS

Feira da indústria de Tintas

De: 12 a 15 de setembro

Local: São Paulo Expo Center, SP

www.feitinhas.com.br

► FEICON BATIMAT INOVA

O complexo denominado ConstruBusiness, que representa 9,1% do PIB brasileiro, vem passando por transformações ao longo dos últimos dois anos, principalmente em relação aos materiais de acabamento e o segmento de varejo que têm anotado crescimento nos últimos meses. Com a perspectiva de elevação do PIB brasileiro para 2018, segundo especialistas, e a retomada de investimentos do setor público em obras de infraestrutura, a Feicon Batimat, vivencia um novo momento, ao reunir construção civil e arquitetura no principal evento da América Latina e levar tendência, conhecimento e relacionamento para seus milhares de visitantes qualificados. Para 2018 a organização da

Feicon Batimat traz uma série de inovações e soluções que visam ampliar as realizações de negócios e a troca de conhecimento ao longo dos quatro dias. “O evento proporciona uma visão completa do setor em um só lugar, reunindo exposição de produtos, demonstrações técnicas, conteúdo relevante e networking”, revela Gustavo Binardi, diretor da Feicon Batimat. Outra novidade destacada pelo executivo é que a partir de 2018 a Feicon Batimat acontecerá de terça a sexta-feira. “Estrategicamente, tanto para expositores como visitantes, os dias úteis são mais produtivos para os negócios e para ampliação do networking”, comenta Gustavo Binardi. Referência para seus milhares de visitantes, a Feicon Batimat é considerada a principal plataforma de negócios no setor e ferramenta para troca de conhecimento entre profissionais de toda cadeia produtiva. Planta setorizada - Com objetivo de levar a melhor experiência para expositores e visitantes, a Feicon Batimat continua com sua planta 100% setorizada. Ao todo serão quatro macros setores: Acabamento, Instalações, Estruturas, e Externo, abrigando expositores nacionais e internacionais com soluções e tendências para toda cadeia da construção civil e arquitetura. Em sua última edição, a Feicon Batimat reuniu 700 expositores nacionais e internacionais e atraiu mais de 90 mil visitantes qualificados nos 85 mil m² de exposição, gerando cerca de R\$ 46 milhões em negócios. Além de 29 horas de conteúdo no Congresso e 31 horas de palestras gratuitas na Arena do Conhecimento.

Presente nas escolhas mais importantes



Escolher a mobília do lugar onde você vai morar ou investir é sempre um grande desafio. É por isso que, quando o assunto é **qualidade, beleza e durabilidade**, a A. J. Rorato é referência nacional. Para quem vende, representa lucratividade. Para quem compra, são soluções ideais em cozinha, banheiro e lavanderia.



ajrorato.ind.br



A. J. RORATO

NOVA LINHA DE
TORNEIRAS E PURIFICADORES:
NOVIDADES DA HYDRA QUE
VÃO CONQUISTAR VOCÊ.



CONFIRA AS VANTAGENS DO PURIFICADOR HYDRAPLUS:



PURIFICAÇÃO
TRIPLA



REDUZ MAIS DE
75% DO CLORO,
MANTENDO O FLUOR
E SAIS MINERAIS



ACIONAMENTO
1/4 DE VOLTA

CORES



CONFIRA AS VANTAGENS DAS LINHAS DE TORNEIRAS HYDRAMAX E HYDRAPLUS



BICA
MÓVEL



MECANISMO
CERÂMICO
MAIS RESISTENTE



DURAVEL

CORES

www.hydra-corona.com.br



hydra