

Revenda

ED. 330 | MARÇO 2018 | ANO XXX

www.gruporevenda.com.br

ESPECIAL DE
ANIVERSÁRIO

30 ANOS



— QUEM USA —

AMANCO

RESOLVE TODO TIPO DE OBRA.



É mais fácil de instalar e não dá dor de cabeça.
Por isso, facilita qualquer obra. Seja ela pequena
ou um verdadeiro abacaxi. **Usou Amanco, tá fácil.**



www.amanco.com.br

[f /AmancoBR](#)

[t /amancobrasil](#)

[v /amancobr](#)

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

estudioduplaideiadesign.com.br

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

Revenda

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



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

A VELOCIDADE DE USAIN BOLT

O velocista jamaicano Usain Bolt, tricampeão olímpico dos 100m e 200m rasos, é considerado o homem mais rápido do mundo. Corre os 100 metros rasos em menos de 10 segundos (9”58 para ser mais exato). Podemos fazer muitas coisas em menos de 10 segundos, com certeza. Ligar a televisão, ler a manchete de um jornal, dar a partida no carro, chamar a atenção do filho que insiste em jogar vídeo game, beber um copo de suco natural e mastigar um pedaço de bolacha são algumas delas. Agora, também, podemos acessar, em menos de 5 segundos (mais rápido do que Usain Bolt...), o maior portal de conteúdo do segmento de material de construção do Brasil (vou ser modesto, por enquanto...), **www.gruporevenda.com.br**. Com apenas um clique, você, caro leitor, pode ter acesso ao conteúdo mais importante do nosso segmento. Notícias, blogs, números do mercado e muito mais. Eu considero esse fato tão importante quanto um recorde mundial. E é fácil explicar: há menos de 20 anos, quando os meios de comunicação (jornais, revistas, folhetins etc.) começaram a investir em mídia digital, muitos jornalistas e leitores começaram a torcer o nariz (não literalmente, é claro) para a possível velocidade da informação. Os pró-modernidade vaticinaram: a mídia impressa vai acabar com a chegada da internet e seus tentáculos. Se isso fosse levado a sério,

o presidente da Amazon, Jeffrey Bezos, agora o homem mais rico do mundo, não teria gasto 250 milhões de dólares para comprar o tradicional jornal The Washington Post, que é personagem do filme The Post, indicado ao Oscar de melhor filme, a maior premiação do cinema mundial. A Amazon é a maior empresa mundial de compras pela internet, e, recentemente, inaugurou uma loja onde o cliente compra tudo pelo smartphone. Ninguém rasga dinheiro, e Bezos não vai acabar com um jornal impresso pelo qual pagou muitos milhões. Atualmente, estamos vendo uma seleção natural do mercado editorial mundial. A internet conquista cada vez mais espaço entre os leitores dos grandes órgãos de comunicação, que estão se reinventando para continuar sobrevivendo. E grandes e poderosos portais estão surgindo. O Grupo Revenda é um exemplo. Claro que as nossas páginas seguirão fortes, cheias de conteúdo, chegando às revendas, e os nossos 30 anos de existência, comemorados esse ano, mostram isso. Mas, também, estamos investindo na mídia digital com um portal moderno, bonito, informativo. E que pode ser acessado em menos de 5 segundos. Tirem suas dúvidas e venham, também, para o mundo dos recordes.

Boa leitura
Roberto Ferreira

ERRATA

Na reportagem sobre caixas d'água (edição 329), o nome correto do executivo da Mexichem Brasil é Adriano Andrade e não Andradel, como foi publicado.

Na edição 326/Novembro 2017, pai. 26, o nome correto do diretor Comercial da Astra é Joaquim Coelho.

O ASSUNTO É FIXAÇÃO?

CONTE COM AS SOLUÇÕES DA ÂNCORA!

A Âncora é especialista em Sistemas de Fixação e tem como compromisso atender as mais diversas necessidades do mercado com qualidade, confiabilidade e segurança! Para isso dispomos de pessoas altamente qualificadas para oferecer-lhe: atendimento eficaz, logística ágil, rapidez na entrega e principalmente, suporte e acompanhamento técnico!

SISTEMA DE FIXAÇÃO A GÁS

A solução que garante versatilidade e eficiência com mais segurança e melhor rendimento. Conheça todas as opções do sistema!



BROCAS



FIXAÇÃO À PÓLVORA



TELAS DE AMARRAÇÃO E FACHADA



PARAFUSO PARA CONCRETO E NUTBOLT

VISITE-NOS NA FEICON 2018!

ESTANDE F140 E ESPAÇO E171

LIGUE: (19) 2136.4455

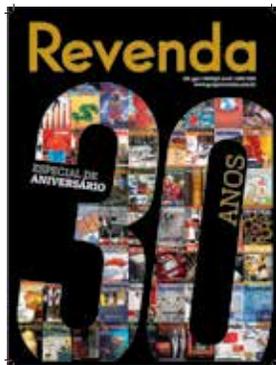
vendas.canais@ancora.com.br

www.ancora.com.br

ÂNCORA[®]
SISTEMAS DE FIXAÇÃO

Revenda

EDIÇÃO 330 | MARÇO 2018 | ANO XXX



10

▶ ESPECIAL 30 ANOS

A Revista **Revenda Construção** está comemorando 30 anos. Conheça a nossa história de sucesso

48

▶ CADEADO

A pulverização destes produtos é o que determina a força das vendas. Mas, a exposição é fundamental para um bom lucro

60

▶ PALAVRA DO LOJISTA

Conheça o perfil de dois modelos de negócios que trabalham com material hidráulico e veja como rentabilizar seu negócio

68

▶ MATERIAL ELÉTRICO

De A a Z tem produtos que se encaixam neste segmento. E muitos deles são comprados por impulso, daí a importância da diversidade

98

▶ ARGAMASSA

Uma venda que precisa muito do apoio do balconista para não ter problemas com os consumidores

106

▶ CARRINHO DE MÃO E BETONEIRA

Os carrinhos precisam de boa resistência e podem compor a decoração da loja. As betoneiras precisam de um espaço maior para exposição



106

LOJISTA VOTE
NA QUALIDADE.
VOTE FIXTIL.

imdbum.com.br



FIXTIL

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



QUANDO FALAMOS
QUE A ÁGUA
É IMPORTANTE
PARA O FUTURO,
FALAMOS SÉRIO.



**22 DE MARÇO,
DIA MUNDIAL DA ÁGUA.**



É DE AMPLA

Água é tudo. Por isso, a Fortlev trabalha e investe para produzir as melhores soluções para cuidados com a água, utilizando tecnologias que diminuem o uso de recursos e impedem o desperdício.

Preservar a água é a única forma de preservar nosso próprio futuro.

FORTLEV®

É MUITO MAIS CAIXA D'ÁGUA



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.

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.

www.gondola.com.br

0800 723 3456

 /gondola.face

atendimento@gondola.com.br



30 ANOS

ESPECIAL DE ANIVERSÁRIO



HISTÓRIA DA REVISTA REVENDA

Quem poderia imaginar que uma ideia tão simples, quase tão igual a uma infinidade de ideias que surgem em nosso mercado editorial, pudesse transformar-se em um projeto ao mesmo tempo inédito e feito para cumprir um papel bem definido. Alguém poderia dizer: mas o que não falta neste país são ideias. E eu, com um bom argumento, pude provar que ideias, quando se confundem com ideais, podem dar certo.

Talvez uma dose de ousadia tenha me ajudado a colocar em prática um dos meus muitos projetos: a revista **Revenda Construção**. Calcado em pesquisas de mercado, observações entre os muitos nichos da economia brasileira, identifiquei que havia uma certa carência existente no comércio de materiais de construção. Faltava informação, apoio e um elo de ligação entre os revendedores e a indústria.

A revista **Revenda Construção** mudou este perfil do mercado e trouxe, atrás de si, novos valores à categoria.

A editora Quinta Essência foi fundada em 1977.

Eu trabalhava nas *Páginas Amarelas* e não queria mais ter patrão. O Jair Saponari também saiu das *Páginas Amarelas* na mesma época, e nós dois íamos ser sócios na editora Guia Achei, só que ele recebeu uma boa proposta para trabalhar na Alcântara Machado para cuidar das Feiras, inclusive, a Feicon. Chamei minha cunhada, Ivete Nunes, grande administradora com passagens por importantes empresas, para ser minha sócia e cuidar da parte administrativa.

Na raça e na coragem, lancei o *Guia Onde São Paulo*. Um guia de ruas, classificados, turismo, e também o *Litoral Norte*. Depois fiz o guia *Achei Campinas, Ribeirão Preto e São José dos Campos* durante 4 anos. Com o tempo, achei que seria bom fazer uma revista mensal. Puro feeling.

Em 1988, baseado na revista da Editora Pini, que trazia preço de material de construção e algumas informações, imaginei uma revista para este mercado.

Como era difícil fazer em São Paulo, eu pensei em editá-la para o Vale do Paraíba. Tinha até o nome: *Construvale*.

E a ideia amadureceu e fui falar com um amigo meu que era diretor de publicidade da Eternit, o Milton Luis Soler Al-

ves. Ele gostou muito da ideia, só que falou que não poderia anunciar comigo porque atuava no Brasil e eu estava propondo uma revista regional.

Então, me deu a ideia de fazer uma revista que fizesse a interface entre a indústria e o revendedor. E até me mostrou um “house organ” que ele fazia, *O Revendedor*.

Se era para ser nacional, então vamos fazer. Só ele que disse que não adiantava fazer uma revista sem conhecer o mercado. E sugeriu que eu contratasse um instituto de pesquisa para conhecer o mercado. E até me indicou uma: a Toledo & Associados.

Eu contratei a Toledo, fiz uma ampla pesquisa e deu um resultado fantástico. Para pesquisar quem era o dono da revista, sua escolaridade, se era ele que trabalhava, se herdou do pai... enfim, um mapeamento completo das revendas. O perfil todo. Na época, me custou o equivalente a um Monza zero quilômetro para pagar a Toledo & Associados. Lembro bem porque este era o carro que eu desejava comprar...

O nome revista **Revenda Construção** nasceu naturalmente. Fizemos o número Zero e já decolou.

COMERCIANTES

Em busca de parcerias, fui procurar uma associação dos comerciantes, a Anamaco, cuja sede era na Bahia. Fui até lá conversar com o presidente e ele me disse que a Associação tinha nomeado um novo presidente, o Cláudio Conz, que ficava em São Paulo e indicou para eu falar com ele.

Chamei o Conz e mostrei meu projeto.

Ele gostou muito e fizemos uma parceria por um ano, deu tão certo que foi a primeira capa. O apoio da entidade era editorial, eu continuava cuidando do comercial.

Nesse ínterim, comecei a fazer a revista e o *Jornal da Anamacó*. Ainda pensando na força da associação, fiz uma parceria com a Aremasp, mas, depois de uns 3 anos, não continuei porque achavam que a revista era deles e não minha. Como sempre fui independente e percebendo que ia ficar dependente, resolvi pagar uma multa para sair e ter vida própria.

Sábria decisão. Eu tive muitos momentos de tensão, mas quem vende livros e enciclopédias por mais de vinte anos, não sofre mais pressão. Tudo é teu e tem que matar um leão por dia e isso me ensinou bastante e aprendi a lidar muito bem com tensão, emoção. Resolvo na hora e não deixei para mais tarde.

Eu fiz uma coisa no momento certo que a indústria precisava. Todos os empresários da época, tanto indústria quanto revendas, sabiam bem o papel que a revista representava e, hoje, esta nova turma da revenda ainda não sabe porque existiu a revista **Revenda Construção**. Não tem noção por que surgiram os prêmios. Apenas para ganhar dinheiro?

Claro que não. Queremos apenas fazer a interface entre a indústria e o revendedor.

Não houve momentos tristes, confesso. Só conheci momentos felizes, porque, quando surgia um problema, era mais um desafio para resolvermos, porque Deus não fecha uma porta sem abrir duas. Um dos momentos de grande alegria aconteceu quando fomos convidados pelo Ministério do Exterior da Espanha para conhecer as indústrias de cerâmica espanholas. Um trabalho que teve início com nossa circulação nos países do Mercosul. Em 1991, criamos o Melhor Produto do Ano.

Nós somos, totalmente, independentes. Até hoje. O segmento cresceu e ficou muito melhor com a chegada de internet, e-commerce, grandes redes de home centers, modernização das lojas, autoatendimento etc.

O Romano, quando inaugurou o primeiro hoje center, foi chamado de louco. Hoje, todos procuram o autoatendimento, até lojas familiares. Hoje me faz falta, como comprador, a assistência no ponto de venda. O vendedor, hoje, é um indicador e não um vendedor. Você entra em uma loja e fica perdido.

CLASSE A

A cultura da Classe A vem de anuários editados para a construção, como mostra o Código de Obras e Edificações de São Paulo. Estávamos fazendo isso há dez anos, quando pensamos em editar uma revista mensal.

Conversando informalmente em 1988 com Milton Luis Soler Alves, na época diretor e Marketing da Eternit, e que virou diretor-presidente da Staff de Propaganda e Marketing, falei da minha vontade de fazer uma revista para o segmento de materiais de construção. Ele então comentou sobre a falta de um veículo especializado que “falasse” diretamente com o revendedor. A partir daí, procuramos a Toledo & Associados, uma das principais firmas de pesquisa de mercado na época, para detectar



“Talvez uma boa dose de ousadia tenha me ajudado a colocar em prática um dos meus muitos projetos: a **Revenda Construção**”

as necessidades de informação, o perfil e o nível cultural dos revendedores material de construção de todo o Brasil.

Conseguimos um compêndio de 200 páginas, um verdadeiro demonstrativo de que o revendedor não tinha um produto que falasse a sua linguagem, que enfocasse o seu mercado, a sua forma de trabalhar. A pesquisa demorou quase 60 dias para ficar pronta. E depois de quatro meses de muito trabalho, surgiu o número zero. Esta primeira publicação já apresentava produção de qualidade, em papel couchê, impressa em quatro cores, diagramação moderna, de excelente nível gráfico.

A revista **Revenda Construção** foi crescendo em função da necessidade do mercado. Tratava-se de uma publicação inédita que cumpria o seu papel juntamente com o revendedor o setor. Com isso, a editora, paulatinamente, também ia crescendo. Até o momento em que o governo começou a intervir de maneira insana na política econômica, com planos ortodoxos. Não foi só a nossa revista que sofreu as consequências, mas a economia como um todo. Fomos surpreendidos com o Plano Collor, ou Brasil Novo, e com ele o bloqueio do dinheiro. Apesar disso, os anunciantes e as próprias revendas continuaram firmes, acreditando no nosso projeto de viabilização da revista **Revenda Construção** e nos apoiando. Nossa revista passou, é claro, por diversos planos, sempre se mantendo com a firme determi-

MISTURADORES ELÉTRICOS DE ARGAMASSA

Máxima produtividade e ergonomia no canteiro de obras!

Facilitam a mistura de argamassa, tinta, gesso, cola, entre outros materiais!

MAV 1600

Potência: 1600 W

Tensões: 127 V~ e 220 V~

Rotação: 180 rpm - 460 rpm

300 rpm - 750 rpm

Volume máximo da mistura por operação: 140 L

Dupla velocidade (acionamento mecânico)

Regulador de velocidade eletrônico

MAV 850

Potência: 850 W

Tensões: 127 V~ e 220 V~

Rotação: 0 rpm - 500 rpm

Volume máximo da mistura por operação: 80 L

Com gatilho eletrônico

Assista aos vídeos e siga a VONDER nas redes sociais!

facebook.com/vonderferramentas

youtube.com/vonderferramentas

instagram.com/vonderferramentas



Trabalhe com a linha completa de Ferramentas Elétricas VONDER!



É bom trabalhar com

vonder®

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

Sempre utilize equipamentos de proteção individual VONDER

www.vonder.com.br

IMAGEM ELÉTRICA E TODOS OS DIREITOS RESERVADOS. FAVINELLA & ASSOCIADOS PARCELA DO PÓDIO CASTEL MATRIZ E CONTIGUO.

nação de auxiliar os revendedores. Houve anos em que aconteceram atrasos na periodicidade. Períodos em que deveríamos publicar 12 edições, mas só foi possível rodar dez no ano. Mas continuamos acreditando em nosso projeto.

Então, do limão eu resolvi fazer uma limonada...

▷ CINCO

Nos primeiros cinco anos existiram pequenas mudanças na parte gráfica, no visual e na formação. A princípio, era uma revista mais formativa do que informativa. Formativa, à qual eu me refiro, são as seções fixas como Marketing, Recursos Humanos etc. Informativa, quando mostramos a indústria por dentro. Atualmente, a revista apresenta um equilíbrio entre ambas, sendo tão formativa quanto informativa.

Houve uma evolução marcante ao longo dos anos. A **Revenda Construção** está cada vez mais forte. Além da distribuição gratuita e assinaturas pagas que chegam a 20 mil exemplares todos os meses, reestruturamos o nosso mailing de distribuição, atingindo mais de 60 mil vendas de todo o Brasil, que recebem, alternadamente, a revista.

E o Mercosul entrou também na história da revista **Revenda**. Foi uma experiência nova para a nossa equipe, mas marcante. Com a criação do Mercosul, achamos por bem distribuir também a revista entre os principais revendedores de material de construção do Uruguai, Argentina e Paraguai. Começamos de vagar, mas o retorno foi tão grande que mantivemos por vários meses uma edição bilingue português/espanhol.

Depois fizemos um diversos ciclos de seminários em conjunto com a Associação dos Revendedores de Materiais de Acabamento e Construção de São Paulo-Aremasp e da Associação Nacional dos Comerciantes de Material de Construção-Anamaco. Foram vários encontros na área de materiais de construção com o objetivo era dar informações para as vendas de todo o Brasil.

▷ FATO DECISIVO

Com a aprovação do Código de Defesa do Consumidor, a responsabilidade do comerciante sofreu profundas alterações. Ele passou a ser co-responsável sobre quaisquer danos que uma má venda possa ocasionar ao consumidor. Atentos a estes pormenores, passamos a orientar o revendedor, através de nossas reportagens, sobre a necessidade de exigir produtos normatizados. Para tanto, era necessário que o comércio conhecesse estas normas. Então, mudamos um pouco o perfil editorial. Em cada reportagem, o enfoque “Qualidade” passou a ser muito presente. Cabe a nós, como meio de comunicação, incentivar o comerciante a respeitar tais normas, bem como conscientizá-los dos benefícios que este processo acarreta à sua empresa. Inúmeras reportagens foram editadas enfocando o uso correto das normas técnicas em todo e qualquer produto, o que fazemos até hoje. A nova linha editorial continua até hoje, mas

mudaremos quando percebermos que os revendedores estão em busca de novas informações e formações. Afinal, trabalhamos para eles.

▷ RANKING DE CONCEITO E IMAGEM

O Celso Skrabe, que me ajudou nas vendas e considerado muito importante nas ações, foi um dos responsáveis pela criação do Ranking de Conceito e Imagem. Ficamos muito respeitados no mercado. Mas, o que pouca gente sabe, é que o Ranking de Conceito e Imagem foi criado a partir de uma carta de um revendedor, ou melhor, uma revendedora, a Sidnéia Santos de Aguiar, da Veloso & Alves, de Montes Claros, MG.

Na carta enviada para a revista, ela dizia que a Deca estava vendendo produto casado. E eles eram obrigados a comprar produtos que tinham giro e outros que não tinham. A carta relatava o tratamento que ele recebia da Deca. O único veículo que ele poderia utilizar para desabafar era o nosso. Era uma carta simples, e a finalizou dizendo que estava só desabafando e que nós não iríamos publicar a carta porque a Deca era anunciante. Nós não só publicamos a carta, como solicitamos à Deca que nos enviasse a resposta, que também foi publicada. A carta foi assinada por Agostinho Cassiano, da Divisão de Assistência a Vendas da Deca. Essa postura gerou uma grande efervecência no mercado e outros revendedores passaram a utilizar as páginas da revista para denunciar políticas não amistosas da indústria. Pronto! Estava aberto o espaço para criar o Ranking de Conceito e Imagem, uma verdadeira tribuna para os revendedores apontar os fabricantes que melhor atendiam ao mercado.

Vimos que estávamos nos tornando porta-voz dos revendedores, um apoio para eles perante a indústria. Ao tomar esta decisão, mostrei a minha índole: não ter o rabo colado com ninguém. No momento, eu nem pensei se iria perder o cliente/anunciante ou não, apenas queria dar uma satisfação para o revendedor, pois a revista é do revendedor.

O fato acarretou um volume muito grande de cartas, tanto de elogios como de críticas em relação ao fabricante. Dessa forma, a nossa publicação passou a ser a tribuna do revendedor.

O começo do Ranking foi muito difícil. Enviávamos um questionário para o nosso mailing de lojistas com muitas perguntas para poder avaliar o conceito e imagem que tinham dos seus fornecedores. Mas, mesmo demorando até três horas para responder corretamente, os nossos leitores/eleitores respondiam.

▷ FORÇA DAS MULHERES

Sempre abrimos espaço para o trabalho das mulheres na construção civil. Na edição de junho de 1990 o título da material “Ousadia Feminina” mostrava a importância delas no desenvolvimento das vendas. As primeiras eram da família dos donos da revenda, mas já significava um avanço muito grande e a presença delas no ponto de venda só aumentou. Felizmente.

Linha completa
de argamassas
colantes e rejuntas
Bostik Fortaleza.



Em outras palavras, a certeza de que todo revestimento
vai encontrar aqui, a solução perfeita de acordo com o seu perfil.



#ConstruçãoInteligente
www.bostik.com.br
sac@bostik.com.br



DEPOIMENTOS DAS PRINCIPAIS ENTIDADES

ABRAFATI

A ABRAFATI - Associação Brasileira dos Fabricantes de Tintas parabeniza toda a equipe da Quinta Essência Editora pelos primeiros 30 anos ininterruptos de circulação da Revista **Revenda Construção**, período no qual acumula um respeitável acervo de realizações e conquistas. No momento em que foi criada, sendo pioneira na área, seu mérito foi perceber que havia a necessidade de um veículo que fosse um elo entre os fabricantes de materiais de construção e o varejo especializado, fazendo chegar aos profissionais das revendas informação abrangente, atualizada e confiável. E essa orientação se mantém até hoje, o que é muito positivo para esses profissionais e, por extensão, para o mercado como um todo. No que se refere, especificamente, ao setor de tintas e à ABRAFATI, sempre recebemos um tratamento muito especial da revista, que tem dado atenção aos programas e as iniciativas que conduzimos, da mesma forma que vem mostrando as mais importantes ações e inovações dos fabricantes de tintas, ampliando a visibilidade do nosso setor entre os seus milhares de leitores - que respondem por uma significativa parcela das vendas de tintas imobiliárias. Só temos a desejar longa vida à **Revenda Construção!**

ANTONIO CARLOS DE OLIVEIRA, presidente-Executivo da ABRAFATI - Associação Brasileira dos Fabricantes de Tintas



PARABÉNS, REVISTA REVENDA.
**CONECTANDO INFORMAÇÕES E
UNINDO PESSOAS EM TRÊS DÉCADAS
DE MUITA HISTÓRIA.**

maitorica

AUMENTE O SOMI SIGA NOSSAS PLAYLISTS NO SPOTIFY



VEDACIT

protege o seu mundo
há mais de 80 anos



SAIBA MAIS SOBRE
NOSSOS PRODUTOS:



www.vedacit.com.br

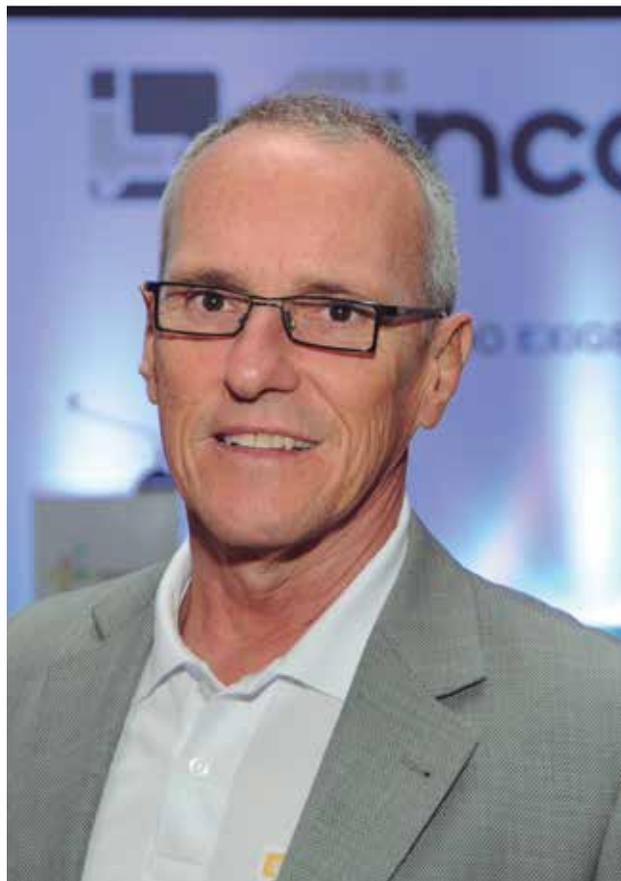
Revenda
30 anos

*Compartilhamos nossas ideias e acreditamos nas suas.
A Revista Revenda completa 30 anos e a Vedacit agradece por fazer
parte desse canal de informação que une pessoas e negócios.*

CONSTRUDECOR

“Parabéns a toda a equipe da **Revenda Construção** pelos 30 anos de trabalho relevante prestado à indústria e ao varejo de materiais de construção no país. As informações trazidas, mensalmente, pela revista são de extrema importância para o crescimento dos negócios no setor. Desejo que continuem com o mesmo sucesso pelas próximas décadas!”

EDUARDO DE VRIES, diretor - presidente da **Construdecor** (Dicico, Dicico Multi e Sodimac)



SINCOMAVI

Os 30 anos de existência da Revista **Revenda Construção** representam muito para toda a cadeia de negócios da construção. Durante este glorioso período, a publicação acompanhou e colaborou para o desenvolvimento econômico do setor e promoveu o ideal de um ambiente de negócios mais saudável para o país. Ao abrir espaço para a opinião de representantes dos mais diferentes níveis da indústria e do varejo, a Revista **Revenda** possibilitou que novas ideias, problemas comuns, que afetam, principalmente, os comerciantes, e soluções fossem divulgados e compartilhados. O Sincomavi tem muito orgulho de participar desta história e espera que esta publicação continue seu caminho de sucesso para o bem de toda a comunidade da construção.

REINALDO PEDRO CORREA, presidente do **Sindicato do Comércio Varejista de Material de Construção, Maquinismos, Ferragens, Tintas, Louças e Vidros da Grande São Paulo (Sincomavi)**

MULTÍMETROS, ALICATE AMPERÍMETRO E DETECTOR DE TENSÃO

**Máxima precisão e resistência,
com praticidade e segurança nas
instalações e reparos eletroeletrônicos!**

Sempre utilize equipamento
de proteção individual VONDER

www.vonder.com.br



Multímetro Digital MDV 6000
Indicado para ambiente industrial de categoria IV 600V
Medição de tensão AC e DC, corrente DC e AC (AC máx. 10 A), resistência, capacitância, continuidade, teste de diodo e detecção de tensão sem contato (NCV)
Atende às exigências da Norma IEC61010-1.



Multímetro Digital MDV 0600
Prático e de fácil portabilidade
Categoria II 600 V
Indicado para trabalhos em baixa tensão
Funções: voltímetro, amperímetro (corrente contínua até 10 A), ohmímetro e teste de continuidade
Atende às exigências da Norma IEC61010-1.

Detector de Tensão DTV 1000

Categoria III 600 V / II 1000 V
Detecta a tensão sem a necessidade de encostar o equipamento no contato ou no fio
Sinal luminoso e sonoro quando detecta a presença de energia
Atende às exigências da Norma IEC 61010-1.



Alicate Amperímetro Digital AAV 1000

Categoria III 600 V / II 1000 V
Medição de correntes AC, tensão, resistência, frequência, continuidade e diodo
Medição de corrente alternada até 1.000 A



Assista aos vídeos e siga a VONDER nas redes sociais!

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



**FEICON
BATIMAT**

**10 a 13
ABRIL
2018**

Visite o nosso stand
Rua Principal (F)

É bom trabalhar com

vonder®

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

IMAGENS ILUSTRATIVAS. TODOS OS DIREITOS RESERVADOS. PROIBIDA A REPRODUÇÃO PARCIAL OU TOTAL SEM O CONSENTIMENTO DA VONDER.

EMPRESAS QUE SÃO REFERÊNCIA NO MERCADO

“Desde que iniciamos nossa parceria com a **Revenda Construção** nossos resultados aumentaram. O profissionalismo, a ética e a seriedade nos trabalhos uniram nossa forma de pensar num único objetivo. Obrigada, **Revenda!**”

DAIANE PANAZZOLO, diretora da Acquabios



“Parabéns à Revista **Revenda Construção** por 30 anos de uma belíssima história e enorme importância para o mercado. Sempre tivemos ciência do comprometimento e da seriedade da revista com o mercado, sendo figura constantemente presente entre os maiores veículos de comunicação do nosso país. Obrigado pela parceria que fizemos até aqui e que ainda será muito maior no nosso próspero futuro.”

ALEXANDRE ASSIS, diretor da Aliança Metalúrgica

“Hoje, ser referência é um grande desafio para todos os meios de comunicação. Parabenizamos a Revista **Revenda Construção** e toda a equipe pelos 30 anos de relevantes publicações no segmento de construção civil.”

GIUSEPPE BELLEZZA, gerente Comercial Nacional da Alubar



Parabéns!

Revista Revenda pelos 30 anos.
Que venham muito mais centenas de edições,
milhares de dias e infinitos momentos.

Há 20 anos
os melhores momentos
perdem!

Revista Fin,
apresentadora
e filha Ilumi

ILUMI
MATERIAIS ELÉTRICOS

20 ANOS

**FEICON
BATIMAT**

REFERÊNCIA PARA QUEM PENSA
EM ARQUITETURA E CONSTRUÇÃO

VISITE-NOS

10 a 13 de Abril

São Paulo Expo - SP

STAND ILUMI H030



“Em três décadas muitas transformações aconteceram em nosso país, inclusive na forma de fazer jornalismo. Parabéns a toda equipe da **Revenda Construção** por superar os desafios ao longo destes 30 anos e continuar a trazer mensalmente as novidades do setor da construção a todos. Nós, da Mexichem Brasil, especialmente por meio da nossa marca Amanco, temos orgulho de fazer parte dessa trajetória de sucesso. Vida longa à revista e ao Grupo Revenda!”

ADRIANO ANDRADE, gerente de Desenvolvimento de Mercado da Mexichem Brasil Construção.



A ASSA ABLOY Brasil, em nome de suas marcas Papaiz, La Fonte, Silvana, Udinese, Vault, Yale e Metalika, parabeniza a **Revenda Construção** pelos seus 30 anos. É uma honra para nós participar deste momento histórico da publicação que nestas três décadas, só fez valorizar e enaltecer, por meio de um trabalho jornalístico sério e profissional, empresas que desempenham papel estratégico no mercado de construção. Parabéns a todos que integram a equipe da **Revenda Construção**.

REGINA MARINHO, gerente de Comunicação da ASSA ABLOY Brasil

“Com um mercado cada vez mais em evolução, com novos materiais, tecnologias e conceitos na construção civil, é de extrema importância que os distribuidores tenham o acesso a informações atualizadas e confiáveis sobre o setor. A revista **Revenda Construção** é um meio de comunicação que cumpre este papel com eficiência e rapidez.”

ROBERTO BERNARDI, diretor Comercial da Âncora Sistemas de Fixação.



“A Revista **Revenda Construção** merece a nossa homenagem pela contribuição que tem dado, nestes 30 anos, ao documentar e divulgar a evolução da indústria e do varejo de material de construção. Em um setor fundamental para o desenvolvimento da economia brasileira, a informação com qualidade e credibilidade é essencial. Parabéns à equipe responsável pela publicação, que conduz as ações e os desafios com competência.”

ROBERTO AIMI, diretor Executivo da Tramontina Eletrik

Ferramentas, máquinas e equipamentos de alta performance, potência e durabilidade para o trabalho profissional!



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



www.dwt.com.br

DWT

Excelência em Ferramentas Elétricas



“O material de construção é um dos setores que mais movimentam a economia. Levar a informação do mercado até aos lojistas, às indústrias e aos distribuidores é de suma importância e a **Revenda Construção** faz de forma excepcional, parabéns!”

JANDIRA W. TISSOT,
diretora da Bonasoldi
Distribuidora



“A Revista **Revenda Construção**, ao longo destes 30 anos, tem tido um papel relevante junto aos revendedores e aos lojistas do país, abordando conteúdos pertinentes ao setor de construção, apresentando novidades e tendências da indústria. Parabenizamos toda a equipe pelo excelente trabalho desenvolvido e pela conquista de manter a publicação atuante há três décadas num mercado editorial tão competitivo e dinâmico. Desejamos ainda mais sucesso à Revenda!”

MATHEUS CONTIERO,
diretor de vendas da
divisão de Ferramentas
Elétricas da Robert Bosch
Brasil.

“Só quem tem 80 anos de mercado, como a Brasilit, sabe da importância em construir uma bela história. Parabéns à Revista **Revenda Construção** pela trajetória de sucesso e por contribuir com a evolução do mercado da construção civil brasileira.”

CARLOS HENRIQUE MATTAR,
diretor Comercial e de
Marketing da Brasilit.



“A Bostik Fortaleza encontrou na Revista **Revenda Construção** a parceira ideal para projetar sua marca num segmento de vital importância para os negócios da empresa. A jovem empreendedora de 30 anos, ponte expressa entre indústria e comércio, está de parabéns.”

MARIA LUIZA CIORLIA, gerente de
Marketing da Bostik Fortaleza



BETONEIRAS

SEGURANÇA PARA
VOCÊ E SUA OBRA!

**VOLANTE
TERMOPLÁSTICO**

EVITA DESCARGA
ELÉTRICA NO OPERADOR



1



2



3



4



5

1 Rodas de alta resistência.

2 Volante em termoplástico.

3 Chave protetora de tensão - 24V
e motor 2 hp - 4 pólos.

4 Trava do tambor por pedal.

5 Tambor estampado sem soldas
e ajustes do tambor por
parafusos.

MOTOMIL[®]
www.gmeg.com.br



VAMOS PARTICIPAR!

**FEICON
BATIMAT**

VENHA NOS FAZER
UMA VISITA

ESTANDE
F-130



“Estar por dentro de tudo o que acontece no segmento, sempre antenado com mudanças, novidades e tendências do setor e da indústria é um desafio. Nós, do Center Mega, contamos como ferramenta de apoio para ficarmos por dentro do mercado à Revista **Revenda Construção** desde a primeira edição. Tentamos multiplicar seu conteúdo para toda a nossa equipe, pois acreditamos que informação e boa comunicação são primordiais para tomada de decisões, agilidade para resoluções de imprevistos do dia a dia e até mesmo antecipar possíveis problemas. Saber que esse ano a revista completa 30 anos só nos dá a certeza que optamos em absorver o conteúdo de um veículo de total confiança e respeito no mercado.”

ROBERTO RIVEIROS, diretor Comercial da Center Mega



“A CSM parabeniza a Revista **Revenda Construção** pelo excelente trabalho e pela qualidade de conteúdos abordados nestes 30 anos da publicação. Ressaltamos a importância deste veículo ao mercado da construção e agradecemos pela parceria com a CSM nessa história.”

RENATO RABOCH, diretor Presidente da CSM



“A Revista **Revenda Construção** faz parte da história da Condor. É uma parceria de longa data e extremamente proveitosa. Conseguimos atingir nosso público-alvo, é uma maneira importante de apresentar as novidades e gerar novas oportunidades.”

ERVINO BLODÖRN, diretor da unidade Condor Pincéis.

“Nenhuma empresa chega ao trigésimo ano por acaso. Considerando a atual volatilidade do consumo, de forma geral, o objetivo de consolidar uma marca e torná-la perene é, cada vez mais, desafiador. Para isso não há outro caminho senão o trabalho sério, com ética, respeito e comprometimento. São estes os motivos que promovem uma natural identificação entre a Cozimax e o grupo Revenda.”

ANDRÉIA LAUER, gerente Comercial da Cozimax



*Muito além de produtos
para a preservação de Madeira.*

MONTANA QUÍMICA S.A.

*Um ano de grandes
comemorações para a
Montana Química e
a Revista Revenda.*



Revenda
30 anos

montana[®]
Montana Química S.A.



SAC: 0800-167667
www.montana.com.br



“A DOCOL tem imensa satisfação em fazer parte dos 30 anos da revista **Revenda Construção**, considerada referência no segmento. Nós acompanhamos de perto o caminho trilhado por esta revista através dos profissionais deste meio de comunicação e, cada dia mais, percebemos como é importante ter uma publicação direcionada ao revendedor, com informações significativas e atualizadas da indústria. Parabéns time Revenda, desejamos que os conteúdos publicados continuem inspirando muitos leitores, assim como nos inspirou!”

Marcus Menezes, diretor de Marketing e Vendas DOCOL



“A longevidade da revista **Revenda Construção** demonstra não apenas o alto nível de credibilidade conquistado pelo veículo, mas também, a grande importância do canal revenda no segmento da construção civil no país. Parabéns a todos os envolvidos nesta importante conquista!”

FLAVIO MALUF, presidente da Eucatex



“A Revista **Revenda Construção** se destaca pelo excelente trabalho que desenvolve, sendo pioneira no segmento de construção civil e um importante canal com os revendedores. A revista produz matérias com conteúdo rico e de fácil entendimento para este setor. Com isso, conseguimos uma divulgação de qualidade, o que, para nós, da Deca, traz visibilidade e reconhecimento de marca. Parabéns **Revenda Construção** por seus 30 anos de sucesso.”

NELSON TEIXEIRA,
diretor Comercial da Deca

“A Revista **Revenda Construção** possui credibilidade no setor de construção civil. Nós da Enerbras acreditamos nela como boa forma de conversar com o nosso público. Parabéns a toda a equipe da Revista **Revenda Construção** por estes 30 anos de história!”

ENOCH DE ALMEIDA ALVES JUNIOR, diretor
Executivo Enerbras
Materiais Elétricos



UMA NOVA EXPERIÊNCIA
FORMAS · CORES · DESIGN
LANÇAMENTOS 2018



DUCHA FUTURA

VERSÕES:
MULTITEMPERATURAS
ELETRÔNICA



**CUBA OVAL
LOREN LIKE**



LORENFLEX

   
lorenzettioficial lorenzettisa App Store
Google Play
0800 015 02 11 www.lorenzetti.com.br

LORENZETTI
Mais do que você imagina



“A Fixtil parabeniza a revista **Revenda Construção** pelos seus 30 anos de sucesso, conquistando seu espaço como revista respeitada e especializada no segmento de construção civil, publicando sempre matérias de qualidade da mais alta relevância para o setor. Expressamos nosso sentimento de orgulho por fazer parte desta história como parceiros e amigos.”

LUIS CARLOS LOPEZ,
diretor da Fixtil



“Nós, da Gamma Ferramentas, temos muito a agradecer pela parceria existente com a Revista **Revenda Construção** desde a nossa chegada no Brasil, há 5 anos. Confiamos que este seria um dos meios mais importantes para que a Gamma fosse conhecida e reconhecida pelos seus clientes. Hoje, temos a certeza de que fizemos o que deveria ser feito. A Revista **Revenda Construção** foi, e é de fato, um dos alicerces de divulgação da nossa marca no mercado nacional. Parabéns a todos os envolvidos neste grande projeto, a garantia de um futuro de ainda mais sucesso está consolidado.”

ARNO GRAHL, diretor Geral da
Gamma Ferramentas



“A família Fortlev parabeniza a Revista **Revenda Construção** por seus 30 anos e, especialmente, pela credibilidade conquistada ao longo da sua trajetória. Vemos no veículo uma oportunidade preciosa de falar diretamente com os nossos clientes, buscando mantê-los atualizados e motivados para o desafio de vender e movimentar o mercado da construção civil. Além disso, as iniciativas da publicação de mapear o setor por meio de rankings e reportagens contribuem para nos direcionar e desafiar a continuarmos desenvolvendo as melhores soluções tecnológicas em reservatórios de água, tubos e conexões para o consumidor final. O nosso desejo é que a **Revenda** celebre muitos anos mais como parceira das indústrias e revendas, buscando todos juntos, o crescimento da economia nacional”.

WENZEL REGO, diretor Comercial
e de Marketing da Fortlev

Enerbras®

Materiais Elétricos

DESDE 1995

REFERÊNCIA NO SEGMENTO



Entre em contato e conheça toda nossa variedade de produtos:

www.enerbras.com.br | 0800 645 3052 (ramal 218)

(41) 2111-3000 (ramal 218) |  (41) 98416-2089



FAMÍLIA
FERRAMENTAS
E UTILIDADES



FAMÍLIA
DUCHAS



FAMÍLIA
MATERIAL
ELÉTRICO



FAMÍLIA
PROTEÇÃO
ELÉTRICA



“O Grupo GMEG entende que, para atingirmos nosso público, é necessário contar com instituições que atuam direta e indiretamente no varejo da construção, fazendo que nossos produtos e nossas marcas sejam lembrados pelo Lojista e pelo Consumidor. Tendo em vista este objetivo, divulgar nossa marca e nossos produtos na Revista **Revenda Construção**, contribui para que possamos atingir este público, em forma de conteúdo e informação, além de proporcionar a visibilidade aos nossos produtos, levando ao revendedor e ao consumidor a opção de uma marca que inovou dentro deste segmento, e a melhor maneira para que isso aconteça, é anunciar em um veículo de comunicação como a **Revenda Construção**.”

LUCIANO PEREIRA, gerente Comercial GMEG

A Revista **Revenda Construção** conquistou nestes 30 anos, uma credibilidade ímpar em levar as informações para nossos clientes revendedores do varejo, atacado e segmentos especializados. A parceria com o Grupo Perlex é de longa data e nos agrada a seriedade e comprometimento da revista **Revenda** em divulgar às pesquisas, notícias relevantes e promover os principais eventos de premiação do nosso mercado. Parabéns a equipe da Revista **Revenda Construção** que conquistou um “Know How” extraordinário nestes 30 anos e compartilha conosco sempre em suas edições.”

ANTÔNIO ROS, Grupo Perlex



“Parabenizamos a todos os envolvidos na criação e realização da Revista **Revenda Construção** pelos seus 30 anos de existência! Este feito só é possível porque a publicação se tornou imprescindível para seu público-alvo, os revendedores de material de construção, indústrias e profissionais que atuam neste pujante setor da economia brasileira. Desejamos ainda mais sucesso e que se mantenham pautados por conteúdos relevantes, alto profissionalismo e credibilidade”.

MATHEUS GIOLO ROMEIRO, gerente de Negócio da área de Construção do Grupo Amazonas

“O setor de material de construção cresceu, evoluiu e se tornou muito relevante para nossa economia durante este período, e, ao longo destes 30 anos a revista **Revenda Construção** foi o veículo de comunicação que desempenhou um dos papéis mais importantes nessa evolução, com informações mês a mês, quase em tempo real, a todos os agentes que compõem a cadeia produtiva do setor de construção no Brasil, trazendo informações que ajudaram a entender mais profundamente o setor, apontando os caminhos e orientando para qual norte deveríamos seguir. Agradeço e parabeno a todos que, valentemente, trouxeram esse veículo de comunicação até os dias atuais e desejo que a trajetória futura seja coroada de muito mais sucesso.

FRANCISCO ALDEIR, diretor Comercial do grupo Tupan



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

MAIS DE 80 OPÇÕES DE MODELOS, CORES E ACABAMENTOS

fabricadoc@ind.br

ASSENTO SANITÁRIO
FLEX UNIVERSAL

TAMPA E ARO
SOPRADOS

NOVO!



ASSENTO SANITÁRIO
ALMOFADADO UNIVERSAL



ASSENTO SANITÁRIO
ESPECIAL ALMOFADADO
FIT/VERSATO



ASSENTO SANITÁRIO
ESPECIAL ALMOFADADO THEMA



ASSENTO SANITÁRIO
ESPECIAL ALMOFADADO
SABATINI

Duda

Nossa vocação é conquistar você.

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

SAC 22 2522 9919

 /DudaDamewer

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



“Somos clientes da Revista **Revenda Construção** há anos. A Ilumi completa 20 anos em agosto, e crescemos bastante nos últimos anos, resultado de muito trabalho e ousadia. A revista nos ajudou a chegar nos milhares de PDVs, clientes dos nossos clientes. Obrigado e parabéns pelo trabalho sério e bonito.

PAULO SÉRGIO, diretor da Ilumi



“Sabemos que é um grande desafio constituir um veículo de comunicação que tenha sucesso e, por essa razão, em nome da Krona Tubos e Conexões queremos felicitar o Grupo Revenda e a sua Revista **Revenda Construção** pelos 30 anos de grandes realizações e conquistas. Acreditamos plenamente que sonhar, planejar e agir é o que faz a diferença para os que almejam grandes objetivos, levando informações importantes e com credibilidade para o setor de materiais de construção. Parabéns pelo excelente trabalho durante estes anos, e que possamos comemorar, ainda, inúmeras conquistas.”

VALDICIR KORTMANN, diretor Comercial e Marketing, Krona Tubos e Conexões

“A Lorenzetti parabeniza a revista **Revenda Construção** por 30 anos de história, compartilhando conhecimento e informações diretamente da indústria de materiais de construção para os revendedores de todo o Brasil. A Lorenzetti se orgulha por fazer parte dessa rica história e deseja muito sucesso à publicação.”

EDUARDO COLI, CEO da Lorenzetti.

“Durante 30 anos de existência, a Revista **Revenda Construção** construiu parcerias sólidas e positivas com seus anunciantes. Por isso, parabenizamos por este feito e pela confiança que proporciona aos seus clientes.”

SILVIO JOSÉ DE CARVALHO, diretor Comercial da Lamesa



**Somos Parceiros no
Sucesso de sua Empresa**

A linha mais completa do Brasil

Vendas: (11) 4661.2414

Pumalight

Modernidade e o melhor do design flat.



Integra ambientes de forma minimalista e ressalta a função elétrica.



Há 56 anos presente na sua casa!



www.grupoperlex.com.br





Parabéns à Revista **Revenda Construção**. Estes 30 anos são um marco significativo. Nas suas páginas ficaram registrados profissionais, marcas e muita dedicação. Estamos orgulhosos, porque nossas cores ajudaram a construir e a pintar esta história de sucesso.”

CARLOS THURLER, gerente Comercial da Lukscolor



“A Norton sente-se orgulhosa em ter sido parceira da revista **Revenda Construção** nos seus 30 anos de existência e a parabeniza pelo trabalho desenvolvido na valorização da indústria e do comércio de um dos mais importantes segmentos da economia do país: o da construção civil. Nestes anos fomos mais do que observadores da publicação. Fizemos parte, acompanhamos e vivemos o dia a dia do sucesso alcançado. A todos que integram a equipe da **Revenda Construção**, o nosso reconhecimento ao trabalho profissional executado e um FELIZ ANIVERSÁRIO.

PEDRO FRANCISCO APOLLINARI CURY, diretor de Vendas e Marketing América do Sul da Saint-Gobain Abrasivos



“Este é um ano de grandes comemorações! Celebramos simultaneamente os 30 anos de parceria com a Revista **Revenda Construção** e os 65 anos de aniversário da Montana. Esta é a consolidação de nossa prestação de serviço de qualidade para o mercado.”

ELAINE GUEDES, diretora comercial da Montana Química S.A.

“Para completar 30 anos é preciso muito trabalho e dedicação. Isso é o que fez a Revista **Revenda Construção**.

Sempre ao lado da revenda e dos lojistas de materiais de construção, a publicação mostrou a que veio, enaltecendo nossos desafios, obstáculos e também, nossas vitórias. Na Nicom, temos 29 anos de atuação e sabemos da importância do papel das publicações especializadas para cada setor. A Revista **Revenda Construção** é a nossa voz pois absorve nossas necessidades e, conseqüentemente, divulga as mudanças que fazem o setor crescer e evoluir.”

HIROSHI SHIMUTA, presidente Nicom Comércio de Materiais para Construção Ltda.



PORTA INTERNA - ALUMINÍUM

Tenha mais
Sasazaki na
sua loja



Porta Pivotante



Porta Social Pivotante
2,17m de altura

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



“Nós, da Ourolux, parabenizamos a equipe da **Revenda Construção** por seus 30 anos de existência. A publicação se firmou, ao longo destes 30 anos, como uma das principais revistas segmentadas do Brasil. A qualidade da diagramação e dos textos, a veracidade e a confiabilidade das matérias, despertam a nossa admiração. Consideramos a revista **Revenda Construção** um importante parceiro para divulgação de nossas atividades e produtos.”

ANTONIO CARLOS PAZETTO, diretor Comercial da Ourolux



“A Sasazaki cumprimenta a todos da Revista **Revenda Construção** pelos 30 anos de atuação no mercado. São profissionais com competência editorial que tornaram esta publicação uma referência para o varejo e indústrias do setor de material de construção, tendo sempre o propósito de levar informação consistente para o mercado, com responsabilidade e dedicação. Parabéns, sucesso sempre!!!”

FRANCISCO CARLOS VERZA, CEO (Chief Executive Officer) da Sasazaki



“Nossa parceria de sucesso com a revista **Revenda Construção** se consolida cada vez mais. Parabéns ao Grupo Revenda por acreditar na força da informação de qualidade e enfrentar o desafio de atingir mais de 60 mil leitores com suas edições mensais.”

SELMO RODRIGUES, diretor Comercial da PADO

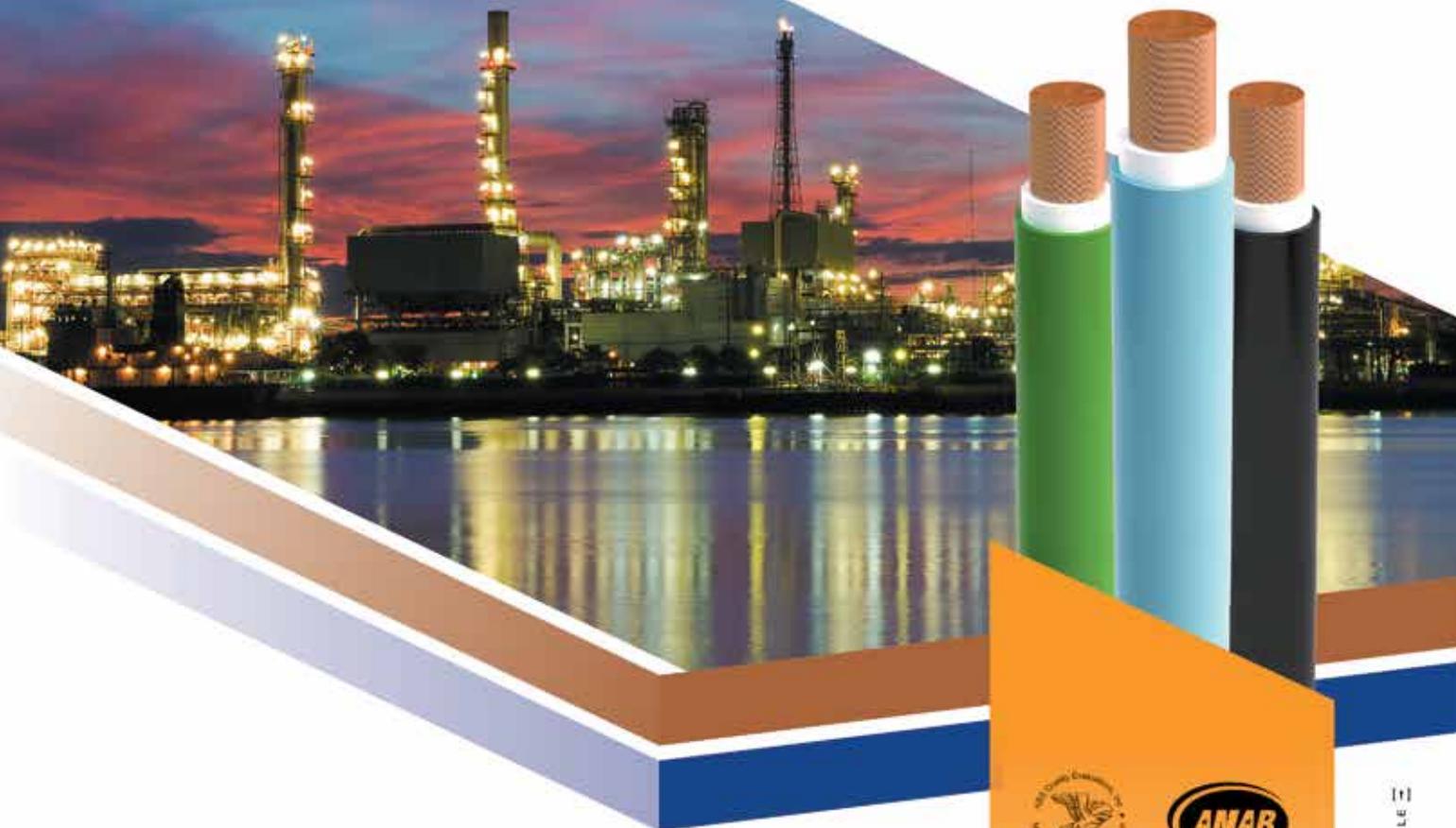


“A Família Stam parabeniza a **Revista Revenda Construção** pelos 30 anos de história, com um trabalho sério e imparcial, que fomenta e fortalece o mercado da construção civil. É, sem dúvidas, uma ferramenta indispensável para o nosso crescimento e liderança no mercado.”

MARCIO LUIZ TAVARES DA SILVA, gerente de Vendas/Marketing da Stam



A energia do Brasil até você.



Cabos Tecnax

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

Fabricados com a qualidade e tecnologia Alubar, os cabos Tecnax - 0,6/1kV são antichamas e muito flexíveis, facilitando a instalação. Sua propriedade de não propagar chama é um importante fator de segurança e confiabilidade para as instalações elétricas em indústrias, comércios, residências, circuitos terminais e para linhas subterrâneas de até 1kV. Os cabos Tecnax podem ser de 70°C PVC/PVC ou de 90°C HEPR/PVC.

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



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

Sistema de Gestão Ambiental ISO
14001:2004 Certificado nº 43259



“Muito nos alegra constatar a intensa participação da SIL Fios e Cabos Elétricos nestes 30 anos da Revista **Revenda Construção**. Quando a publicação dava seus primeiros passos, já éramos empresa estabelecida no segmento e, por isso, pudemos acompanhar muito de perto sua impecável atuação no mercado. São 30 anos proporcionando informação da melhor qualidade, com dedicação e responsabilidade. Parabéns a toda a equipe. Para a SIL é um orgulho ter acompanhado cada ano dessa história de sucesso. Longa e boa vida à **Revenda**.”

SILVIO BARONE JUNIOR, diretor presidente da SIL

“Parabéns à revista **Revenda Construção** que completa 30 anos..... É bom estar junto de uma empresa que é formadora de opiniões, que desenvolve um trabalho sério e dinâmico no nosso meio, mostrando quem é quem, bons produtos e boas matérias.”

GERSINHO BARTOLOMEU FILHO, diretor da Tambasa



A Astra, que está no mercado há mais de 60 anos, tem na Revista **Revenda Construção** uma parceira de destaque e de momentos marcantes. As premiações anuais, com eventos de ótima qualidade, são um marco importante, proporcionando relacionamento com os clientes. Isso sem falar do conteúdo editorial, que enobrece o setor, uma oportunidade de divulgação riquíssima de nossos produtos e ações institucionais. Parabéns à **Revenda** pelos seus 30 anos - e que juntos cheguemos aos 60, 90, 120 anos, com cada vez mais sucesso!

MANUEL FLORES, diretor Superintendente da Astra



“É com satisfação que saudamos os 30 anos da Revista **Revenda Construção**. Ao longo da sua história, por meio da publicação de reportagens e análises, a revista vem contribuindo para a consolidação de um setor forte, fundamental para a economia do país. São inegáveis as transformações que os fabricantes e os revendedores tiveram de

realizar em seus processos e produtos para crescer em um mercado cada vez mais globalizado e competitivo. Neste cenário, a Revista **Revenda Construção** exerceu e continua exercendo um papel importantíssimo de levar informações de qualidade, de forma clara e simples, a todos os players deste segmento. Por este motivo, cumprimento toda a equipe da revista pelo aniversário e desejo que o sucesso da publicação se repita nos próximos anos.”

OTTO VON SOTHERN, presidente do Grupo Tigre





SIL É A EXPRESSION DE CONFIANÇA EM MEU LAR.

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

Conduzindo a energia que move a sua vida.

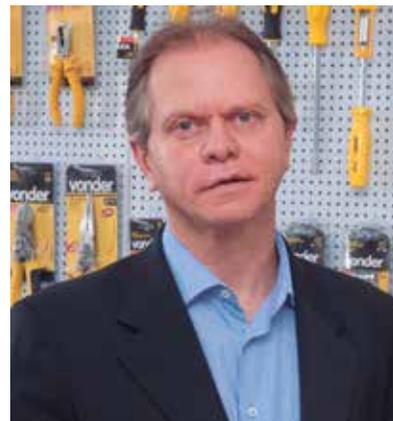
**FIOS E CABOS,
TÁ NA CARA QUE É SIL.**





“Mais do que conhecer o segmento de material de construção e traduzir tendências que otimizam negócios, a revista **Revenda Construção** é a interface necessária para aproximar indústria, mercado e varejo. Sem perder a visão empreendedora desde o seu início, a excelência ao longo dos últimos 30 anos garante, hoje, a liderança no segmento. Parabéns à **Revenda Construção** por levar informação e formação aos seus milhares de leitores e permanecer como referência no mercado editorial brasileiro.”

CLOVIS TRAMONTINA.



“O legado construído ao longo destes anos pela **Revenda Construção** tem grande relevância e, com certeza, ajudou muito na integração e na aproximação de fabricantes, distribuidores, revendedores e lojistas dos seus respectivos públicos, além de poder contar, com toda certeza, com um grande parceiro. A VONDER apoia iniciativas que buscam fortalecer e intensificar nosso segmento com informações de qualidade e a busca constante por conhecimento cada vez mais especializado para os revendedores dos nossos produtos. Por isso acreditamos que, ao longo destes 30 anos temos de agradecer, pois tivemos muitas notícias, coberturas, pesquisas e eventos que fizeram, e fazem, a diferença não só para nós, mas para muitas outras marcas e empresas e para todo o mercado. Parabéns a todos os profissionais da **Revenda Construção**, que deixam sua marca com muito talento e dedicação em cada edição para agregar valor e conteúdo à construção civil brasileira.”

VALTER LIMA SANTOS, diretor Comercial do Grupo OVD/VONDER



“É com alegria que parabenizamos a revista **Revenda Construção** pelos seus 30 anos! Em um mercado cada vez mais digital, é fundamental contarmos com um veículo impresso sério e comprometido com a indústria de material de construção. Para a Vedacit é sempre sinal de prestígio participar das reportagens da revista. Vida longa à publicação e parabéns a toda a equipe!”

ALEXANDRE BAUMGART, acionista do Grupo Baumgart e coordenador estratégico da Vedacit

“Cumprimento a revista **Revenda Construção** pelos 30 anos de sua fundação. Nestes anos, a revista tem sido uma importante fonte de informação e orientação para o varejo de material de construção. Os assuntos abordados são muito atuais e com excelente conteúdo. Parabéns a toda a equipe!”

MARCOS GABRIEL ATCHABAHIAN, Village Materiais de Acabamento



CADEADO SOPRANO É MAIS PROTEÇÃO E SEGURANÇA PARA VOCÊ!



PRODUZIDO
NO
BRASIL!



CADEADO DE LATÃO

Fabricado em latão maciço
Resistente a intempéries
Atende normas mundiais

10
TAMANHOS
S-15 ao S-70

CADEADO LATONADO

Corpo em zamac latonado
Gancho em aço cromado
Melhor custo-benefício

6
TAMANHOS
S-20 ao S-45



Todos os cadeados
estão disponíveis
em embalagem
individual e blistada.

CONHEÇA TAMBÉM



FECHADURA
POP LINE E26



FECHADURA
ÍCARO WAY E16
PERFIL METÁLICO



MOLA AÉREA
A530



FECHADURA
ELÉTRICA
COM BOTÃO



“Para a Weber, produtos quartzolit, falar com o lojista é essencial, e a Revista **Revenda Construção** faz isso muito bem. É uma linha direta onde podemos trazer lançamentos de produto, novidades da marca e informações de mercado. Queremos parabenizar estes 30 anos de excelente trabalho e dizer que essa parceria é muito importante para a Weber, produtos quartzolit.”

FABRICIO BUZETO,
diretor de Marketing
da Weber



“Chegar à marca dos 30 anos de atuação no mercado editorial comprova a relevância, a seriedade e a credibilidade da Revista **Revenda Construção**. Há três décadas oferecendo um conteúdo tão rico aos leitores, a revista se tornou referência não apenas para os revendedores de material de construção, mas para todos os players da cadeia de valor. Na Votorantim Cimentos, acreditamos em relações duradouras, por isso, comemoramos, com orgulho, este marco junto com todo o time da revista. É uma honra fazer parte desta história de sucesso! Em nome da Votorantim Cimentos, parabênizo os 30 anos e agradeço a parceria de longo prazo.

MAURÍCIO RUSSOMANO, diretor
de vendas, Marketing e Concreto
Brasil da Votorantim Cimentos



“Atingir a marca dos 30 anos é algo a ser comemorado! Assim como a Revista **Revenda Construção**, a Walsywa em seus 53 anos, é importante formadora de opinião e referência em seu ramo de negócios. Comemoramos com vocês este momento especial. Parabéns.”

ERIC FERRARO, diretor
Comercial da Walsywa

**DEPENDER DE UMA
ÚNICA MARCA DE TUBOS
E CONEXÕES:
ISSO SIM ERA ASSUSTADOR.**



**QUEM QUESTIONA
USA KRONA**

Já foi o tempo em que só existia uma marca de qualidade em tubos e conexões. Hoje você tem Krona. São seis linhas que oferecem soluções completas para garantir a qualidade na sua obra.

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

asuaobra.com.br      krona.com.br


KRONA
TUBOS E CONEXÕES



“O excelente trabalho realizado pelo Grupo Revenda impacta, diretamente, na visualização da marca e na oportunidade de negócios. Parabenizamos os 30 anos deste grupo e que sempre possibilite novos negócios.”

Jailson V. da Silva, gerente de Marketing da Leão Metais



“Nós iniciamos as veiculações de anúncios na **Revenda Construção** em 2006, por acreditarmos que, no meio impresso, nenhuma publicação se comunicaria tão assertivamente como ela. Entrar em contato de maneira clara e objetiva com os principais atacadistas do país e com os revendedores, é justamente o que nos mantém acreditando que estamos veiculando nossos produtos em uma das maiores referências em Construção Civil do país. Que venham mais 30 anos de **Revenda.**”

NETINHO, Radial Materiais elétricos.

A Cortag se sente honrada em fazer parte destes 30 anos da Revista **Revenda Construção**, um importante elo entre a indústria e o varejo da construção civil. Parabéns por esta conquista!

NEIVALDO ROSSETTO, diretor de Vendas Cortag



“Por três décadas, a revista Revenda Construção tem prestado um excelente serviço, ajudando a elevar o nível de conhecimento, profissionalismo e desempenho dos revendedores deste setor, tão vital para a economia brasileira. A Rinnai dá os parabéns!”

Leonardo Abreu, gerente de Marketing - Rinnai





Cortadores manuais Linha Master PLUS

Líder nacional

Cortadores de precisão para pisos cerâmicos e porcelanatos.



Cortadores elétricos Linha ZAPP

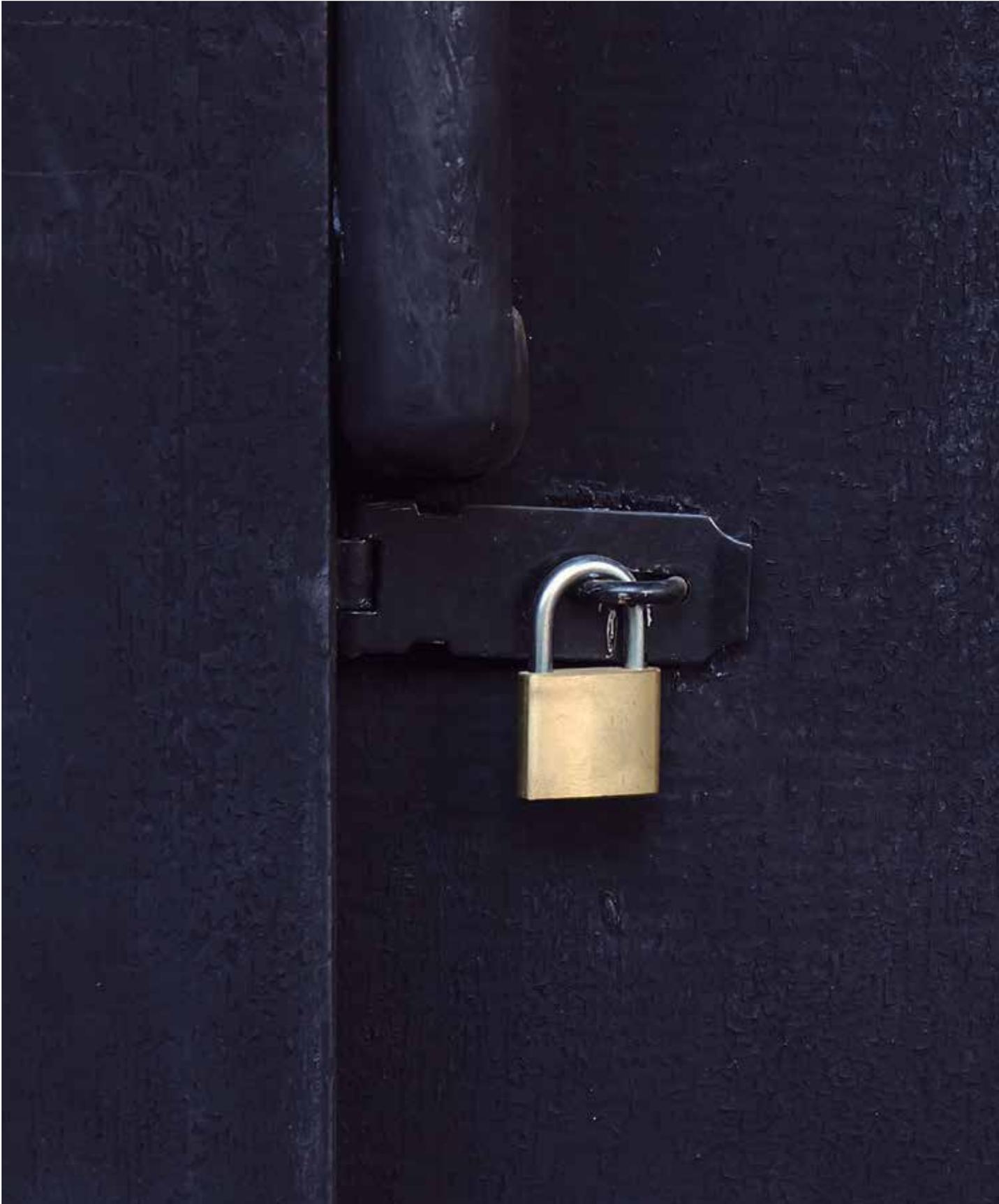


Cortadores elétricos Linha ZAPP G2

**FEICON
BATIMAT**
REFERÊNCIA PARA QUEM PENSA
EM CONSTRUÇÃO E ARQUITETURA

Visite-nos no stand F-160

CORTAG
REVOLUTION TOOLS



pequenos **NOTÁVEIS**

É um produto que não precisa de uma venda técnica, mas é muito importante que os diferentes modelos estejam bem visíveis nos pontos de venda. E as opções que os fabricantes oferecem aos lojistas são várias.



PRATELEIRA

1. Produtos Pado
2. Produtos Papaiz
3. Produtos Fixel

▷ PADO

Os produtos PADO estão no mercado brasileiro há mais de 80 anos. “Nossa linha Tradicional PADO de cadeados ganha destaque por atender ao mercado no item segurança oferecendo qualidade, resistência e durabilidade. Produzidos com o corpo de latão maciço e haste de aço, a linha Tradicional tem seis opções de tamanho (de 20mm a 60mm) com haste longa ou curta. Esta linha tem ainda o modelo de cadeado com chave tetra, levando mais proteção para diversas possibilidades de utilização”, explica Selmo Rodrigues, diretor Comercial da PADO.

Segundo Selmo, “a PADO é a marca líder no mercado nacional de cadeados de latão. Conquistar essa posição e manter o ranking é referência para os revendedores. A força da marca traduz o que o consumidor procura nesse setor: produtos que oferecem segurança, resistência e alta performance. A fabricação dos cadeados PADO segue, com rigor, a norma ABNT NBR 15271, que estabelece os padrões para produção e acionamento dos cadeados por chave. Nosso setor de Qualidade tem o certificado NBR ISO 9001 da certificadora alemã BRUV.”

E aproveita para comentar que os revendedores dos produtos PADO recebem vários tipos de expositores, seguindo o padrão da comunicação visual de cada linha. “Nossa equipe de marketing faz o acompanhamento, orientando sobre os melhores pontos de exposição e atendendo à demanda por materiais de divulgação dos produtos”, diz.

A empresa projeta que 2018 será um ano de retomada de investimentos e da produção industrial, mas ainda longe dos melhores índices que o país já teve. “Temos de levar

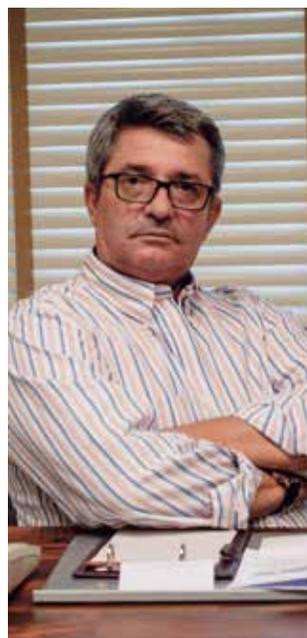
em conta que este é um ano eleitoral e as incertezas políticas interferem nos índices de confiança, mas a expectativa é que possamos alcançar melhores resultados”, encerra Selmo.

▷ FIXTIL

Do portfólio de produtos para segurança, a Fixel destaca algumas linhas.

- Acessórios para janelas: porta-cadeado para janela, com acabamento zincado, acompanha parafuso madeira, cabeça chata. Para completar a instalação deve ser colocado um cadeado para o fechamento da janela.
- Acessórios para portas, batentes e portões: ferrolho porta-cadeado, acompanha parafuso madeira, cabeça chata, com acabamento zincado, disponíveis nas medidas 2 e 41 polegadas.
- Acessórios para malas de viagem: porta-cadeado para mala, com acabamento zincado, acompanha parafuso. A função desse produto é servir de suporte para encaixar o cadeado e trancar a mala.

Além disso, outros produtos para segurança de janela e portões, sem uso de cadeado, são as travas para portão fecho para janela e fecho pega-ladrão. As tranquetas e os fechos para esquadrias de madeira são, também, produtos muito comuns para fechamento de esquadrias de madeira. Com acabamento niquelado e em tamanho padrão e podem ser usadas em janelas de abrir. O Ferrolho chato acompanha parafuso madeira chata, 2,5mm x 12mm, com acabamento zincado, nas medidas de 2 1/2 e 4 polegadas.



“A PADO é a marca líder no mercado nacional de cadeados de latão. Conquistar essa posição e manter o ranking é referência para os revendedores. A força da marca traduz o que o consumidor procura nesse setor: produtos que oferecem segurança, resistência e alta performance.”

SELMO RODRIGUES,
diretor Comercial da Pado

O CADEADO MAIS DESEJADO DO BRASIL!

A STAM investe pesado
para fabricar a linha de cadeados
que é sucesso absoluto no mercado.
Tão boa, que além de ser a mais desejada,
é também a mais copiada.



Na hora de escolher a linha de cadeados
para sua loja, escolha a original.
Escolha Stam e venda muito mais!

stam

PAPAIZ

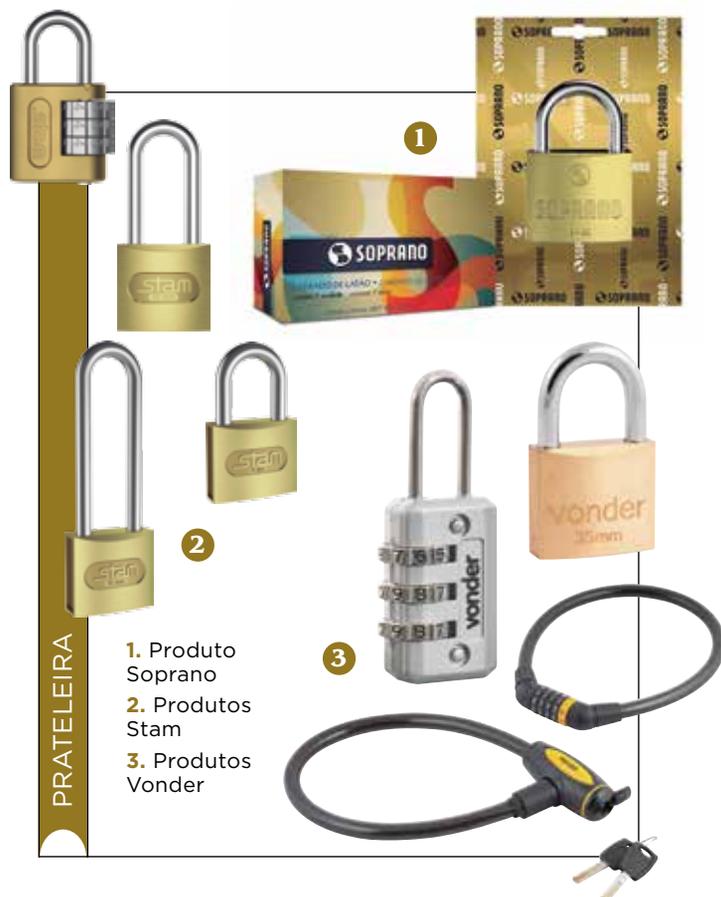
“Dentre os muitos produtos que são destaques na linha de cadeados da Papaiz, o cadeado de Latão se diferencia por 100% produzido de latão maciço, contar com haste de aço cementada e cromada e vir acompanhado de duas chaves de latão niqueladas”, informa Claudio Papaiz, diretor da unidade de negócio Papaiz ASSA ABLOY. Ele resalta que o Cadeado de Latão Papaiz tem Dupla Trava - Haste Cementada, o maior cilindro da categoria e do mercado e garantia de 10 anos.

Ele explica que o portfólio de cadeados Papaiz dispõe de 12 linhas e mais de 40 modelos, que vão das versões mais clássicas aos modelos mais exclusivos, como, por exemplo, os cadeados da linha Active, Black line, Acqua Line, Node, Whiteboard, Segredo, TSA, Segredo Fashion e ColorLine. “Em todos os seus cadeados, a Papaiz privilegia a segurança aliada ao design. Estilo e beleza estão no DNA da Papaiz, que há mais de 65 anos é referência em cadeados e, também, em fechaduras. Fomos os pioneiros em inserir no mercado brasileiro cadeados com novos conceitos de estilo e design, que passaram a ser objeto de desejo para os consumidores”, conta Claudio Papaiz. Para exposição dos produtos nas revendas, o executivo recomenda que sejam acomodados de forma organizada para extrair o melhor resultado. “A exposição deve começar pela linha clássica de cadeados, dos tamanhos menores para os tamanhos maiores (20mm a 70mm), seguindo para linha Haste Longa e Tetra Chave”, indica. “Orientamos e incentivamos as revendas a buscarem, sempre, espaços privilegiados na loja como balcão, check-stands e caixa rápido. É importante que aproveitem a variedade das linhas de cadeados diferenciados que



“Dentre os muitos produtos que são destaques na linha de cadeados da Papaiz, o cadeado de Latão se diferencia por 100% produzido de latão maciço, contar com haste de aço cementada e cromada e vir acompanhado de duas chaves de latão niqueladas”

CLAUDIO PAPAIZ, diretor da unidade de negócio Papaiz ASSA ABLOY.



1. Produto Soprano
2. Produtos Stam
3. Produtos Vonder

Papaiz oferece. Por ser temáticos, o ideal é que os lançamentos estejam sempre à frente, o que aumenta as chances das vendas por impulso. Uma boa exposição pede, no mínimo, 2m² de área de vendas para categoria de cadeados.”

Para 2018, o objetivo da Papaiz é crescer dois dígitos.

SOPRANO

O destaque da Soprano é o mix de cadeados de latão, que estão disponíveis em 11 tamanhos diferentes, lançados em dezembro/2017, além do cadeado latonado, produzido 100% no Brasil e disponível em 6 tamanhos, variando de 20mm a 45mm, lançado em novembro/2017.

“Os versáteis cadeados de latão maciço abrangem distintas necessidades dos consumidores. Estão disponíveis em 11 tamanhos diferentes, variando do pequeno modelo S-15, bastante requisitado por lojistas e consumidores por ser ideal para malas de viagem, até o robusto S-70, próprio para portões, incluindo a versão S-45, com haste longa para alcançar grandes distâncias na aplicação”, conta Cristine Duso, coordenadora de Marketing da Soprano Fechaduras e Ferragens.

Outro destaque do mix da Soprano é o cadeado latonado. “Com o melhor custo-benefício entre as opções disponíveis, é fabricado de zamac com acabamento latonado, possui gancho de aço cromado e uma chave metálica Per-

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

fil Yale (PY), com um design inovador. Produzido 100% no Brasil, o cadeado latonado está disponível em seis tamanhos, variando de 20mm a 45mm”, detalha Duso.

A coordenadora explica que os modelos de latão maciço e latonados podem ser adquiridos na tradicional caixa-nha ou em embalagem blistada, que apresenta qualidade superior. “Isso se dá por meio de materiais aplicados no sistema de selagem, o que garante maior integridade e proteção ao produto”, explica.

Cristine revela que, mesmo com ambos modelos lançados no final de 2017, as vendas dos cadeados já superaram as expectativas. “O volume de solicitações que está chegando para a Soprano é bastante intenso e, junto a isso, estamos comemorando a entrada de novos clientes por meio do mix cadeados de latão e cadeados latonados”, conclui.

STAM

A Stam destaca a Linha de Cadeados de Zamac Latonado E-Coat. Entre os diferenciais destacados pela empresa estão a alta qualidade e ampla diversidade de tamanhos. “A nova versão traz o Revestimento E-Coat, que garante dureza à superfície e maior resistência à corrosão, além de ser ecologicamente correto e conferir uma tonalidade mais bonita”, explica Marcio Luiz Tavares da Silva, gerente Comercial da Stam.



“A nova versão traz o Revestimento E-Coat, que garante dureza à superfície e maior resistência à corrosão, além de ser ecologicamente correto e conferir uma tonalidade mais bonita”

MARCIO LUIZ TAVARES DA SILVA, gerente Comercial da Stam.

Como são produtos de muito giro, Marcio da Silva sugere aos revendedores separar os produtos por categoria, deixando-os acessíveis, para que possam ser manuseados, experimentados.

A fim de garantir o alto giro, os produtos precisam estar ‘aos olhos’ do consumidor além de bem representados na comunicação visual.”

Quanto ao aquecimento do mercado, este ano, Marcio está otimista. “A nossa expectativa é de que a melhora do mercado se consolide”, finaliza.

VONDER

Para o diretor Comercial do Grupo OVD/VONDER, Valter Lima Santos, quando se fala em segurança, o cadeado é um item fundamental, com perfil de consumo muito amplo. “Cada vez mais o consumidor atenta para questões de praticidade, facilidade de manuseio e durabilidade do produto na hora da compra. Por essas características, é sempre muito importante investir em novas tecnologias, design e praticidade no uso ao desenvolver um modelo de cadeado, atendendo às expectativas do consumidor para um item tão útil e, também, com grande giro no ponto de venda”, declara.

O executivo informa que, seguindo esse conceito, a VONDER investe, constantemente, em fatores para certificar a qualidade e a composição da matéria-prima, a durabilidade e a resistência de suas linhas, realizando constantes testes específicos que atestam atributos técnicos imprescindíveis em termos de segurança e qualidade. “Os ensaios são realizados em laboratório próprio, envolvendo desde o desenvolvimento de produtos até a inspeção por amostragem dos lotes produzidos. Para os cadeados, por exemplo, os testes englobam desde a análise da estrutura e a composição química da matéria-pri-

“Para 2018, vamos dar destaque ao cadeado de latão com chave tetra.

A linha de cadeado tetra da Gold é a mais completa do mercado, começando com a medida de 40mm, o menor da categoria, até a medida de 70mm, uma exclusividade Gold! Outro destaque são os cadeados de latão com chave multiponto (outra modalidade de chave existente no mercado)”

JANAINA SAMPAIO, gerente Nacional de Vendas, divisão Ferragens do Grupo Gold.





linha invert

QUADRATA

**NOSSA LINHA
DE SUCESSO
CRESCER!**

Disponível também nas versões
roseta e chave tetra


ALIANÇA
Desde 1927

www.aliancametalurgica.com.br

   /alianca1927

ma e aferições de resistência do produto e verificação das especificações técnicas, além da ação do tempo, fundamental para se garantir maior vida útil e durabilidade, pois, muitas vezes, fica exposto à ação do tempo. Esse cuidado e crivo técnico no desenvolvimento do produto fazem da linha de Cadeados Vonder uma das mais reconhecidas e premiadas do mercado”, comemora.

Os modelos variam de acordo com a conveniência para o público, desde o tradicional com corpo de latão e haste de aço temperado, com largura que varia de 20mm a 50mm, de acordo com cada necessidade específica de uso. Há, ainda, os modelos com segredo, com corpo em zamac e haste de aço cromado, que permitem a combinação de segredo com 3 algarismos, bastante utilizado para viagens ou armários de escolas ou academia, pois dispensam a necessidade de chaves para abertura ou fechamento. “Outros modelos com bastante saída, pelo perfil de uso de muitos consumidores, são os cadeados para bicicleta e os cadeados para moto, que acompanham tendências de deslocamento de boa parte da população, ou, mesmo, opção para lazer. E estão disponíveis em modelos com chave ou com segredo”, conta Santos.

Para o diretor, a exposição dos produtos sempre auxilia o revendedor na organização do ponto de venda, ativação e promoção do produto, além de trazer ao consumidor atrativos na hora da escolha por um produto. “O expositor de cadeados Vonder auxilia nesses quesitos, personalizando a exposição e facilitando a acomodação em balcões, o que deixa a organização, visibilidade e aproximação dos produtos bem melhores”, explica.

Santos afirma que a expectativa para 2018 é muito positiva. “Por isso, incrementamos nossa linha permanentemente, de acordo com as principais tendências e as aspirações dos segmentos, que atuamos. Especificamente, para a linha de cadeados, a expectativa de boas vendas, este ano, aumenta, sustentada pela necessidade constante das pessoas em buscar artifícios que assegurem mais segurança em seu dia a dia.”

GRUPO GOLD

“Nosso maior destaque é a fechadura Cristina (interna, externa e banheiro) na linha de 40mm, ela é a fechadura mais completa do Mercado, sendo a melhor opção de reposição, suas vendas superaram as expectativas da Gold tendo uma excelente aceitação tanto pelos nossos clientes como principalmente pelo consumidor final que hoje vê na fechadura Cristina uma ótima opção, outro destaque são nossos cadeados de latão com chave tetra, sendo a mais completa linha do Mercado com tamanhos de cadeado do 40mm a 70mm”, explica Janaína Sampaio, gerente Nacional de Vendas.

A executiva destaca a qualidade dos cadeados de latão, associada a um preço muito competitivo e atraente ao consumidor, para o sucesso dos produtos. “Hoje, estamos com mais de 25 mil chaveiros espalhados por todo o território nacional, onde nossos consumidores podem adquirir nossos produtos, além dos pontos de vendas como lojas de matérias de construção, home centers e lojas do ramo”, diz.

Recomenda que a melhor forma de exposição dos produtos Gold é por meio dos expositores de cadeados e fechaduras que são utilizados nos balcões, assim permitindo uma melhor visualização e manuseio de nossos produtos em nossos clientes do varejo.

“A expectativa para 2018 é muito positiva, pois nossos cadeados já estão consolidados no mercado, atendendo mais de 30% do varejo nacional; as parcerias estão cada vez mais fortes, demonstrando a confiança do mercado nos produtos Gold. A Gold passou por uma reformulação fabril, permitindo o aumento na capacidade de produção e, por fim, temos hoje uma equipe de representantes formada pelos melhores profissionais do mercado, permitindo assim cada vez mais a entrada de nossos produtos no Mercado varejista”, finaliza.

3F

O destaque da 3F é o cadeado para mala, que além de trazer maior resistência e durabilidade, graças ao corpo do cadeado de zamac e haste de aço, é de fácil manuseio, com novo mecanismo de troca de segredo.

A expectativa da empresa é que a economia volte a crescer, assim como o consumo. A 3F afirma estar atenta às mudanças que vêm ocorrendo no mercado e disposta a investir. Para 2018, a companhia projeta crescimento mínimo de 15% nas vendas.



PADO

Mais que produtos, tranquilidade!

Parabéns Revista Revenda

30 anos unindo indústrias e comércio para o desenvolvimento da construção civil. Temos orgulho de fazer parte desta trajetória.



www.pado.com.br

MUITO OBRIGADA

Aos anunciantes e aos parceiros MUITO OBRIGADA por permanecerem nesta jornada na busca pela Excelência. A Revista **Revenda Construção** se tornou referência no mercado editorial do segmento da construção civil, e isso só foi possível porque vocês acreditam na força deste veículo de comunicação. Que venham outros 30 anos!

ACQUABIOS®
Filtros e purificadores

ALIANÇA
Desde 1927

ALUBAR

AMANCO

ANCORA®
SISTEMAS DE FIXAÇÃO

ASTRA 60 ANOS

Bonasoldi
Distribuidora e Atacadista

FORTALEZA
Uma marca do Grupo Bostik

BRASILIT
SAINT-GOBAIN

Condor

CORTAG
REVOLUTION TOOLS

cozimax
Combina com sua casa.

CSM®
MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS PARA CONSTRUÇÃO

Einhell

Enerbras®
Materiais Elétricos

FIXTIL

FORTLEV.
É MUITO MAIS CAIXA D'ÁGUA

GAMMA
FERRAMENTAS



Por Alessandra Cacioli (texto) e Fábio Andrade (fotos)





especial MATERIAL HIDRÁULICO

Uma loja tradicional de bairro, onde o dono conhece todos os vizinhos e, constantemente, faz pesquisa para saber a quantas anda a recessão conversando e frequentando restaurantes do entorno, e um novo modelo de negócio, inaugurado recentemente no bairro da Mooca, e que está apostando no atacarejo são referências no segmento de hidráulica. Conheça o perfil dos seus administradores e como rentabilizar seu negócio.

OBRAMAX

Vendendo soluções



Patrícia
Medeiros e
Heleno Scheibe
Leão

Recém-inaugurada no bairro da Mooca, em São Paulo, a Obramax incorpora o conceito de atacarejo de materiais de construção, um híbrido de atacado e varejo com preços diferenciados pelo volume de compra. Outro diferencial é o portfólio especializado. “Antes, para os produtos mais técnicos, o profissional precisava se deslocar entre revendas. Aqui, temos tudo que ele precisa no mesmo lugar, e estamos preparados para atender à demanda”, explica o diretor da loja, Heleno Scheibe Leão.

Apesar de ser aberta ao varejo (que pode comprar sem pré-cadastro), o público-alvo do empreendimento está principalmente no atendimento dos profissionais do segmento da construção civil – compradores de grandes volumes (pequenas e médias construtoras), profissionais autônomos (engenheiros, arquitetos, mestres de obra, empreiteiros, pedreiros, marceneiros, serralheiros), empresas de instalação e manutenção, síndicos e zeladores de condomínio, e gestores de lojas de bairro. Nesse sentido, para a gerente de produtos hidráulicos Patrícia Medeiros, as linhas técnicas constituem o ponto central da estratégia. “Nós temos na hidráulica muitos materiais técnicos. Oferecemos, por exemplo, sistemas completos para gás, para incêndio..., linhas que, hoje, o atacado convencional não tem. Esse é um diferencial importante. Nós trazemos a experiência do especialista para o atacado.”

Ela conta que uma tática importante de vendas é atender ao projeto de cada profissional de maneira completa. “É claro que existe uma preferência por determinadas marcas, mas quando a venda é técnica, a solução integral é muito importante. O projeto está à frente de tudo e, por isso que eu digo que é fundamental ter os sistemas completos. Temos mais de 3,8 mil itens de hidráulica aqui na Obramax”, revela.

Para facilitar o autosserviço e a identificação dos produtos, o espaço de 5.500m² da loja interna é dividido por um grande corredor central. Ao entrar, o consumidor, rapidamente, identifica todas as categorias disponíveis – ferramentas, marcenaria, revestimentos, elétrica, hidráulica... “Esse modelo é um importante facilitador para o cliente, que saberá exatamente para onde ir”, afirma Heleno. “Depois, em cada corredor, todos os itens estão identificados com as informações mais relevantes para o comprador, como preço, descrição, especificações técnicas e de tamanho, o que chamamos de ‘identificação rápida’. O cross sell é feito em pequenos carrinhos móveis, dispostos próximos aos produtos principais. Tudo é pensado em detalhes para facilitar a compra”,

Confiança é a nossa marca. É TUPY, É DE ALTA QUALIDADE.

garantia
5
ANOS

0800 727 8400
TUPY.COM.BR

SUPORTE
TÉCNICO EM
TODO O BRASIL

TESTADAS E
APROVADAS
DUAS VEZES



A Tupy trouxe para o Brasil as peças que faltavam para seus clientes executarem projetos ainda mais seguros.

Para garantir a qualidade Tupy, todas as peças passam por rigorosos testes no exterior e na matriz da empresa, em Joinville/SC. Só depois de aprovadas é que são disponibilizadas ao mercado. Além da garantia da qualidade Tupy, você pode contar com o suporte nacional da nossa equipe de Engenharia de Aplicação.

Se é Tupy, pode confiar. Conheça e indique a Tupy em seus projetos.

CERTIFICAÇÃO



Sua marca de confiança



explica. No salão ao lado, de 4.500m², funciona um drive-thru, onde o material para a pronta entrega é carregado diretamente no caminhão ou veículo do comprador.

Mas, além do autosserviço, a Obramax adota estratégias de vendas a partir da experiência e conhecimento profundo das necessidades dos profissionais, o que é possível por meio de uma equipe altamente especializada. Na loja, o setor de hidráulica conta com um gerente especialista. Para garantir a qualidade do atendimento, os vendedores são profissionais oriundos do mercado de construção, como encanadores, projetistas e outras atividades do ramo. Patrícia diz que as ações de capacitação são constantes. “No ano passado, juntamente com nossos parceiros da indústria, fizemos um treinamento para a equipe de vendas com mais de 60 horas de aprofundamento sobre os produtos dos nossos fornecedores. Outra prática é a reciclagem feita pelos representantes da indústria dentro da loja – são momentos para reforçar os diferenciais de cada produto, tirar dúvidas sobre aplicação etc. Estamos sempre munindo o vendedor de informação”, relata.

Sobre o trabalho com a indústria, a gerente reforça a importância de ter fornecedores capazes de atender à demanda com sistemas completos. “Fazemos parcerias

fortes com a indústria, sem pulverizar. Eu digo que não busco fornecedores na indústria, eu busco parceiros capazes de atender tecnicamente ao que buscamos.”

Outra inovação da Obramax no setor hidráulico são os kits pré-montados, com conexões prontas para fixação do conjunto na parede. “Isso facilita e gera economia de tempo ao profissional. Nenhum varejo ou loja especializada oferece essa solução atualmente. É uma aposta nossa, a partir da nossa experiência profissional. As grandes construtoras, por exemplo, fazem essa montagem para entregar nas plantas, e, agora, nós já oferecemos tudo pronto aqui, para quem quiser”, conta Patrícia.

A gerente acredita ainda no aquecimento do setor, em consoante com o movimento do mercado da construção civil. “Muitos profissionais estão conseguindo novas obras. Além disso, a parte hidráulica entra muito forte, também, na reforma, que aquece o cenário da construção, especialmente nessa época de início de ano.” A opinião de Patrícia encontra eco no otimismo de Leão, que mostra-se confiante na liderança do investimento superior a R\$ 110 milhões feito pelo Grupo Adeo no espaço. “O mercado esteve em queda, mas vemos um movimento de recuperação, e 2019 será excelente para nós”, encerra.

COM A **Walsywa**, VOCÊ SE FIXA NO TOPO

Em seus mais de 50 anos de história, a **Walsywa** sempre investiu em tecnologia e inovação. Hoje, com o lançamento de produtos de alto desempenho, a empresa continua revolucionando o mercado, mantendo-se como a referência nacional em Fixação para Construção Civil.

Quem tem **Walsywa**, se mantém no topo. Compre, compare e comprove.



50 Marca referenciada

Suporte personalizado e capacitado para oferecer as melhores soluções

Abrangência nacional com filiais em 3 estados

Entrega mais rápida do mercado

A **Walsywa** tem a linha mais completa do mercado



Fixação à Pólvora



Fixação a Gás



Fixação Construção a Seco



Fixação ASTM



Fixação Telas e Arames



Fixação Química



Fixação Mecânica



Fixação Winox



☎ 19 3948 5230 | 0800 105024
@ vendas@walsywa.com.br
www.walsywa.com.br



Membro

Walsywa 50 ANOS

Fixação para Construção Civil

NICOM

Conhecendo o bairro



Hiroshi Shimuta

O executivo Hiroshi Shimuta, presidente da Nicom Comércio de Materiais, localizada na avenida Washington Luis, importante corredor da Zona Sul da capital, é cauteloso em sua análise do mercado de construção civil. Ele remonta cenários e percorre desde o emblemático colapso do banco Lehman Brothers, que marcou o início da crise mundial, em 2008, e vai até os dias de hoje, projetando os desdobramentos da eleição presidencial que está por vir. Nessa aula de economia, ele traça paralelos com o mercado da construção civil e do setor hidráulico, mas o termômetro final e, segundo ele, o mais confiável, é muito mais pragmático: “Eu faço uma pesquisa simples, aqui no bairro, que é frequentar um ou dois restaurantes. Quando as pessoas estão inseguras, quando as empresas estão cortando, os restaurantes ficam vazios. Além das pessoas que perderam renda efetivamente, todos no entorno ficam com medo e cortam gastos... isso inclui a reforma da casa ou a aquisição de um imóvel novo. Quando os restaurantes voltam a ter fila, e é que está começando a acontecer, as vendas na construção civil logo

retomam. Ou seja: as pessoas estão mais confiantes e, além disso, trazem uma demanda reprimida dos últimos três anos. Não dá mais pra adiar”, afirma. “Devagar estamos retomando. Tudo indica que o futuro está menos ruim do que o nosso passado. Mas é uma situação de otimismo: pior do que está eu acho que não vai ficar”, diz.

Ele informa que a hidráulica, em uma obra, representa em torno de 5%. “Os materiais hidráulicos só são usados em quantidade quando você constrói um prédio, ou uma casa nova... No Brasil, temos um déficit habitacional de oito milhões de residências. É um setor espetacular. Vamos ter crise, mas nunca uma crise tão grave, por causa desse déficit, essa demanda... Outra informação: de tudo que é fabricado nesse mercado, 75% é usado para reforma. Então, quando a aquisição está em baixa, as reformas seguem, a manutenção. Material hidráulico é essencial, por isso sente menos impacto de recessão, por exemplo, que a pintura.” Para 2018, o executivo projeta crescimento do mercado da ordem de 7% a 8%.

Shimuta analisa que os compradores de materiais hidráulicos na loja podem ter perfil mais técnico, mas, muitas vezes, é o dono da casa que vem fazer as compras, usando a lista que recebeu. A diferença é que o profissional sempre sabe onde o preço é bom, e recomenda para o consumidor final. “Por isso, precisamos, sempre, conquistar a preferência desse encanador, construtor etc., porque ele é quem traz o comprador.”

Como estratégia de venda, Shimuta usa o conceito de “lojas dentro da loja”. Por meio de parcerias com a indústria, foram criados dentro da Nicom espaços exclusivos para as principais marcas, com identidade visual do fabricante, presença constante de promotores, além dos vendedores da loja. “Isso garante informação sempre atualizada, porque temos o fabricante conosco, apoiando e treinando nossa equipe e auxiliando, também, o cliente”, esclarece. “Nossa parceria com a indústria é muito forte.”

Por fim, Shimuta faz uma análise das tendências do setor. “De uma maneira geral, o brasileiro ainda não tem uma cultura de valorizar itens como o chuveiro, por exemplo. Um chuveiro bom melhora a qualidade de vida..., as pessoas ainda economizam nesse item que é tão importante. Outra tendência que também não chegou aqui são as casas pré-fabricadas. Em outros lugares do mundo, já chega um caminhão com o banheiro pronto, encaixa no lugar e, por fora, passa toda parte elétrica e hidráulica. Nós ainda trabalhamos em um sistema artesanal. Temos muito a evoluir no processo de construção. Uma casa que poderia ser feita em 60 dias, aqui é feita em um ano... o futuro é esse!”, encerra.

MARGIRIUS[®]

LINHA

infiniti
alto brilho

TOMADAS E
INTERRUPTORES
RESIDENCIAIS



Lançamento

Para mentes criativas e exigentes.

Dê liberdade à sua imaginação. Tire seus projetos do papel e transforme-os em realidade.

Com Infiniti, as possibilidades de cores e configurações são infinitas, viabilizando até os projetos mais inovadores.



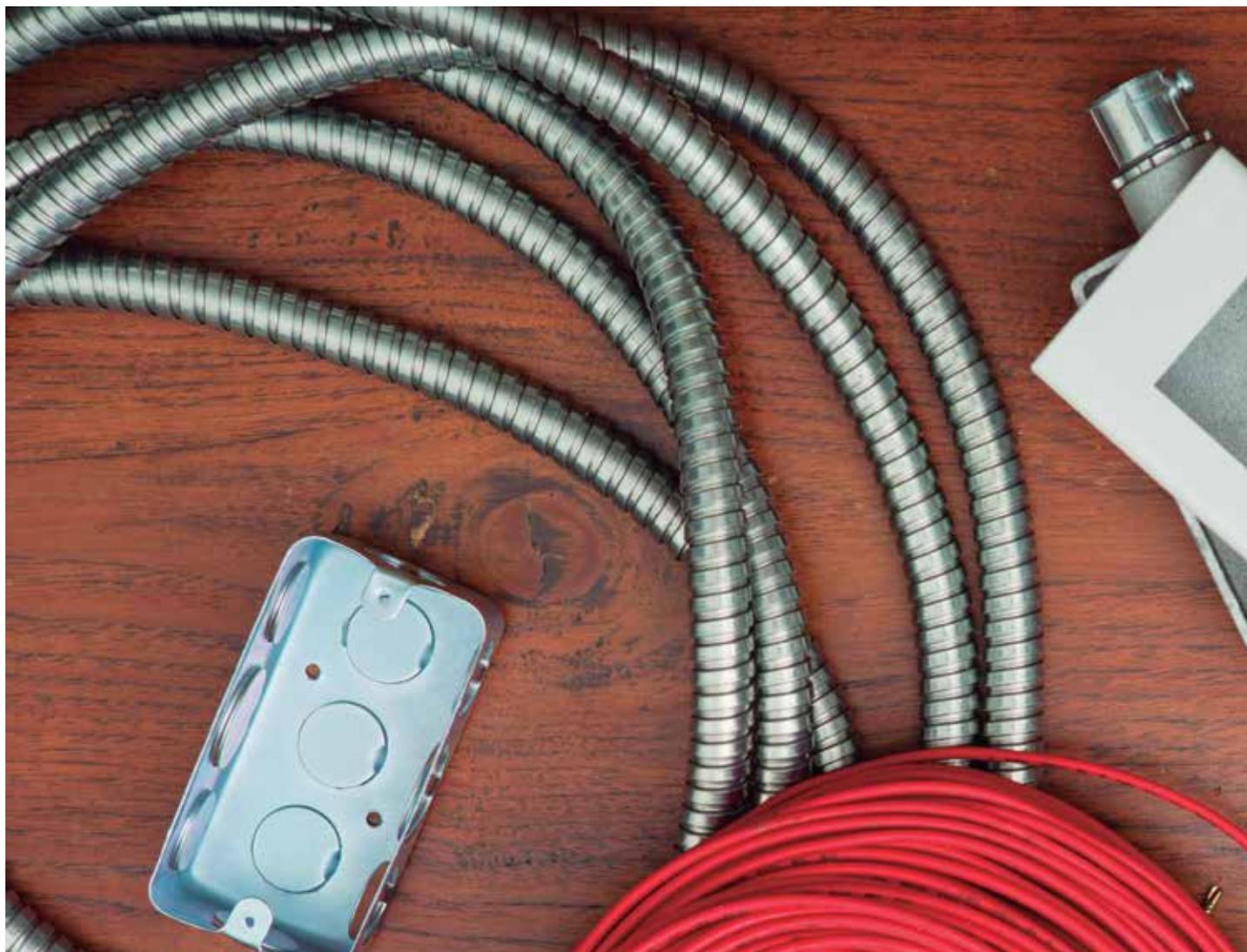
www.margirius.com.br



[/margirius](https://www.facebook.com/margirius)



[@margirius](https://www.instagram.com/margirius)



PLUGANDO no 220

Esse é um segmento que não sofre tanto com a crise. Afinal, quem não precisa trocar uma lâmpada, acrescentar uma extensão, fazer pequenos reparos? É nisso que os fabricantes apostam. E o mercado está bombando!



3M

O principal produto da 3M, na linha de produtos elétricos, é a fita Scotch 33+. A empresa destaca que essa é a única fita do mercado que suporta 105°C, além de diferenciais como alta durabilidade, pois não desgruda e não resseca ao longo dos anos, e um de flexibilidade superior, que acompanha a dilatação e a contração dos fios. O produto também tem adesão diferenciada: adesivo de qualidade superior que minimiza a possibilidade de desgrudar dos fios e cabos, e, até mesmo, de derreter, o que garante um serviço mais limpo e de qualidade.

Para a 3M, é importante estimular a compra por impulso, característica das fitas isolantes. Por isso, recomenda que o produto esteja exposto na gôndola e no check out, em pontos visíveis ao consumidor irá impulsionar as vendas. Outra estratégia é o cross-merchandising nas categorias de fios e cabos, iluminação, chuveiro, jardim, climatização, ventilação e automação, que possuem correlação de compra com fitas isolantes, o que pode gerar uma venda adicional. As embalagens trazem os principais atributos técnicos do produto.

ALUBAR

A Alubar, líder na América Latina na fabricação de cabos elétricos de alumínio e produtora de condutores elétricos de cobre para média e baixa tensão, destaca, da linha cabos de cobre para baixa tensão, as famílias Tecnofire, Tecnax, Tecnotox. A linha Tecnofire destaca-se pela boa flexibilidade e por não propagar chama. São produtos recomendados para instalações internas fixas, industriais, comerciais e residenciais de energia e força.

A Tecnax é uma família de cabos que apresenta boa flexibilidade, não propaga chama, e está indicada para instalações internas fixas, industriais, comerciais, residenciais de energia



1. Produto 3M
2. Produto Alumbra
3. Produto Amanco
4. Produto Lamesa

e força, circuitos terminais e para linhas subterrâneas de até 1kV. Os cabos da linha Tecnotox apresentam baixa emissão de fumaça e gases tóxicos, características que facilitam a evacuação e auxiliam equipes de socorro em casos de incêndio. Por isso, são indicados para locais com alta concentração de pessoas, como shoppings, cinemas, aeroportos etc.

Fábio Camargo, gerente Comercial Norte/Nordeste da Alubar, explica que as embalagens dos cabos apresentam a descrição das características de cada produto: família, seção nominal, metragem, norma referente, classe de encordoamento, cor e fabricante. “Nossos produtos são recomendados para todas as revendas. Indicamos expor em displays expositores de carretéis, com medidor, variando a composição de cores dos cabos e separando-os por tipo de seção. O melhor posicionamento é aos olhos do consumidor. Para os cabos acondicionados em rolos de 100 metros, recomendamos uso de estantes de prateleiras ou mostruário de parede, ficando à vista dos clientes uma amostra de cada produto, de forma organizada e funcional, e próximo de produtos de podem ser utilizados em conjunto”, detalha o gerente. Para Ca-

margo, as perspectivas do ano são muito boas. “Acreditamos que o cenário econômico irá mudar e iniciaremos um período de crescimento do país, apesar da indefinição política. Nossa empresa espera crescer mais de 80%, em virtude deste cenário e um ramp up de nossa produção”, informa. Ele também reforça os investimentos da empresa no patrocínio de futebol ao apoiar as transmissões dos jogos do Campeonato Paraense de Futebol 2018 pelos veículos que integram a Cultura Rede de Comunicação. “Neste segundo ano de apoio ao campeonato, a fábrica foi além: fechou parceria com o Clube do Remo e o Paysandu Sport Club, os dois maiores clubes do Estado”, conclui.

“Tudo para esclarecer eventuais dúvidas dos nossos clientes. Nos Quadros de Distribuição e no Eletroduto Corrugado, por exemplo, há esses dados completos”

ADRIANO ANDRADE, gerente Nacional de Vendas da Mexichem Brasil

ALUMBRA

Pedro Gondin Bido, gestor de Marketing da Alumbra, está otimista com o ano. “Estamos apostando na retomada do crescimento econômico brasileiro, em especial no segmento da construção civil. Por isso a Alumbra está investindo forte na formação da força de vendas, e em novos segmentos, para garantir crescimento superior a dois dígitos em 2018”, revela. Em relação às revendas, o executivo recomenda estratégias de exposição dos produtos. Ele indica que as linhas de interruptores e tomadas estejam, preferencialmente, expostas em ganchos ao alcance do cliente. Para itens como conjunto de interruptor simples e conjunto de tomada, a sugestão é que sejam expostos na linha de visão, ajudando a identificar a marca e o design do produto. “O consumidor brasileiro, além de ser muito visual, é adepto ao toque nos produtos, portanto, ter nas lojas expositores com peças aplicadas aumenta a chance de venda do produto”, explica.

AMANCO

A Amanco destaca os seguintes produtos voltados à rede elétrica.

- Eletroduto Rígido: usados para acomodação e condução de fios, cabos e outros dispositivos. São aplicados de maneira permanente ou temporária em instalações elétricas prediais de



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

TÜV Rheinland
OCP 0004

QUALIFO

baixa tensão. Fabricados de PVC não propagante de chamas, a linha tem firmeza, resistência e encaixe simples às caixas de luz.

- Eletroduto Corrugado: os produtos dessa linha podem ser instalados embutidos (em paredes e lajes) ou aparentes (em locais protegidos). A grande flexibilidade desses itens permite ainda que sejam curvados com facilidade, mantendo a qualidade e a resistência. Como complemento da linha, temos o portfólio de caixas de luz com os modelos 4X2 e 4x4, além das caixas octogonais.

- EletroAmanco: aplicados de maneira temporária ou em instalações elétricas prediais de baixa tensão que precisem estar facilmente acessíveis para manutenções. Os eletrodutos Amanco são usados para condução e acomodação de fios, cabos e outros dispositivos elétricos. Estão disponíveis em quatro diâmetros diferentes e são comercializados no comprimento comercial de 3 metros;

- Quadros de Distribuição e Caixas de Passagem: disponíveis nas versões liso e mosaico, os quadros de distribuição são fáceis de instalar, com entradas nas bitolas de 25mm e 32mm para eletrodutos. As caixas de passagem organizam a fiação e o cabeamento elétrico, com trilho de fácil ajuste de posição.



“Acreditamos que o mercado voltará a se fortalecer e esperamos poder sustentar o grande crescimento que tivemos em 2017, e atingimos a marca de 55%; em janeiro/2018, chegamos aos 30%, contra o mesmo período de 2017; e nossa meta é manter o patamar de vendas que alcançamos no ano passado, com crescimento sustentável, de 10% a 20%, neste ano”

RENAN MEDEIROS, diretor de Operações da Blumenau Iluminação

Adriano Andrade, gerente Nacional de Vendas da Mexichem Brasil, informa que as embalagens apresentam, na maioria, dados relacionados à correta aplicação, à instalação e aos cuidados necessários de manuseio e transporte. “Tudo para esclarecer eventuais dúvidas dos nossos clientes. Nos Quadros de Distribuição e no Eletroduto Corrugado, por exemplo, há esses dados completos”, conta. Ele diz que a Amanco não determina a maneira como os revendedores devem expor os produtos da marca. “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 destaque dentro da loja, para que o consumidor final possa ser estimulado a tomar a decisão de compra correta”, detalha Andrade. O gerente informa que a Amanco orienta as revendas sobre a forma correta de armazenagem e exposição, de acordo com as características individuais de cada produto, para garantir ao consumidor um material com os mesmos padrões de qualidade de quando saiu da fábrica. “Promovemos, também, o programa de relacionamento Amanco Oportunidade de Negócio (AON), que aproxima nossos principais clientes varejistas e a equipe comercial em torno do desenvolvimento contínuo e da importância da troca de informações. Anualmente, os lojistas participantes têm a oportunidade de atuar nos módulos acadêmicos otimizados nas mais conceituadas universidades, além de conhecer as principais feiras internacionais e de integrar-se às visitas técnicas aos maiores home centers mundiais”, diz. Para Andrade, depois de um 2017 desafiador, no qual a construção civil acabou sendo

“Dessa forma, nossos produtos cabem muito bem em qualquer tipo de gancheira. Facilitando a exposição nas lojas de pequeno, médio e grande porte”

NELSON CORDEIRO, gerente Nacional de Vendas da Voltaggio

NICOM[®]

“O Gigantão da Construção”

Tintas



Pisos



Elétrica



Gabinetes



Torneiras



Espelhos



Fechaduras



Portas & Janelas

Roca

A NICOM tem a
Honra de Parabenizar a
Revista Revista
pelos seus 30 Anos de Sucesso.



TIGRE
É TIGRE pra toda obra.

Pabx: (11) 5033-2000 - www.nicom.com.br
Rua Ática, 49 - Brooklin - São Paulo - SP



BLUMENAU ILUMINAÇÃO

Renan Medeiros, diretor de Operações da Blumenau Iluminação, destaca a linha de Painéis de LED de alumínio da empresa. “O modelo de sobrepor, de 18 W, é um dos mais procurados graças à versatilidade. Pode ser aplicado em diversos ambientes e adquirido em formato redondo ou quadrado, com luz branca, neutra ou amarela. É o tipo de peça que se encaixa em qualquer projeto, pois garante pontos de iluminação bem distribuídos, seja em residências ou em espaços comerciais. Além disso, traz a possibilidade de ser instalado, diretamente, no teto, sobre a caixa de luz, sem precisar que o espaço disponha de gesso ou forro de PVC. O custo-benefício se torna bem interessante, porque une eficiência para a iluminação e praticidade na hora de instalar. Outra questão é a vida útil da peça, que une dois componentes de alta resistência: o LED e o alumínio”, elucida. Medeiros explica que as embalagens, além de trazer o manual de instruções que permite ao consumidor instalar a peça, contam visual moderno, que destacam bem o produto, assim é permitida a exposição no ambiente de vendas, sem que sejam abertas para que o cliente veja o que tem dentro. “A exposição pode ser na própria caixa, porque nossas embalagens contam com layout que

o setor mais afetado pela crise econômica, a expectativa para este ano é de crescimento. “Apostamos em um aumento nas vendas no varejo, pegando carona na retomada do consumo, já apresentada no segundo semestre do ano passado, 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”, declara.

LAMESA

O destaque da linha são os cabos flexíveis, nas bitolas entre 1mm² até 630mm², todos produzidos na classe de encordoamento 5, diferencial importante para o mercado. Segundo Sílvio José de Carvalho, gerente de Vendas da Lamesa, “o diferencial em toda nossa linha é a qualidade indiscutível de nossos produtos, qualidade esta, reconhecida nacionalmente; damos ênfase ao nosso cabo flexível 2,5mm², inigualável, em relação à qualidade superior; nossas embalagens seguem, rigorosamente, as normas ABNT NBR, e são as pioneiras no Brasil, no forma-

to que usamos, e foi seguida por algumas outras empresas.

Para o revendedor ter melhor desempenho na venda dos produtos Lamesa, Sílvio recomenda que a exposição siga “basicamente um formato que demonstre a qualidade de nosso produto, já que esse é nosso lema e nossa bandeira”.

Quanto à retomada do mercado, a Lamesa trabalha com crescimento. “Nossa expectativa, para 2018, é positiva, e já observamos um leve aquecimento nas vendas, e, por isso, podemos presumir que teremos um ano melhor que anos anteriores”, finaliza.

“A exposição deve ser baseada nas decisões de compras do shopper: em primeiro lugar, o modelo da lâmpada ou da luminária; em segundo lugar, a potência, em watts, da menor para a maior, e, por fim, a temperatura de cor do produto.”

LEONARDO ARRUDA, diretor Comercial da Brilia



facilita a identificação da peça. Isso faz que quem tenha pouco espaço de estoque possa deixar o produto no próprio ambiente de venda. Além disso, tem dimensões que se enquadram às gôndolas de home centers”, destaca. “Também, é interessante utilizar o conceito de cross-selling, posicionando produtos complementares em outras seções, como lâmpadas próximas aos interruptores ou aos fios. Sempre que possível, os produtos devem estar em expositores da marca, ligados à rede elétrica, de forma que o cliente possa ligar o produto e comparar temperatura de cor (luz branca, neutro ou amarela). Assim, consegue utilizar a opção que melhor se encaixa à necessidade do seu ambiente”, continua. Para 2018, o executivo é otimista. “Acreditamos que o mercado voltará a se fortalecer e esperamos poder sustentar o grande crescimento que tivemos em 2017, e atingimos a marca de 55%; em janeiro/2018, chegamos aos 30%, contra o mesmo período de 2017; e nossa meta é manter o patamar de vendas que alcançamos no ano passado, com crescimento sustentável, de 10% a 20%, neste ano”, encerra.

▶ VOLTAGGIO

Nelson Cordeiro, gerente Nacional de Vendas da Voltaggio, informa que a empresa tem uma família de produtos com enorme diferencial: “São os so-

“No caso da linha de Quadros de Distribuição, as embalagens foram pensadas para que o produto fique visível no PDV. Assim, o lojista deve expor as embalagens com a face voltada para o consumidor, em vez de empilhar os produtos em prateleira.”

ALEXANDRE MALLON, gerente Comercial da linha de Materiais de Construção



quetes e os adaptadores compatíveis com a tecnologia das lâmpadas LED. Percebemos que, com a massificação da introdução das lâmpadas LED no mercado nacional, houve a necessidade de tais itens, pois, algumas lâmpadas foram apresentadas com o formato E14, G9, GU10 e GZD, por exemplo. Então, desenvolvemos a família LED, e, além de soquetes específicos, trouxemos adaptadores, tais como: E14 para E27, E27 para GU10/GZ, E27 para G9, e assim por diante. Podemos afirmar que foi um grande sucesso de vendas e, sobretudo, nos ajudou a conquistar novos e importantes clientes e parceiros. E, claro, a solidificar, ainda mais, as parcerias com os nossos demais clientes”.

As embalagens da Voltaggio são todas

voltadas ao autosserviço, com comunicação visual moderna e clara, contendo todas as informações necessárias para o consumidor final. “Dessa forma, nossos produtos cabem muito bem em qualquer tipo de gancheira. Facilitando a exposição nas lojas de pequeno, médio e grande porte”, diz Cordeiro. Segundo o executivo, o mês de janeiro foi o melhor mês em vendas da história da empresa. “E fevereiro está se projetando para o mesmo caminho; acreditamos que será tão bom ou melhor que o mês de janeiro. Claro que isso não pode ser usado como indicador para afirmar que será o melhor ano de todos ou de crescimentos estratosféricos, mas, sim, que o mercado, como um todo, está aquecendo, e, em nossa análise, conseguiremos suplantar a meta de crescimento da companhia com grande segurança”, encerra.

▶ BRILIA

Da linha de produtos a Brilia destaca os trilhos e os spots para trilhos, com lançamento em março, e que complementam a linha de luminárias. O diretor Comercial Leonardo Arruda detalha que, para os trilhos, haverá modelos de 1m, 1,5m e 2m, nas cores branca e preta. Os spots chegam nas potências 7w, 10w, 15w e 30w, também nas opções de cor branca e preta. “Os produtos vêm



“Além disso, o Cabo Solar é de fácil instalação, por causa da flexibilidade e do baixo raio de curvatura.”

PAULO ALESSANDRO DELGADO, gerente de Marketing da Cobrecom

CONHEÇA NOSSO MIX:

A LUCRATIVIDADE QUE VOCÊ PROCURA,
COM A QUALIDADE QUE SEU CLIENTE MERECE.



cozimax
20 ANOS

Visite-nos na Feicon: estande E131. www.cozimax.com.br

 **cozimax**
Combina com sua casa.

COZINHAS | BANHEIROS | LAVANDERIAS



FERRAMENTAS ELÉTRICAS EINHELL

A potência e a força que o
seu trabalho exige.



POWER X-CHANGE

Pré-lançamento da linha
Power X-Change na Feicon 2018.

ANCORA GROUP



A EINHELL ESTARÁ NA FEICON 2018.
Visite-nos nos estandes **G141** e **E171**,
de 10 a 13/04, na São Paulo Expo, das 10h às 20h.

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

em embalagens totalmente auto explicativas, com todos os dados técnicos. Além disso, há um manual técnico disponível dentro da embalagem para ajudar na instalação”, informa.

O executivo sugere, sempre, a exposição no espaço linear, seção onde está inserida a categoria. “A exposição deve ser baseada nas decisões de compras do shopper: em primeiro lugar, o modelo da lâmpada ou da luminária; em segundo lugar, a potência, em watts, da menor para a maior, e, por fim, a temperatura de cor do produto. Recomendamos, também, a exploração de pontos extras, como pontas de gôndola e cestos pela loja, pois o driver principal desta categoria é a conveniência e a disponibilidade do produto”, afirma. Para Arruda, a organização do espaço sob esse racional facilita a decisão de compra. “Também, temos muitas oportunidades na definição da estratégia da categoria, aumentando o ticket médio por transação por meio de um mix de produtos mais robusto, ou seja, uma solução completa de iluminação para o shopper, e da ancoragem em

“Os circuitos de distribuição subterrânea estão sujeitos, principalmente, ao contato permanente com umidade, ou, mesmo, à submersão total.”

LUIZ ALBERTO VELLOSO JÚNIOR, gerente Administrativo de Vendas da Conduspar

marcas e produtos de maior qualidade e que possam fidelizar o consumidor”, continua.

O diretor revela que a empresa projeta crescimento de 30%, na comparação com 2017. “Acreditamos que o mercado brasileiro oferece grande potencial, sobretudo, se observarmos a baixa penetração da tecnologia LED versus eletrônica nas residências, e a velocidade, cada vez maior, da conversão do consumo da categoria para tecnologias que sejam mais eficientes e entreguem maior economia e qualidade de iluminação”, encerra.

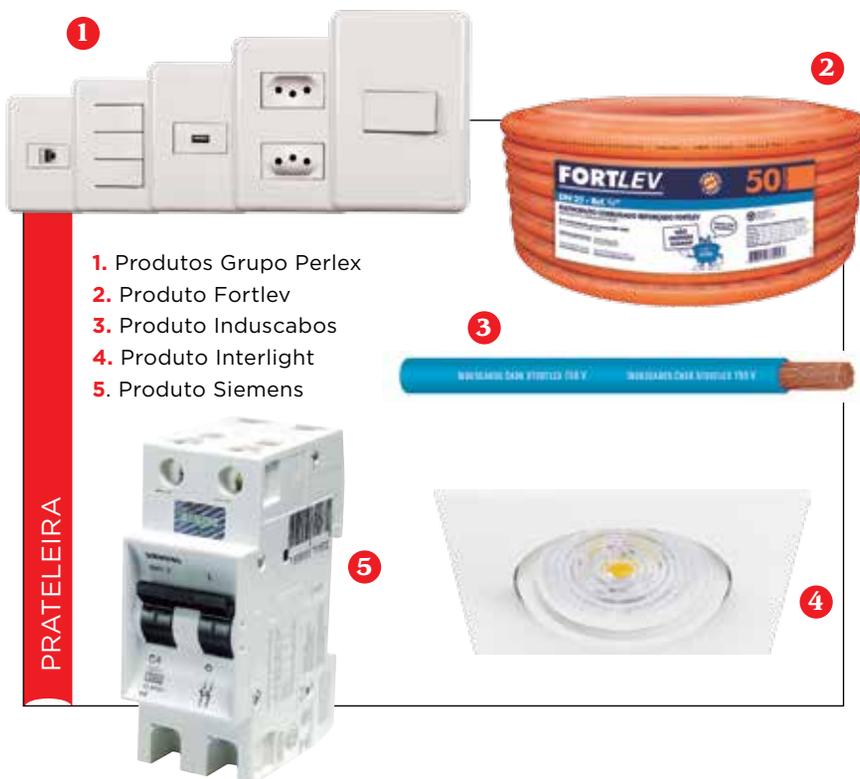
BRUM

O produto de destaque da Brum é o Volt Plus, quadro de distribuição de energia com barramento para até 250 ampères. “Tomamos muito cuidado com a embalagem e os manuais de instrução; especificamos qual o torque de cada parafuso, para o caso de o cliente desmontar e montar novamente o produto; e, até mesmo, ensaios e relatórios de normas relevantes”, revela Matheus Brum, diretor Comercial. Ele relata, ainda, que a marca tem estratégia diferenciada para exposição e embalagens. “A exposição não é apenas relativa ao segmento da revenda. Atualmente, notamos que algumas, de perfis mais industriais, preferem embalagens duráveis e empilháveis, enquanto outras optam por embalagens mais comunicativas e de maior exposição. Tomamos o cuidado de entender como é a forma de atuação na revenda para adaptar a melhor embalagem possível”, destaca.

Sobre perspectivas do mercado, o executivo afirma que 2017 foi ótimo, e acredita que o ano de 2018 será melhor ainda. “O consumidor está progredindo com a confiança na economia e cada vez mais consciente e disposto a adquirir produtos de qualidade e com valor agregado.”

BUILDING

O destaque em materiais elétricos da Building é a Tomada HDMI, novo produto da linha Home da empresa.



1. Produtos Grupo Perlex
2. Produto Fortlev
3. Produto Induscabos
4. Produto Interlight
5. Produto Siemens

Como diferencial, a tomada possibilita a conexão de equipamentos com entrada e saída HDMI, sem cabos expostos, pois os cabos ficam embutidos na tubulação e conectados, diretamente, no módulo B-lux. “O módulo HDMI da B-Lux pode ser usado embutido na parede, através do suporte e da placa da linha Home, ou como caixa de sobrepor, suporte e placa da linha Home Overlap. A explicação completa sobre a utilização do módulo em ambas as linhas está na página do nosso site (<http://blux.ind.br/linha/modulos-home-e-home-overlap/>)”, informa o diretor Alexandre de Andrade Jr. Para ele, a exposição dos produtos nas vendas dependerá do formato da loja. “Os produtos B-lux, embalados por flow pack, que possibilitam a colocação em ganchos e gôndolas, facilitam a identificação do produto e a compra pelo consumidor em autosserviço. Mas, caso a revenda não tenha esses espaços, oferecemos, gratuitamente, expositor de parede, com as linhas de produtos comercializadas, para facilitar o acesso visual pelo comprador”, explica o diretor, que projeta, para 2018, crescimento nas vendas da ordem de 15%.

▶ CIPLA

A linha de Quadros de Distribuição é o mais recente lançamento da CIPLA, no segmento de materiais elétricos. Podem ser instalados em paredes de alvenaria ou drywall; todos os 13 modelos são produzidos de plástico de engenharia (ABS), que confere mais resistência a impactos, além de garantir que não haja alteração de cor com o passar do tempo. O destaque da empresa fica para os Quadros de Sistema VDI (Voz/Dados/Imagem), que permitem organizar, em um único ponto, as conexões de telefonia, internet e televisão.

Alexandre Mallon, gerente Comercial da linha de Materiais de Construção, informa que a Cipla tem dado atenção

“Com dupla camada, os cabos Duflex são mais resistentes e extradeslizante, facilitando a instalação. É antichama, garantindo maior segurança para as instalações e a gravação à tinta facilita a identificação”

SIMONE AUGUSTO CUNHA,
coordenadora de marketing da empresa
da Induscabos



especial às embalagens. “No caso da linha de Quadros de Distribuição, as embalagens foram pensadas para que o produto fique visível no PDV. Assim, o lojista deve expor as embalagens com a face voltada para o consumidor, em vez de empilhar os produtos em prateleira. Optar por uma exposição verticalizada é, sempre, boa alternativa, quando o número de itens, dentro da mesma categoria, for muito grande”, orienta.

Para Mallon, a Cipla tem enfrentado, com grande sucesso, a crise que o país vem atravessando. “Para o ano de 2018, a expectativa não é diferente e acreditamos que vamos acumular mais um ano de crescimento em vendas”, estabelece.

▶ COBRECUM

A Cobrecom Fios e Cabos Elétricos tem como destaques o Cabo Solarcom, indicado para instalações fotovoltaicas, e a Linha de Cabos Superatox, a linha de cabos não halogenados. O gerente de Marketing Paulo Alessandro Delgado explica que o Cabo Solarcom é fabricado com a cobertura nas cores preta ou vermelha, e foi criado e testado a partir dos mais criteriosos padrões internacionais para transmitir energia limpa produzida pelas placas solares com segurança e qualidade. “O produto, inclusive, atende à norma internacional TUV 2 Pfg 1169/08.2007 – Requisitos para cabo para utilização em sistemas fotovoltaicos”, destaca. Segundo Delgado, o Cabo Solarcom

pode ser utilizado em instalações fixas, em conexões entre as placas e os painéis fotovoltaicos, caixa de junções (String Box), até os inversores do sistema de geração de energia solar, suportando condições extremas de temperatura e intempéries. O produto está indicado para tensões nominais de até 0,6/1 kV CA ou até 1,8 kV DC; o cabo é formado por fios de cobre eletrolítico, estanhado, classe 5 (flexíveis), com isolamento e cobertura em composto poliolefinico termofixo de alta estabilidade térmica, com temperatura máxima de operação de 120°C por 20 mil horas.

“Além disso, o Cabo Solarcom é de fácil instalação, por causa da flexibilidade e do baixo raio de curvatura. O composto poliolefinico da isolamento e cobertura, com alta resistência a raios UV e ao ozônio, é resistente a chama, caracteriza-se pela baixa emissão de fumaça e não produz gases tóxicos e corrosivos; apresenta ótima resistência mecânica, e também muito resistente a óleos minerais, ácidos e amônia”, continua Delgado. O produto está disponível nas seções nominais de 4, 6 e 10 mm², e acondicionado em rolos de 100 m, ou em bobinas de madeira.

A Linha Superatox é formada pelos Cabos Superatox Flex 70°C e o Superatox HEPR 90°C para 1, 2, 3 e 4 condutores. “Todos fabricados com a mais alta tecnologia e têm a garantia de segurança e a qualidade na instalação elétrica”, assegura o gerente. O Cabo

Superatox Flex 70° C é indicado para tensões nominais até 450V/750 V. Composto por fios de cobre nu, eletrolítico, têmpera mole e encordoamento classe 4 (flexíveis). “Além disso, é isolado com material polimérico tipo poliolefinico não halogenado para 70° C, com características de não propagação e autoextinção do fogo e baixo índice de emissão de fumaça, sem gases tóxicos e corrosivos”, detalha Delgado.

O Cabo Superatox Flex HEPR 90° C para 1, 2, 3 e 4 condutores é usado em circuitos elétricos com tensões nominais até 0,6kV/1 kV, e o diferencial está na isolação em HEPR, que permite temperaturas de até 90°C, em regime permanente de trabalho; 130° C, em caso de sobrecarga; e 250° C, quando em curto-circuito.

O gerente de Marketing informa que a Cobrecom Fios e Cabos Elétricos disponibiliza, nas embalagens, as principais informações técnicas relativas ao produto que está sendo adquirido. Além disso, a embalagem tem a seção nominal dos condutores elétricos, e, também, todas as informações exigidas pela legislação e as normas técnicas, como o CNPJ e os contatos do fabricante, Selo do Inmetro, entre outros. “Vale lembrar, ainda, que oferecemos as principais linhas de produtos : Cabos Superatox em rolos de 100 m, dispostos em Embalagens Plásticas Termoencolhíveis. O material, 100%

reciclável, apresenta o grande diferencial da facilidade ao trabalho de instalação dos condutores elétricos, assim, o eletricitista pode puxar vários cabos de uma única vez ao passá-los nos conduítes”, reforça Delgado. “Além disso, a embalagem foi planejada de forma que os fios e os cabos não embarquem quando puxados e permite que, em caso de sobras, o produto fique guardado de maneira organizada até o próximo uso, ou seja, evita possíveis desperdícios. Essa possibilidade é porque as embalagens são seladas, automaticamente, e têm, na parte superior, um picote, que, mesmo depois de aberto, permite que as sobras fiquem bem armazenadas”, prossegue.

Ele orienta que, para melhor utilização das vantagens da embalagem termoencolhível devem ser seguidas as seguintes dicas: localizar e destacar o picote na parte superior do rolo; para facilitar a instalação de fios e cabos nos conduítes; utilizar um recipiente, um balde, por exemplo, para colocar os rolos empilhados; fazer um pequeno orifício na parte inferior dos rolos para passar os fios/cabos; reunir as pontas e realizar a instalação.

Para exposição dos produtos, o gerente acredita que é essencial proporcionar boa visibilidade no ponto de vendas, de preferência próximo a outros produtos do setor de elétrica. “É importante ressaltar que a boa organização facilita a

escolha de fios e cabos elétricos, nas cores e nas seções nominais desejadas pelos clientes/consumidores. Devemos considerar, ainda, que esses materiais são muito visados para furtos. Por isso, é aconselhável que recebam os alarmes contra furto”, alerta. Além disso, Delgado sugere a utilização dos materiais de PDV, que fornecem orientações e informações técnicas sobre cada produto, a respectiva aplicação e as devidas certificações.

Para o gerente, o mercado de fios e cabos elétricos está estável, com sinais de aquecimento no médio prazo. “Com o atual momento econômico do país, o mercado de fios e cabos elétricos está cada vez mais competitivo e acreditamos que deve ter sensível crescimento nos próximos meses. Para 2018, temos a perspectiva de que, com a retomada da economia, as vendas e o faturamento do setor aumentem, porque, com uma economia mais estável, aumentam o número de obras e a demanda por fios e cabos elétricos”, finaliza.

CONDUSPAR

Luiz Alberto Velloso Júnior, gerente Administrativo de Vendas da Conduspar, afirma que a empresa destaca-se no mercado pela variedade de produtos. “Concentramos nossos esforços em oferecer aos nossos clientes uma linha completa de produtos, fabricados em equipamentos que detêm tecnologia de ponta e mão de obra especializada. Podemos citar dois destaques em nossa linha: o Cabo Prosolar®FV e o Cabo de Média Tensão XLPE Grid 35KV, da linha MTX Grid”, revela. Os cabos PROSOLAR® FV são indicados para as ligações de painéis fotovoltaicos. “A confiabilidade nos sistemas de geração fotovoltaica demanda resistência aos elevados níveis de radiação UV, possibilidade de trabalho em faixas de temperatura extremas e materiais livres de halogênios para evitar emissão de fumaça corrosiva em caso



“Para 2018, prevemos uma retomada da economia e, principalmente, do mercado da construção civil. Com isso, nossa expectativa é de que a Schneider cresça no mercado como já vem fazendo nos últimos anos”

PATRICIA CAVALCANTI, diretora de retail da Schneider Elétric

de incêndio. Além de todos esses requisitos, os cabos PROSOLAR® FV apresentam excelente flexibilidade para facilitar o manuseio durante a instalação. Essas características tornam os cabos PROSOLAR® FV aptos para operar por, pelo menos, 25 anos”, informa o gerente. O produto é produzido em fios de cobre eletrolítico estanhado, encordoamento flexível classe 5 – conforme NBR NM 280; tem isolamento e cobertura em composto poliolefinico termofixo livre de halogênios, retardante de chama, com resistência à radiação UV e às intempéries.

Sobre o cabo de média tensão XLPE Grid 35KV – Linha MTX Grid, Luiz Alberto explica que se trata de uma linha pensada em razão da exigência de confiabilidade das redes subterrâneas de distribuição de energia e das usinas de geração renovável. “Os circuitos de distribuição subterrânea estão sujeitos, principalmente, ao contato permanente com umidade, ou, mesmo, à submersão total. A umidade pode ser extremamente danosa aos materiais isolantes de média tensão, reduzindo a vida útil e sujeitando os circuitos a falhas inesperadas. Para aumentar a confiabilidade desses circuitos de média tensão, a linha Condu spar GRID dispõem de estruturas de proteção contra a penetração de umidade no interior dos cabos e de uma cobertura de material altamente resistente à abrasão e à absorção de umidade”, esclarece.

As linhas MTX GRID e MTS105 GRID apresentam características construtivas exclusivas, que protegem os cabos do contato permanente com umidade em instalações diretamente enterradas. Os diferenciais construtivos dos cabos Condu spar MT GRID são: condutores de alumínio bloqueados contra penetração longitudinal de umidade; blindagem metálica com seções específicas para as características de curto-circuito do sistema e o bloqueio de penetração longitudinal

de umidade; cobertura de polietileno de alta densidade (PE/ST7), resistente à abrasão e ao contato com umidade. “A principal diferença de aplicação entre as linhas MTX GRID e MTS105 GRID é a capacidade de condução de corrente.”, continua o gerente. Ele explica que a aplicação da versão da linha GRID isolada em XLPE é para tensões de até 35kV. “O XLPE é o material, tradicionalmente, utilizado como isolante de cabos de média tensão em grandes redes de distribuição e geração de energia”, diz. Dispõe de Conductor Fase de fios de alumínio 1350, encordoamento classe 2 compacto, com bloqueio longitudinal de umidade – conforme NBR NM 280. A blindagem do condutor é em composto termofixo semiconductor. Isolação em composto termofixo de XLPE (polietileno reticulado), extrudado e vulcanizado, simultaneamente, com as camadas semicondutoras. Blindagem da isolamento em composto termofixo semiconductor de fácil remoção a frio. Blindagem metálica em coroa de fios de cobre nu, seção efetiva de 6,5mm², com bloqueio longitudinal de umidade (outras seções sob consulta). A cobertura é em compos-

to termoplástico de PE/ST7, indicado para contato permanente com umidade e instalações, diretamente enterradas, na cor preta. Temperaturas de operação em regime permanente de 90 °C, em sobrecarga de 130°C e em curto-circuito de 250°C. Tem Normas de Referência NBR 7287 – Cabos de potência com isolamento sólida extrudada de polietileno reticulado (XLPE) para tensões de isolamento de 1kV a 35kV – Requisitos de desempenho e ABNT NBR NM 280 – Condutores de cabos isolados (IEC 60228, MOD). Disponível para comercialização em bobinas. Para exposição dos rolos de 100 metros, Luiz Alberto indica a colocação em prateleiras nas revendas, mas, para as bobinas, a orientação é o uso de estruturas metálicas que suportem o peso. O gerente acredita na retomada do mercado e no reaquecimento da economia, independentemente do cenário político. “Nosso planejamento estratégico para 2018 prevê o retorno do crescimento não somente da Condu spar, mas da economia brasileira de um modo geral. Os investimentos previstos em obras de infraestrutura, geração, transmissão e distribuição de



energia, assim como os aportes na geração de energia por fontes renováveis (eólicas e fotovoltaicas) nos deixam muito otimistas em relação a 2018.”

► CORFIO

O produto de destaque da Corfio é o Cabo Flexível Corfiotox 750V, fabricado, especialmente, para instalações em locais de grande afluência de público. “A principal característica é ser um cabo não halogenado, tem baixa emissão de fumaça e gases tóxicos, oferecendo maior segurança para as pessoas”, esclarece Daiane M. Pereira, de Marketing e Vendas. “Nas embalagens dos nossos rolos de Cabo Flexível Corfiotox 750V existem as informações técnicas sobre o produto. Constam, além do nome, Cabo Flexível 750V antichama, a principal característica, que é baixa emissão de fumaça e gases tóxicos, além da norma regulamentadora NBR 13248”, explica Daiane.

A executiva afirma que a exposição dos produtos fica a critério das próprias vendas. “A Corfio disponibiliza aos revendedores materiais com informações sobre o produto por meio de tabelinha do electricista e o catálogo que, também, pode ser acessado de modo virtual, através do site www.corfio.com.br. Há um cronograma anual de palestras para revendedores e clientes em geral, esclarecendo dúvidas, contribuindo na preparação do profissional para eventuais

questionamentos do cliente final. À disposição, ainda, o Serviço de Atendimento Corfio – SAC, que recebe dúvidas e solicitações que são respondidas de forma personalizada. O suporte técnico atende aos clientes com dúvidas em relação às instalações, às normas, etc., porém, sempre orienta que a contratação de um profissional da área é o ideal, pois são muitas as variáveis para uma instalação”, detalha Daiane.

“As nossas expectativas para 2018 são as melhores possíveis. Esperamos que o mercado corresponda, estamos otimistas, com certeza!”, conclui Daiane.

► DECORLUX

Os destaques em materiais elétricos da Decorlux ficam para a linha de bocais, terminais elétricos e a linha LED de lâmpadas, refletores e luminárias. “Buscamos, como diferencial em todos os produtos a qualidade, a excelência no atendimento prestado e todo o suporte necessário de pós-vendas. Nossas embalagens são atrativas, autoexplicativas, com todas as informações do produto, atendendo a todas as normas dos órgãos reguladores”, informa Everton Karasinski, supervisor de Marketing. Ele acredita que a melhor maneira de expor os produtos é por meio de um PDV atrativo e organizado, e que uma equipe de vendas bem treinada, com conhecimento de produto e mercado é muito importan-

te. “Trabalhamos com uma linha mais técnica de produtos, que demandam conhecimento prévio. A força de vendas bem treinada é o fator decisivo na hora da venda, explicando aos clientes nossos diferenciais, as qualidades, dando dicas de uso e instalação. Não queremos, apenas, vender o produto, buscamos satisfazer a real necessidade do cliente”, destaca Karasinski.

“Acreditamos que 2018 seja um ano otimista, de retomada das vendas e melhora no mercado de materiais elétricos e materiais de construção. Um ano pleno de recuperação, com estimativa de uma inflação menor e baixa nos juros básicos da economia. O varejo começa a se recuperar de uma crise severa, um crescimento tímido, mas que tende a ser constante”, conclui o executivo.

► EMPALUX

Os produtos de destaque da Empalux são as novas iluminações de emergência duplo farol LED. “São de tamanho compacto e com com fluxo luminoso de 1.200 a 3.000 lumens, além de ter duração de 3 a 6 horas de bateria. A embalagem traz foto detalhada, além de conter símbolos e gráficos que facilitam o entendimento do consumidor, evitando excesso de textos que geram confusão a quem a lê embalagem”, afirma Jaderson Custódio da Silva, gerente administrativo de vendas.

“Sempre procuramos instruir os reposidores a posicionar os produtos de forma padrão: face frontal correta, número máximo de empilhamento por tipo de expositor, posicioná-los dentro do alcance do consumidor, na altura dos olhos, separando produtos por categoria e similaridade”, lembra o gestor.

Para Jaderson, o mercado apresenta sinais de recuperação em 2018. “Estamos confiantes que é possível retomar o crescimento. Entendemos que o consumidor está cada vez mais atento e exigente; é preciso adaptar-



“Hoje, podemos dizer que um dos destaques no nosso portfólio são as luminárias lineares para Lâmpadas TuboLED da linha Revoluz Ideia”

ALEX FERNANDES GARCIA,
coordenador de Marketing da
Revoluz

-se aos novos hábitos de consumo. Em 2018 esperamos uma situação econômica mais equilibrada no país, sem interferências negativas para o setor privado, trazendo prosperidade e um resultado compatível com nosso esforço diário”, conclui.

GRUPO PERLEX

Das linhas de interruptores, tomadas e placas, o Grupo Perlex destaca a Linha PUMALIGHT, com design flat que busca agradar o consumidor final ao integrar os ambientes de forma minimalista e que ressalta a função elétrica. “Essa linha vem conquistando a preferência dos consumidores por ser completa para instalações residenciais, comerciais e empreendimentos terciários”, afirma Marcos Pfister, do Marketing da empresa. Segundo ele, o Grupo Perlex criou dois sistemas modulares que ampliam o uso em seis possibilidades de acabamento.

- Mecanismo Modulares 26: integra as linhas Tradição e Nova Aros para embutir, e a linha SPX32, para instalação de sobrepor e integração com as canaletas Perlex.

- Mecanismo Modulares 52: integra as linhas Pumalight e Brasil para embutir, e a linha SPX64 para instalação de sobrepor e integração com as Canaletas Perlex.

Nas soluções de Quadros de Distribuição, o executivo informa que o grupo Perlex apresenta soluções de embutir e sobrepor até 36 disjuntores DIN/IEC e 24 disjuntores NEMA. “O design dos quadros Perlex denotam a robustez e a segurança obrigatória em um Quadro de Distribuição, além de duas possibilidades de acabamentos, em branco ou acrílico fumê”, ressalta Pfister.

Em plugues e adaptadores, o gestor esclarece que, para facilitar a reposição e o abastecimento, “foram desenvolvidas novas embalagens de plugues e prolongadores em pacotes atendendo às solicitações do mercado.

Além disso, Pfister comenta que a empresa realizou atualizações na linha da Plafons para atender às novas lâmpadas LED “A60” com rosca E27. “Houve bons resultados dos contatos elétricos entre o soquete e os polos da lâmpada”, declara.

O executivo destaca que o Grupo Perlex está em constante desenvolvimento no processo produtivo de fios e cabos da linha Perfil para melhoria da performance elétrica, qualidade e soluções sustentáveis e com benefícios às pessoas. “Os produtos da Perfil seguem as Normas técnicas internacionais e têm certificação RoHs, de restrição de alguns produtos e substâncias perigosas, uma diretiva europeia, que, ainda, não se tornou lei, proibindo que certas substâncias sejam usadas em processos de fabricação de produtos. O RoHS. É, também, conhecido como “a lei do sem chumbo” (lead-free) mas

A MELHOR BETONEIRA DO BRASIL!



11x
CAMPEÃ



6X MELHOR
PRODUTO DO ANO*

5X TOP OF MIND*

*Prêmios concedidos pelo Grupo Revenda.

LINHA COMPLETA DE BETONEIRAS

ENTRE JÁ EM CONTATO CONOSCO!



(47) 3372-7600
www.csm.ind.br

CSM
MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS PARA CONSTRUÇÃO



1. Produto Schneider Eletric
2. Produto Siemens Iriel
3. Produtos Sil
4. Produto Taschibra

esta diretiva trata, ainda, de outras cinco substâncias”, detalha.

Pfister afirma que as embalagens apresentam informações para que o cliente possa realizar a consulta nos meios de comunicação da empresa: como o800, site, vídeos e links via QR Code. “Assim oferecemos a melhor e eficaz resposta para a especificação de cada projeto, instalação ou dúvidas técnicas dos mais de 5.000 produtos do portfólio”, elucida.

Para ele, a exposição deve ser realizada de forma consolidada, prática e com identificação correta. “Preferencialmente, os produtos devem estar na mesma região da loja, evitando que o consumidor fique circulando muito, pois isso denota dificuldade de comprar e instalar. A sequência de exposição deve ser, também, muito estudada. Recomendamos reservar um espaço maior para produtos de alto giro”, afirma. “Para linhas de interruptores e tomadas indicamos a montagem do PDV, conforme esquema do *Guia Perlex*. Para a linha de Plafons, a posição nas gôndolas deve estar na altura dos olhos – de 1,4 m a

1,6m – e com a parte frontal do plafon virada para percepção do consumidor final. Em lojas com vários segmentos da construção, recomendamos realizar cross-Sell nos departamentos de tintas ou acabamentos, pois o plafon tem forte aceitação nesse tipo de venda cruzada. Para a linha de Plugues e adaptadores, há várias possibilidades de exposição, porém, recomendamos que seja definido um ponto natural na loja para apresentar toda oferta com a segmentação entre tradicionais, reforçados, e, principalmente, entre 10ª e 20ª, pois o erro de compra desse item é elevado. Após isso, deve-se criar cross-sell desses produtos pela loja, com períodos de exposição definidos para ter o aspecto de vantagem ou promoção, que aceleram a venda de conveniência”, detalha Pfister.

Ele afirma que o Grupo Perlex acredita no crescimento dos mercados que participa como fornecedor. “Em 2016/2017, realizamos investimentos na modernização da gestão empresarial, melhoria da performance e qualidade de produtos, com a implantação do sistema SAP, novas máquinas e no-

vos colaboradores especialistas dos nossos segmentos. Planejamos superar as expectativas dos nossos clientes e consumidores da forte demanda que teremos em 2018”, encerra.

▶ FORTLEV

O último lançamento da Linha Eletricidade da Fortlev é a Caixa de Luz para Laje, conhecida, também, como suporte de caixa de luz em laje. O produto é utilizado para posicionar e fixar as Caixas de Luz octogonais nas lajes pré-moldadas, com suporte apoiado nas vigotas. “Como os outros itens da Fortlev, o produto segue as especificações da Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT) para proteção mecânica das fiações nas instalações elétricas de baixa tensão. Entre os benefícios estão a segurança com as abas reforçadas que evitam quebras e deformações, além da facilidade de instalação. O conjunto é formado por uma Caixa de Luz Octogonal 4” x 4” de PVC e uma bandeja de Polipropileno (PP). A Caixa de Luz para Laje Fortlev é fabricada nos formatos de 25cm e 30cm, na cor laranja, medidas que atendem, perfeitamente, ao padrão de lajes pré-moldadas usadas atualmente. Com facilidade de instalação, porque são várias entradas, possibilita o uso dos principais diâmetros de Eletrodutos”, explica o diretor Comercial e de Marketing, Wenzel Rego.

Atualmente, além da Caixa de Luz para laje, a Linha Eletricidade da Fortlev dispõe de Eletrodutos Corrugados para aplicação embutida em paredes e lajes, e caixas de luz para fixação de dispositivos elétricos nos pontos de consumo de luz e energia. Toda a linha é produzida de PVC, matéria-prima muito empregada em componentes elétricos por não propagar o fogo. Outro produto da linha são as Luvas de Pressão, utilizadas para a interligação dos Eletrodutos Corrugados, o que ocorre pelo simples encaixe por pressão dos segmentos. As Luvas

de Pressão Fortlev contêm visores laterais que permitem observar se os Eletrodutos adentraram toda a profundidade das bolsas, de forma a garantir a completa união. Outros itens da linha: Eletrodutos corrugados (cor amarela); Eletrodutos corrugados reforçados (cor laranja; Caixas de luz: disponíveis nos tamanhos 4" x 2" / 4" x 4", octogonal 4" x 4" com fundo móvel e Prolongador para caixa de luz octogonal 4" x 4"; Luvas de Pressão.

O Trade Marketing desenvolve ações focadas nos Pontos de Venda (PDV), que contribuem para que o lojista fidelize os clientes na venda de nossos produtos, oferecendo ações e capacitações voltadas aos profissionais do ramo, programas de incentivo e materiais a fim de 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”, conta Wenzel. A Fortlev acredita em uma melhora dos negócios e do mercado, o que deve acontecer de forma lenta, mas progressiva. “Por isso, continuamos investindo em nosso parque fabril e em nossos processos. E, em breve, inauguraremos nova fábrica na cidade de Anápolis, em Goiás”, encerra Wenzel Rego.

► INDUSCABOS

A Induscabos está equipada com tecnologia de ponta para produção de cabos baixa, média e alta tensão até a classe de 138 kV. “Temos um completo

portfólio de produtos, capaz de atender às exigentes complexidades dos mais variados tipos de projetos, desde geração, transmissão e distribuição de energia, passando por grandes indústrias e obras de infraestrutura até a pequenas residências”, afirma Simone Augusto Cunha, coordenadora de Marketing da empresa. Entre os produtos, destaca-se a linha Duflex de cabos para tensão até 750V. Especialmente, recomendada para instalações de painéis, quadro de comandos e outras aplicações onde são necessários cabos com grande flexibilidade, a linha de cabos Dulfex é produzida com condutor de cobre eletrolítico com 99,9% de pureza, o que proporciona melhor condutividade da eletricidade. “Com dupla camada, os cabos Duflex são mais resistentes e extradeslizante, facilitando a instalação. É anticha-

Parabéns,
Revenda
30 ANOS



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

Rinnai

A mais completa linha de aquecedores de água a gás





1. Produto Tigre
2. Produto Vonder
3. Produto Fame
4. Produto Tramontina

ma, garantindo maior segurança para as instalações e a gravação à tinta facilita a identificação”, continua Cunha. Outro destaque da empresa é a linha de Cabos Eproflex 90 para tensão de até 1.000V. Produzido com condutor flexível de cobre e isolamento em HEPR (borracha etileno-propileno), os cabos da linha Eproflex 90 têm cobertura protetora sobre a isolamento, podendo ser instalado em dutos, bandejas, leito para cabos ou, até mesmo, enterrados diretamente no solo. Suportam 90 °C de temperatura em regime de operação normal.

A Induscabos, também, disponibiliza ao mercado a linha de cabos não halogenados - Atox Flex. Produzida de cobre eletrolítico com 99,9% de pureza e isolamento em composto termoplástico, não halogenado, não propagante à chama, com baixa emissão de fumaça e gases tóxicos, os cabos da linha Atox Flex são indicados para instalações elétricas de edificações onde há grande concentração de pessoas, como, por exemplo: aeroportos, cinemas, edifícios residenciais ou comerciais, entre outros, nos quais, em caso de incêndio, a evacuação do local seja longa e difícil, ou seja, áreas estas

classificadas como BD2, BD3 e BD4 pelas normas ABNT NBR 5410 e 13570. Os produtos são acondicionados em embalagens de acordo com a necessidade e a característica do cabo, podendo ser em caixa, rolo (tambor), carretéis ou bobinas de madeira. “Todas as embalagens prezam pela integridade do produto e a facilidade na instalação. Nas embalagens como a caixa, o cliente encontra além das informações obrigatórias, dicas para correta escolha do condutor”, informa a coordenadora. Cunha orienta que a exposição de cabos elétricos tem de ser de maneira que facilite a compra para o consumidor. “As embalagens devem estar íntegras e em perfeitas condições. A exposição deve, ainda, considerar o sortimento de cores de forma que o consumidor ou o instalador consiga comprar todos os cabos para execução do circuito elétrico. Cabos elétricos nas cores preta, vermelha, azul, e amarela - essenciais para composição do circuito elétrico - devem estar disponíveis em todas as bitolas e nos formatos de embalagens, pois a falta de um cabo elétrico em uma das cores pode comprometer a venda de todos os outros”, explica.

Simone encerra afirmando que acredita na retomada gradativa do mercado em 2018. “Nossa perspectiva de crescimento é em torno de 10%”, projeta.

▶ INTERLIGHT

César Santos, do Marketing da Interlight, destaca a luminária de embutir no teto orientável, com sistema de fixação por molas. Ele informa que o produto dispõe de embalagem Blister, para utilização de lâmpada LED até 15W, com base GU10 e grau de proteção IP20. A luminária está disponível em branco microtexturizado, com moldura de alumínio com pintura a pó poliéster e aro interno orientável em PA6 reforçado. A empresa oferece garantia de cinco anos.

Santos sugere que o produto seja exposto em showroom. “É onde o cliente consegue visualizar o efeito da luz gerada pelo produto, de forma que possa conhecer esse funcionamento antes da aquisição”, indica. “Continuaremos investindo e acreditando no fortalecimento da indústria brasileira de iluminação, diante dos produtos importados asiáticos, que geram empregos e riquezas fora do nosso país”, pondera.

▶ SIEMENS IRIEL

A Siemens Iriel ressalta os atributos de design da linha Vivace de interruptores e tomadas, a única assimétrica do mercado. Inspirada nas formas marítimas, a linha Vivace foi finalista na categoria Design de Produto no Prêmio Museu da Casa Brasileira. O produto desenhado para um consumidor moderno, busca oferecer uma “elegância despreziosa”, informa a empresa. Mas a inovação não fica somente na forma: essa é uma das linhas mais high tech da Siemens. Foi a pioneira no lançamento das Tomadas USB no Brasil e com uma gama de diversos itens eletrônicos, como o acionamento e regulagem da iluminação de mesma tecnologia touch das telas dos smartphones e campanhas

eletrônicas com 5 opções de melodias que podem ser acionadas de diferentes pontos com músicas distintas. Dispõe, também, da Placa IP54, ideal para locais com umidade, como jardins, piscinas e banheiras. Além de ampla gama de opções de placas coloridas, agora é possível encontrar a linha completa na cor Carbono Metálico.

A empresa informa que todos os produtos da linha Vivace são comercializados em embalagens do tipo Flowpack ou Blister, com destaque para os Conjuntos Tomadas USBs comercializadas em caixas especiais. A orientação é para expor os produtos alinhados em expositores do tipo Gancheira, separando-os por modelo, funcionalidade e cor. Para os itens diferenciados, o ideal é que a exposição ocorra em Pontas de Gôndola, para dar visibilidade e atrair consumidores curiosos e que gostam de novidades. A Siemens Iriel projeta um ano de 2018 com crescimento e movimentação positiva no mercado elétrico brasileiro.

► LORENZETTI

A Lorenzetti apresenta uma linha completa de lâmpadas LED, com variadas soluções para projetos de iluminação residenciais e comerciais. Destaque aos Painéis LorenLED, disponíveis nos formatos redondo ou quadrado, de embutir ou sobrepor, com versões 6W, 12W, 18W e 24W. “Os painéis proporcionam iluminação altamente eficiente. Podem ser utilizados em vários ambientes, como bares, restaurantes, salas de exposição, cozinhas, banheiros, lavanderias, além de serem indicados para instalação em forros de gesso, lajes, madeiras, dentre outras possibilidades”, afirma Alexandre Tambasco, diretor Comercial da Lorenzetti. Ele esclarece que os produtos também se diferenciam por não aquecer o ambiente, garantindo o máximo de conforto. “Por não emitir raios ultravioletas e infraver-

melhos no fecho de luz, não desbotam tecidos, roupas ou obras de arte. Com acionamento instantâneo, as lâmpadas podem ser ligadas e desligadas sem alterar a vida útil dos produtos”, ressalta Tambasco. As lâmpadas LorenLED também economizam até 80% de energia elétrica e, por conta da tecnologia LED, a durabilidade é dez anos superior se comparadas aos modelos incandescentes. Os Painéis LorenLED vêm em embalagens autoexplicativas, indicando o modo correto de instalação e manutenção dos produtos.

“No ponto de venda, é importante que o fabricante destaque os principais benefícios e as vantagens que as lâmpadas LED oferecem ao consumidor final. Para uma exposição adequada, a execução correta do planograma garante padronização nas vendas. Algumas dicas são essenciais para destacar alguns modelos de lâmpadas, como, por exemplo, separar as lâmpadas por potência e temperatura de cor. A lâmpada com maior giro na loja deve ter um espaço de exposição maior e em destaque. É fundamental que os produtos estejam precificados, afinal, a decisão de compra ocorre nas lojas”, elucida o diretor. Em material promocional, a Lorenzetti disponibiliza displays para exposição da linha de iluminação e materiais exclusivos de divulgação, como banners e catálogos dos produtos. Tambasco lembra que se trata de ações importantes: “No momento da escolha do modelo ideal é quando surgem as principais dúvi-

das sobre os produtos relacionados à aplicação e à instalação”. O diretor lembra que a Lorenzetti tem realizado investimentos anuais voltados ao estoque de produtos para garantir aos clientes abastecimento contínuo, aos novos centros de distribuição, aumentando a capacidade de armazenagem, à ampliação do portfólio de produtos, à pesquisa, ao desenvolvimento e ao marketing. “Para 2018, a Lorenzetti pretende dobrar o faturamento na categoria e consolidar a marca no mercado de iluminação”, encerra.

► MUNDIAL LUX

“O produto que se destaca em nosso portfólio é a Lâmpada Bipino G9, que faz parte da Linha Homelux, e tem, como destaque, a eficiência luminosa. Essa lâmpada é a que vende mais, e, com a regulamentação do Inmetro e a adição da temperatura de cor 6.500K é o destaque da empresa”, conta Mário Sérgio dos Santos, do Marketing da Mundial. Ele indica que a exposição pode ser feita em prateleiras e gôndolas, por ser produtos que vão em blisters e baixas.

Santos revela que 2017 foi um ano de adaptação às novas regras do Inmetro. “Agora a Mundial Lux já conta com os produtos regularizados junto ao Inmetro, e, em 2018, acreditamos ter a volta do crescimento das vendas”, anuncia.

► NAMBEI

O destaque da Nambei é o Cabo Nambeiflex 450/750 V, que está disponível em rolos de 50 metros, com expositores

“Entre os últimos lançamentos da marca, temos alguns destaques, como a Lâmpada de Filamento LED Vintage, que oferece 85% de economia de energia, além de ser belíssima, com um toque de personalidade na decoração”

**AFONSO SCHREIBER,
presidente da Taschibra**



e metradores. Para o analista de Marketing Fernando dos Santos Saviolo, “a expectativa é de que as vendas possam ser 15% superiores ao ano passado”.

▶ PLUZIE

A diretora Comercial da Pluzie, Cristina Godoi, destaca a linha de interruptores e tomadas Revier, com design diferenciado e placas de aço escovado na cor champanhe. A executiva informa que os produtos dispõem de embalagem autoexplicativa e são ideais para exposição em gôndolas para autoatendimento. A empresa projeta crescimento para o ano de 2018.

▶ REVOLUZ

A Revoluz tem um portfólio de diversos tipos de produtos com linhas que atingem públicos e segmentos diferentes. “Hoje, podemos dizer que um dos destaques no nosso portfólio são as luminárias lineares para Lâmpadas TuboLED da linha Revoluz Ideia”, afirma Alex Fernandes Garcia, coordenador de Marketing.

“Tanto os modelos de embutir quanto os de sobrepor são extremamente práticos, pensados para maior eficiência e facilidade no momento da instalação e da manutenção, garantindo o melhor aprovei-

tamento de luz das Lâmpadas LED. São fabricadas de alumínio, com o excelente acabamento Revoluz, já conhecido pelo mercado”, continua Garcia.

O coordenador descreve que os produtos oferecem embalagem individual com duas cabeceiras e invólucro de plástico, permitindo a visão do produto. Nas cabeceiras, o usuário tem uma foto de aplicação, informações técnicas do produto, especificação do modelo ali embalado e o manual de instalação passo a passo, além de informações de contato da empresa. “Para a linha Revoluz Ideia temos embalagens individuais especialmente desenvolvidas para o autosserviço. O lojista pode colocar os produtos nas gôndolas e, ainda, instalá-los em painéis para demonstração. Também fornecemos alguns displays para os principais parceiros”, conta Garcia. “Para os demais produtos das linhas Revoluz, é preferível o uso de showroom com os produtos instalados no teto ou em painéis verticais”, segue. “Depois dos últimos anos de crise econômica no país, esperamos aumento de vendas e recuperação do mercado em geral, que começa a ganhar mais confiança. O mercado de iluminação é muito promissor e sempre aspira crescimento e estamos otimistas para 2018”, encerra Garcia.

▶ SCHNEIDER ELETRIC

Para a Schneider Eletric, o destaque é a linha de produtos Orion. “Essa linha oferece uma série de diferenciais, principalmente, pela vasta gama de componentes eletrônicos, como módulo USB, módulo HDMI e dimmer para LED. Outro destaque é o sistema de proteção para crianças, presente em todas as tomadas energizadas. Além disso, a linha dispõe de 19 opções de cores e acabamentos que variam de pintura automotiva até materiais de alumínio escovado ou materiais cromados”, enumera a diretora de retail Patrícia Cavalcanti. “Vale destacar, também, a placa coringa, a queridinha dos arquitetos, a Orion You. Essa placa pode moldar-se a qualquer ambiente, mas ser um verdadeiro camaleão dentro de uma casa. Como a parte frontal é removível e transparente, fica a critério do cliente escolher o fundo decorativo, podendo ser adaptado a paredes com texturas, cores, papel de parede, entre outros”, ressalta. Sobre as embalagens e a comunicação dos produtos, a executiva relata as mudanças que foram feitas. “Para mostrar o potencial dos produtos ao cliente final, tivemos de alterar a maneira de nos comunicar, mantendo o foco na diferenciação das placas. Separamos por acabamentos cromados, placas de alumínio e Orion You. Mudamos o material da embalagem, que era feita em flowpack, e passamos a trabalhar com blister (transparente). Além disso, instruções na embalagem da Orion You foram alteradas para explicar a incrível função. O consumidor final, muitas vezes, faz uma compra desassistida e, pensando nisso, as embalagens passaram por esse processo de mudança, dando a explicação necessária. Achamos que essa é a maneira correta de expor nossos produtos”, informa Cavalcanti. “Para 2018, prevemos uma retomada da economia e, principalmente, do mercado da construção civil. Com isso, nossa expectativa é de que a Schneider cresça no mercado, como já vem fazendo nos últimos anos”, encerra a executiva.



1. Produtos Margirius
2. Produtos ECP
3. Produto Aureon

▶ SIEMENS

O analista de Marketing Estratégico da Siemens, Bruno Bernt Eymael, afirma que o portfólio da empresa para proteção elétrica é o mais completo do mercado. “Os produtos são sinônimos de qualidade e segurança para qualquer tipo de instalação, além das facilidades para instalação e uso. Dentre os que merecem destaque, estão os minidisjuntores 5SX1. Esta linha de produto garante a vida útil de 20 mil manobras e é a única linha de minidisjuntores no Brasil com selo holográfico para garantir a originalidade. Tão importante quanto, os dispositivos DR 5SV5 garantem a proteção contra correntes de fuga à terra. É uma proteção eficaz tanto à segurança dos equipamentos quanto à vida dos usuários. Complementando o portfólio de proteção elétrica residencial, os quadros de distribuição Simbox são os únicos com certificação voluntária, emitida pela TUV Rheinland, garantindo a conformidade dessa linha de produto com as normas técnicas”, detalha Eymael. Ele conta ainda que a proteção elétrica de estabelecimentos e residências é composta por um conjunto de produtos, como quadros de distribuição, minidisjuntores, dispositivos DR, sistema de proteção contra surtos (DPS), barramentos etc. “Desta forma, é importante que a revenda possua todo o portfólio em estoque, garantindo, assim, a disponibilidade aos clientes. Na maioria das vezes, os produtos que precisam ser adquiridos para a proteção elétrica são especificados por um profissional do setor, mas adquiridos por um consumidor leigo. Por isso, a exposição precisa estar munida de comunicação visual clara e simples, que facilite a qualquer pessoa adquirir o produto. É importante, também, que a equipe de vendas esteja capacitada para esclarecer eventuais dúvidas e que tenha ferramentas apropriadas, como

“O ponto de venda é muito importante para a decisão da compra. Nossas embalagens são em double blister, o que garante completa exposição do produto.”

RENATA PILÃO,
gerente de
Marketing da Ourolux



brochuras e tabelas de especificação, para ajudar na seleção do equipamento ideal”, indica o analista.

“A Siemens conseguiu manter os níveis de vendas em 2017. O mercado sofreu nos últimos três anos forte retração, que pode ser interpretada como resultado da situação político-econômica pela qual o país está passando. Projeta-se que, em 2018, apesar de ser ano de eleição e ainda haver incertezas, o mercado voltará a crescer. Já é possível perceber certo otimismo e a expectativa para o ano é positiva”, anuncia Eymael.

▶ SIL

O destaque da Sil é a versão “mini” dos rolos de cabos elétricos. “O Pocket Pack SIL tem acondicionamento mais prático e de fácil manuseio para os revendedores e, também, para os consumidores que buscam um produto destinado a pequenas reformas elétricas. Produzido em todas as cores e seções nominais – do 1,5mm ao 10mm, nas metragens 10, 15 e 25 – o peso máximo suportado no empilhamento da caixa de baixo é de 230kg ou o equivalente à apresentação de 3 a 4 caixas, variando de acordo com a seção nominal e a metragem dos produtos”, conta o gerente Comercial e de Marketing, Pedro Morelli.

O fio sólido SIL 750V e cabo FlexSil 750V são produzidos nas cores preto, branco, azul, vermelho, verde, amarelo e verde-amarelo. O cordão flexível

paralelo SIL 300V está disponível nas cores marrom e branco. O Pocket Pack SIL facilita o manuseio e possibilita diversos tipos de empilhamento e apresentação no PDV. Pode ser exposto somente com a caixa de cima aberta, facilitando o estoque de produtos do lojista na própria gôndola, como, também, com duas caixas abertas, uma sobre a outra, aumentando a exposição dos materiais do PDV e agregando maior valor à loja. “No site e no APP SIL há um filme autoexplicativo, que apresenta em detalhes o acondicionamento e o manuseio do produto, além da melhor exposição no PDV”, indica Morelli. Sobre as perspectivas de mercado, o executivo pondera que esse é um segmento bastante concorrido. “Ter uma marca de relevância é garantia de qualidade e confiança para o consumidor. E uma imagem conquistada com transparência comercial e responsabilidade com o produto se traduz em reconhecimento pelo mercado. Por tudo isso, a SIL está sempre bem colocada, com vendas equilibradas ao longo de todo o ano. Mas, pelo que tudo indica, 2018 deverá ser um ano melhor. Dados de entidades ligadas ao setor projetam aquecimento e algum crescimento. Para nós, já no segundo semestre de 2017, percebemos que o mercado estava reagindo e registramos incremento em peso, fechando o ano com alta de 5%”, revela o gerente.

► TASHIBRA

A Tashibra apresenta uma grande gama de produtos, que vão desde lâmpadas LED de alta eficiência até pendentos decorativos de vidro artesanal. “Entre os últimos lançamentos da marca, temos alguns destaques, como a Lâmpada de Filamento LED Vintage, que oferece 85% de economia de energia, além de ser belíssima, com um toque de personalidade na decoração. Quanto aos pendentos da Linha Marrocos, produzidos nacionalmente com vidro artesanal, são mais de 20 opções entre cores e modelos”, ressalta o presidente da empresa, Afonso Schreiber. Para exposição nas revendas, a Tashibra oferece, além dos tradicionais expositores de linha, a criação de expositores diferenciados. “Conversamos com clientes que têm um trabalho já consolidado e analisamos vários aspectos da loja. O espaço, a demanda, quais produtos despertam mais interesse do público, tudo isso é levado em consideração. Com essas informações coletadas, inicia a fase de desenvolvimento do projeto. Quando temos a ideia pronta, apresentamos ao cliente. Tudo é feito pensando nas especificidades daquele local e do público. Já desenvolvemos projetos para espaços de todos os portes e, sempre, com retorno muito positivo”, explica Schreiber. Nas embalagens, o consumidor também encontra todas as informações necessárias sobre o produto. Para o ano de 2018, o executivo é otimista. “Esperamos uma melhora da estabilidade política e econômica do país, gerando aumento do faturamento e, também, rentabilidade a partir da ampliação das exportações.”

► TIGRE

A Tigre tem portfólio amplo e completo, com soluções eficientes e seguras para a instalação de energia elétrica. “Dentre os produtos, podemos citar o Quadro de Distribuição Slim, que, de design moderno, combina com qualquer ambiente. O produto é montado em módulo e

atende ao padrão de disjuntor (DIN) das instalações elétricas residenciais e comerciais. Além disso, por ter componentes fixados por simples encaixe, permite montagem mais rápida, sem comprometer a eficiência da instalação”, explica o gerente de Marketing de Produtos da Tigre, Rene Kuhnen. “Ainda, por causa do corpo mais fino – com apenas 6cm de profundidade –, é possível instalar o quadro em paredes de alvenaria e drywall. A superfície lisa, também, torna a limpeza mais fácil, já que não cria incrustações. Os modelos têm capacidade de 12, 16, 32, 48 e 64 disjuntores”, continua.

“Outro destaque da companhia é a linha Tigreflex, sendo o principal produto o eletroduto de PVC corrugado flexível. E é de fácil instalação, porque é possível curvÁ-lo para realizar mudanças de direção sem amassar, com marcação metro a metro e dispensa conexões – o que, também, reduz custos de mão de obra e prazos na execução das instalações”, detalha Kuhnen. “Recentemente, a Tigre lançou nova bobina do Tigreflex, que desenrola sem se desfazer, facilitando, muito, o manuseio. A empresa também otimiza o frete com mais bobinas por carga, melhora o empilhamento e a exposição no ponto de venda. A linha Tigreflex dispõe de Caixas 4x2 e 4x4, antichama, com maior espaço interno e grau de proteção IP40 – o que não deixa entrar argamassa – e, ainda, têm entradas com desenho patenteado para não soltar os eletrodutos”, ressalta.

“Para completar o sistema, não podemos deixar de falar do Quadro VDI, que organiza, em um único ponto, os cabos e os dispositivos de telefonia (conectores para telefone RJ11), Rede (modem) e TV. A utilização pode ser tanto dentro da residência ou da sala comercial quanto nas áreas comuns de prédios. Além do design bonito, que combina com as outras linhas de Quadros da Tigre, a placa móvel para

fixação e organização dos dispositivos e cabos apresenta mais facilidade”, completa o gerente.

Kuhnen conta que a Tigre investe em treinamento, comunicação e ações estruturadas de marketing no PDV, como forma de garantir a correta exposição e a divulgação dos produtos. “No caso do Tigreflex, sugerimos que sejam expostos na revenda, empilhados, para destacar a nova embalagem, além de ser perfeitos para exposição em ilhas. Os Quadros de Distribuição e VDI têm embalagem individual, ideal para exposição em gôndolas e pontas de gôndolas”, indica. O executivo afirma que o Grupo Tigre tem boas perspectivas para as vendas no mercado da construção civil em 2018. “Seguimos inovando para atender às demandas dos clientes. Os nossos produtos para a rede elétrica podem ser utilizados tanto em um novo empreendimento quanto por aqueles que precisem fazer mudanças elétricas em suas residências ou nos estabelecimentos comerciais”, conclui.

► VONDER

A linha de ferramentas e equipamentos voltados para atividades elétricas da VONDER é ampla e atende às mais diferentes necessidades de uso dos profissionais da área. “Nas ferramentas manuais, indispensáveis para esse trabalho, o grande destaque é a linha VONDER VDE, que reúne tecnologia, precisão e máxima segurança para instalações, reparos e manutenções elétricas”, afirma Valter Lima Santos, diretor Comercial do grupo OVD/VONDER. Compõem a linha modelos de alicates, faca de precisão e chaves de fenda, phillips, pozidrive e canhão, produzidos de aço cromo vanádio e com cabo isolado 1.000 V, promovendo a segurança necessária durante o uso. Para garantir a confiabilidade e o crivo técnico, a linha tem todos os produtos testados individualmente e atendem à norma internacional EN/IEC 60900:2004.

“Entre as novidades para o segmento, um lançamento expressivo é o Detec- tor de Tensão DTV 1000 VONDER, que detecta a tensão sem a necessidade de encostar o equipamento no contato ou no fio, desde que a distância da ponta até o local de verificação seja menor que 30 mm. É indicado para detectar a presença de tensão AC com ou sem contato no condutor, estando isolado ou não – uma luz vermelha na ponta e um sinal sonoro indicarão a presença de tensão. Possui desligamento auto- mático e LED para iluminação (lanterna), que facilita a visualização do local, proporcionando maior praticidade e segurança durante a verificação. Aten- de às exigências da Norma IEC 61010- 1”, informa Santos.

Também, na linha de medição de cor- rente, o Alicata Amperímetro AAV 1000 VONDER é indicado para pro- fissionais da área de eletroeletrônica na medição de corrente alternada até 1.000A. O equipamento também agre- ga funções de voltímetro, ohmímetro, teste de continuidade e diodo, sendo ideal para medições de correntes AC, tensão, resistência, frequência, con- tinuidade e diodo – não realiza medi- ções de corrente DC.

Valter Lima Santos explica que a VON- DER une o conceito da embalagem fun- cional e autoexplicativa dos produtos com exposição atrativa no PDV, como instrumentos para facilitar tanto a or- ganização quanto o entendimento das funcionalidades completas do produto para o consumidor. “Uma orientação importante é posicionar os produtos respeitando as famílias, com itens de uso semelhantes colocados próximos, ampliando o entendimento do consu- midor em relação à abrangência e às necessidades correlacionadas”, indica. “A VONDER também vem ampliando a forma de divulgação de lançamentos e destaques do próprio mix, com vídeos que apresentam os principais atribu- tos técnicos e as dicas para uso corre-

“Dentre os produtos, podemos citar o Quadro de Distribuição Slim, que, de design moderno, combina com qualquer ambiente. O produto é montado em módulo e atende ao padrão de disjuntor (DIN) das instalações elétricas residenciais e comerciais.”

RENE KUHNEN, gerente de Marketing de produtos da Tigre



to, auxiliando tanto o revendedor, com argumentos e apresentação na hora da venda, quanto o consumidor, que pode ter em mãos, de forma fácil e didática, as informações completas sobre o nos- so mix”, continua Santos. Ele sugere o acompanhamento da empresa nas re- des sociais ou no site para acompanhar as constantes novidades.

▸ OUROLUX

A Ourolux destaca a linha de plafons LED. MIX completo para utilização em ambientes com gesso (plafons de em- butir), e, também, para substituição simples, com o plafon de sobrepor. Disponíveis nas duas temperaturas de cor (2700K e 6400K). Todas as embala- gens da Ourolux são feitas para o consu- midor utilizar o produto de forma corre- ta e não realizar compras equivocadas. A gerente de Marketing Renata Pilão destaca a melhor maneira de os reven- dedores expor os produtos: “O ponto de venda é muito importante para a decisão da compra. Nossas embala- gens são em double blister, o que ga- rante completa exposição do produto. Indicamos que a exposição siga um planograma separado por tecnologia/ potência e temperatura de cor para fa- cilitar a escolha do consumidor”, expli- ca. E aproveita para dizer que a empre- sa acredita que o mercado está mais aquecido. “Assim, vamos manter o cre- cimento conforme os anos anteriores.”

▸ FAME

O destaque da FAME é a linha de ma- terial elétrico Evidence, produto que se destaca no mercado pela qualida- de e o acabamento, além de receber um tratamento especial que garante maior resistência contra os raios ul- travioletas, garantindo uniformidades das cores dos conjuntos.

“Nossos produtos devem ser expos- tos em gôndolas, divididas em cate- gorias e com identificação de cada linha a ser comercializada, tornando cada produto visível e acessível, para que possa ser visto e manuseado pelo consumidor. A comunicação visual também é muito importante no ponto de venda, pois é sempre válido utilizar ferramentas como cartazes e banners para comunicar promoções e ofertas de produtos”, explica Rodrigo Gobeti, encarregado de Propaganda e Marke- ting da empresa.

A expectativa de vendas da FAME, para este ano, é muito positiva. “Esperamos superar o volume de vendas do ano passado e, ao mesmo tempo, aumentar o número de novos clientes, gerando para a empresa mais negócios.”

▸ TRAMONTINA

A unidade de materiais elétricos da Tramontina oferece design, segurança e soluções técnicas para produtos des- tinados a instalações elétricas, aten- dendo, com precisão, a todas as carac-



1. Produto Radial
2. Produtos Steck
3. Produtos Astra

terísticas que os produtos exijam. Sempre atenta à evolução do mercado e ao desenvolvimento de novas tecnologias, a empresa segue ampliando o portfólio de materiais elétricos. Em 2016, deu um passo importante na consolidação da marca, com o lançamento de linhas de disjuntores e quadros de distribuição. Agora, se prepara para dar um novo salto, desta vez, com a entrada no segmento de lâmpadas LED.

“Tendo como diretriz a satisfação de seus clientes, desde o início deste projeto, a Tramontina teve a qualidade como premissa fundamental, com o objetivo de oferecer um amplo mix de soluções em iluminação com produtos que propiciem durabilidade, economia e bem-estar. Além das lâmpadas em diversos modelos, constarão do catálogo plafons, refletores e luminárias, sempre LED”, informa Roberto Aimi, diretor Executivo da Tramontina Eletrik. Para o desenvolvimento dos lojistas, a Tramontina oferece materiais de apoio de acordo com a necessidade de cada revenda: expositores de parede, displays de balcão e de parede em diversos formatos, dependendo do produto, e expositores do tipo autosserviço.

“No entanto, a empresa considera fundamental atender às particularidades de cada região e de cada revenda onde

atua. Por isso, além da ambientação do ponto de venda, também focamos na especificação de produtos de acordo com o perfil de cada loja; e nos treinamentos, principalmente para funcionários do cliente, esclarecendo a utilização de novos produtos e reforçando a importância da escolha e da instalação adequada dos materiais elétricos”, diz Aimi.

► KRONA

A Krona Tubos e Conexões fabrica e comercializa eletrodutos rígidos, eletrodutos flexíveis corrugados, luvas e curvas roscáveis e soldáveis em diversos tamanhos e ângulos, fita isolante, caixas de luz 4x2 e 4x4, Caixas de Luz e Prolongador Octagonal e Caixas de Centro para Laje e luvas de pressão.

“Os produtos da linha elétrica da Krona foram desenvolvidos com a melhor qualidade do mercado e são testados pela PBQP-H (Programa Brasileiro da Qualidade e Produtividade do Habitat) e pelas Normas ABNT NBR 15465 – 2008. Para buscar uma maior aproximação junto ao varejo de auto serviço, a Krona lançou os eletrodutos flexíveis corrugados com metragens menores. São rolos de 25 e 10 metros que possuem embalagens próprias o que facilita no momento de comprar e expor os produtos”, informa Valdicir

Kortmann, diretor de Vendas e Marketing da Krona Tubos e Conexões.

Para auxiliar na exposição dos produtos, a Krona disponibiliza para os lojistas um amplo portfólio de materiais para ponto de venda. Através desses materiais, as lojas de materiais de construção conseguem identificar e orientar o consumidor para o local onde estão os produtos da Krona Tubos e Conexões.

“A área de Vendas e a de Marketing trabalham em conjunto para desenvolver as melhores ações com os revendedores. São realizadas constantes ações de promoção com a área de Marketing e Produtos no ponto de venda e a efetividade desse trabalho é conquistada com o apoio fundamental dos representantes da Krona”, explica Valdicir.

DESTAQUES

Eletroduto Corrugado Flexível KronaFlex é mais resistente e seguro (não propaga chama). Ideal para instalações embutidas e isento de corrosão, o Eletroduto Corrugado Flexível KronaFlex, oferece mais segurança e eficiência aos usuários. O produto é certificado pelo Programa Brasileiro da Qualidade e Produtividade do Habitat (PBQP-H). O material, que é normatizado de PVC auto-extinguível e não propaga chamas, possui elevada resistência a compressão diametral.

O Eletroduto Corrugado Flexível KronaFlex pode ser dobrado sem deformações, é leve e de fácil manuseio no transporte e instalação. A Linha Elétrica da Krona recebe rigoroso controle de qualidade, tornando-se mais resistente e confiável.

O executivo destaca que, atualmente, a Krona se diferencia no mercado pela qualidade, credibilidade, tradição pelos 24 anos de mercado (1º de setembro) e ótima relação custo-benefício dos produtos. “A credibilidade dos produtos da Krona tem atraído cada vez mais clientes, não é à toa que somos uma das maiores empresas de tu-

bos e conexões do Brasil. A cada ano, investimos na complementação de linhas do nosso portfólio, na capacitação de profissionais e em melhorias e ampliação das fábricas”, diz.

Para manter a lembrança da marca na mente do consumidor, a empresa contribui para as vendas do ponto de venda com o investimento em comunicação. “Em 2018, expandimos a exposição para todo o Brasil com nova identidade, reforçando principalmente a comunicação das lojas com peças na cor vermelha, e investimos na mídia televisiva, impressa e digital com uma campanha que destaca os diferenciais da Krona. Porque? “Quem Questiona, Usa Krona”, encerra.

► FLC

O portfólio da FLC é bastante diversificado, com soluções para iluminação residencial e corporativa. “Temos desde luminária até uma linha LED dimerizável e bivolt. São mais de 200 produtos, entre lâmpadas, luminárias, painéis, refletores e acessórios para iluminação, como sensores e dimmer. Destacamos a luminária com conexão Bluetooth. A Luminária LED Noturna FLC é um produto que traz praticidade e portabilidade: relógio com alarme e função soneca conexão Bluetooth, caixa de som integrada e Não esquentam. Além de oferecer dimerização com apenas um clique, pode ser utilizada como viva voz do celular, aceita cartão de memória e sua bateria é facilmente recarregável através de conexão USB”, explica Paulo Mündel, CCO | Diretor de Marketing e Vendas. As embalagens da FLC permitem que o consumidor encontre, de forma rápida e fácil, qual é a tecnologia, o produto e a temperatura de cor ideal para cada ambiente da casa. Os produtos estão separados por categorias (Casa e Escritório, Decor ou Profissional), e as tecnologias de cada lâmpada são especificadas por diferentes cores.

Paulo acredita que a maneira correta de expor os produtos é gerando experiência aos consumidores. “E, por isso, nós, da FLC, temos uma equipe em território nacional dedicada a gerar essas experiências por meio de novos conceitos de exposição e do material de PDV, que, muitas vezes, são customizados de acordo com o tamanho e o perfil das lojas.”

As expectativas de crescimento, este ano, são bem positivas, principalmente, pela proibição de comercializar, a partir de 17 de janeiro, lâmpadas LED sem certificação do Inmetro. “A motivação para a certificação de lâmpadas LED não foi diferente das de outras lâmpadas: expurgar do comércio importadores e fabricantes que encontraram no mercado brasileiro, desregulamentado, oportunidade de comercializar lâmpadas baratas, com baixa qualidade, não só em termos de desempenho como de segurança. Com isso, quem sempre teve o foco voltado à qualidade e ao respeito ao consumidor, como a FLC sempre fez, tem excelentes perspectivas de vendas para 2018”, encerra Paulo. E informa que os investimentos da Tramontina Eletrik são contínuos, pois inovação e diversificação fazem parte da história da empresa. “A marca está atenta às possibilidades e teremos lançamentos que ampliarão a variedade de produtos oferecida, o que deve gerar o aumento nas vendas”, explica.

► MARGIRIUS

No universo dos produtos MarGirius, um dos destaques mais recentes é a Linha Infiniti de tomadas e interruptores residenciais. Com acabamento polido e design diferenciado, a Linha Infiniti oferece amplas possibilidades de personalização, em um projeto que harmoniza beleza, durabilidade e praticidade para os instaladores, com excelente relação custo/benefício. A estrutura modular apresenta uma paleta com 17 cores de placas e suportes, com

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

módulos brancos ou ebony. Além das funções convencionais, a Linha Infiniti incorpora outros produtos de conveniência e acessórios que ampliam as possibilidades de uso, tais como: luzes de emergência, interruptores duplos, carregadores USB, tomadas HDMI e prolongadores para caixas de passagem.

► ECP

A ECP tem Linha de Projetores LED IP65 fabricados no Brasil. O destaque dessa linha para uso externo são os modelos P50 e P100, que ajustam o foco da luz para dois sentidos diferentes e opostos. A embalagem do produto é autoexplicativa, levando o cliente final a perfeita interpretação das aplicações possíveis do produto. O produto declara a potência (consumo) e a emissão de luz real, diferentemente dos fabricados na China, que costumam declarar valores falsos. Vanessa Menezes Rosa, do Marketing, aconselha aos revendedores que “o ideal é a exposição em gôndolas de autosserviço, ou em local visível, logo atrás do balcão de atendimento”. Quanto ao mercado, Vanessa informa que a expectativa é de crescimento. “Temos a expectativa de crescimento, o ano começou bem agitado com muitas consultas e projetos. São vários lançamentos programados para 2018, o que nos deixa mais otimistas ainda.”

► AUREON

A Aureon, além de atender aos projetos especiais/customizados, dispõe de uma ampla gama de produtos, com destaque

para a linha do Blokito 500/L e Lumeon 6. “Entre as diversas vantagens que o cliente tem ao adquirir produtos Aureon, três grandes diferenciais são oferecidos ao mercado: garantimos a utilização LEDs, de excelente procedência; tecnologia SMD, LEDs de aclaramento e balizamento com vida útil de 30.000h, e seguimos como parâmetro de fabricação a NBR nº 10898 da ABNT (Associação Brasileira de Normas Técnicas).

Além disso, oferecemos garantia de 24 meses contra defeitos de fabricação”, explica Claudia J. Picchi - gerente Comercial. Cláudia informa que os produtos são acondicionados em embalagens autoexplicativas, além do manual de instalações. Quanto à exposição no ponto de venda, a gerente Comercial recomenda que “a forma mais correta de expor nossos produtos é mantê-los instalados em display, ligados, diretamente, na concessionária 24 horas, sem interrupção”. A empresa espera crescimento de 10% nas vendas, este ano, comparado com 2017.

► NEXANS

Os destaques da Nexans são os cabos Noflam Flex 450/750 V e o Fiter Flex 0,6/1 kV. Ambos têm, como característica, a alta flexibilidade, na classe 5 de encordoamento, o que garante a facilidade na hora da instalação. O Noflam Flex apresenta, ainda, como diferencial, a camada “skin”, que deixa a superfície da isolação mais deslizante, facilitando a passagem dos cabos no momento da instalação. Outra vanta-

gem dos cabos Noflam e Fiter Flex, que merece destaque, é a marcação dupla metro a metro, com garantia de mais controle no comprimento do cabo, conforme o fracionamento gradual, e a possibilidade de, quando o cabo é cortado por metro, ambas as extremidades mantenham a referência de metroagem. Os cabos Noflam e Fiter Flex oferecem mais segurança por causa das características especiais quanto à não propagação de chama e auto-extinção do fogo, além das versões livres de halogêneo para instalação em locais com grande afluência de público.

Os cabos Nexans acompanham a embalagem com as características principais dos produtos e atendem a todas as normas aplicáveis. Segundo a gerente de Marketing Lis Oliveira, “a exposição de produtos depende muito do modelo de negócio da revenda ou do distribuidor. Mas, independentemente da exposição, é sempre importante a responsabilidade da revenda em oferecer, aos clientes, produtos certificados pelo Inmetro, que atendam às normas técnicas e tenham confiabilidade. É papel do vendedor, também, colaborar na orientação e no auxílio do cliente para a escolha do produto certo, de acordo com a aplicação”.

► ZAGONEL

O destaque da Zagonel é o Refletor Forza Evo, alto índice de eficácia luminosa 135lm/w, fácil instalação, design diferenciado e alto índice de fator de potência (0,98). Cleiton Hoss, departamento de Marketing, Promoção, Merchandising, recomenda que a exposição é fundamental para as vendas. “A demonstração do produto funcionando torna a venda muito mais fácil e direcionada ao público profissional”, recomenda. Quanto ao mercado, Cleiton explica que os grandes clientes buscam qualidade acima de tudo, “e buscamos, para 2018, aumentar o volume de vendas do produto em 35% e direcionar nossos produtos ao público final.”



“A forma mais correta de expor nossos produtos é mantê-los instalados em display, ligados, diretamente, na concessionária 24 horas, sem interrupção”

CLAUDIA J. PICCHI, gerente Comercial da Aureon

► DEMAPE

A Demape destaca sua Lâmpada LED A60, ideal para residenciais. Everton Faria, do Marketing destaca que os “nossos produtos são certificados e testados em laboratórios próprios e acreditados pelo Inmetro. A Demape é homologada nas principais concessionárias e empresas de energia do país”, informa. As lâmpadas residenciais são disponíveis nas potências: 4,8W / 7W / 9W / 12W / 3000K (Branco Quente) e 6500K (Branco Frio); Lâmpadas LED T8 - TuboLED, ideais para salas comerciais/empresas. “As lâmpadas LED pertencem à linha EnergyLED e têm embalagens autoexplicativas, com todas as informações técnicas exigidas pelo mercado, e a melhor maneira de expô-las no PDV é o uso de gôndolas, cestos e displays ou balcão”, diz Everton.

► RADIAL

Apesar do forte da Radial ser a linha de plugues, soquetes, protetores de linha e extensões, a linha de interruptores e tomadas tem se destacado pelo design clássico que oferece ao consumidor fácil instalação e uma garantia abrangente, embalagem explicativa, além de suporte telefônico e por e-mail ao cliente final e revendas. O diretor da empresa Netinho destaca a linha modular de interruptores Pérola Branca, lançada em 2008, mas que ao longo dos anos tem sido o grande destaque no segmento de interruptores e tomadas modulares. “A linha Gelo, também de interruptores e tomadas, lançada em 2017, mostra-se notória, pois combina tanto com o ambiente residencial quanto comercial e oferece custo-benefício diferenciado”, informa. Os produtos Radial são expostos nas revendas com expositores personalizados e alinhados com as necessidades dos parceiros, além da linha clássica de exposição como ganchetas, expositores de mesa, potes etc. Com relação ao cenário econômico, Ne-

tinho espera que, “com a recuperação de crédito das empresas de construção civil, e o cenário mais estável no último ano, acreditamos que o crescimento será estável, mas a médio prazo”, encerra.

► STECK

A empresa destaca a Linha Sophie, composta por mais de 50 itens disponíveis entre interruptores, tomadas e módulos para conectividade, como TV/vídeo, RJ45, telefonia e a grande tendência do mercado: o carregador USB. A linha Sophie chega, em primeira mão, no recém-inaugurado Obramax, loja pioneira em atacarejo de materiais de construção, localizada em São Paulo. Também tem a Linha Prensa Cabos, que são utilizados para fixar a fiação. O produto pode ser aplicado nas entradas para cabos de energia em unidades combinadas (Unicom) e em plugues e tomadas industriais. Com aplicação rápida, a segurança é garantida contra possíveis cortes, o que evita os riscos de danosos curtos-circuitos. Com três tipos de roscas (PG, BSP e métrica), dois formatos (curta e longa) e duas opções de cores (cinza claro e preto), o prensa cabos da Steck é o único que possui variedades que se ajustam a qualquer cenário de instalação com um grau de proteção IP67. O produto de alta resistência ao impacto alivia a tensão mecânica dos cabos, protegendo o equipamento da entrada de umidade e poeira.

► ASTRA

Os destaques da linha elétrica da Astra são os quadros de distribuição de energia, disponíveis nos modelos de embutir e sobrepor. A linha é composta por cinco modelos que comportam 1, 3, 6, 12 ou 18 disjuntores tipo NEMA ou 1, 4, 8, 16 ou 24 disjuntores tipo DIN. Os produtos não propagam chamas, não mancham ou enferrujam e estão disponíveis na cor branca. Além disso, são submetidos a testes de qualidade de resistência mecânica, de isolamento e compressão e ao envelhecimento, impacto, calor, fogo e corrosão.

Parabéns a
Revista
Revenda
pelos 30
anos de
contribuição
ao setor de
material de
construção!

A
Bonasoldi
é parceira da
Revenda!



Bonasoldi

Distribuidora e Atacadista

Da Construção, do Campo e do Lar



www.bonasoldi.com.br
Gramado - RS / Itajaí - SC
0800 642 6416



venda **TÉCNICA**

Eis um produto que precisa do apoio do balconista para não ter problemas com os consumidores. Por isso, é muito importante que as empresas promovam treinamentos para que o revendedor ou o balconista saiba indicar o produto correto para a satisfação do cliente e o bom desempenho na obra.



ARGATEX

Um dos principais destaques da Argatex é o Rejuntamento Acrílico Premium Argatex. O produto é comercializado em potes de 1 kg, e a fórmula garante um ano de validade, se conservado na embalagem original, mesmo após aberta. “A embalagem evita desperdícios e faz que o cliente possa utilizá-lo parcialmente, sem perder o restante do produto. Além disso, a alta resistência mecânica e química o validam até mesmo para a utilização em piscinas, garantindo um acabamento liso e uniforme, além de durabilidade prolongada”, diz André Silva Fernandes, gerente de Produto da MC - Produtos Argatex. O executivo explica que a melhor forma de expor o rejunte acrílico é juntamente com os revestimentos para os quais esse produto é indicado. “Isso auxilia o cliente na hora de escolher a cor e o rejunte adequados ao revestimento que ele escolheu, garantindo um sistema de acabamento harmônico e eficiente. Além disso, nosso pote apresenta uma janela transparente, para que o cliente possa enxergar a cor real do produto no ato da compra, evitando contrastes indesejados entre a peça assentada e o rejunte”, detalha. Fernandes revela que a empresa tem expectativa de crescimento em torno de 30% em vendas. “Estamos em franca expansão nos Home Centers e nas Casas de Material de Construção, com posicionamento de profissionalização no PDV e inserção dos nossos parceiros aplicadores no alto mercado de capacitação dos profissionais da Construção”, conta. “Construir é Cuidar não se trata tão-somente de um slogan, mas, sim, de uma filosofia de vida entre os colaboradores da MC Bauchemie envolvidos nesse ambicioso projeto de expansão no mercado do varejo”, conclui.

BIOMASSA

Para o CEO da Biomassa, Ricardo Bruno Strafacci, o diferencial da empresa é a industrialização de produtos realmente prontos (sem adição de água) com apelo sustentável para a

“Construir é Cuidar não se trata tão-somente de um slogan, mas, sim, de uma filosofia de vida entre os colaboradores da MC Bauchemie envolvidos nesse ambicioso projeto de expansão no mercado do varejo”

ANDRÉ SILVA FERNANDES,
gerente de Produto da MC -
Produtos Argatex.



PRATELEIRA

1. Produto Argatex
2. Produto Biomassa
3. Produto Ceramfix

Construção, além da linha de tintas e de impermeabilizantes especiais. “Nosso produto-destaque é a Argamassa Polimérica Biomassa, produto substituto do cimento para alvenaria de vedação. É uma argamassa pronta para uso imediato diretamente da embalagem, então, dispensa a mistura de cimento, areia, cal e água”, explica.

“O produto, que já vem pronto, acelera em três vezes a etapa de vedação, reduz 95% do consumo de água, o que proporciona uma obra limpa e economia de 40% no custo”, continua o executivo. A embalagem em formato de aplicador de 3 Kg é autoexplicativa, além dos desenhos de método de utilização. “Um dado importante: essa bisnaga de 3 kg faz até 2m² de alvenaria, sendo que, para a construção dessa mesma área seriam necessários cerca de 60kg da argamassa (cimento, areia, cal e água)”, ressalta Strafacci.

Ele conta que a empresa também oferece o rejunte acrílico Rejunta Já, produto substituto do rejunte cimentício, que vem pronto para uso imediato sem a necessidade de misturar com água, em bisnagas aplicadoras de 1 kg e disponível em 6 cores: branco, platina, cinza, palha, castanho e preto.

O CEO recomenda a exposição dos produtos em displays de aço com testeira. “Também disponibilizamos de um pequeno display de plástico com a propaganda do produto já mostrando aplicado em um bloco”, conta.

O executivo está otimista com o mercado. “Acreditamos que, com a retomada do mercado da construção, a busca por novas soluções sustentáveis e com o conceito de bricolagem (faça-você-mesmo), teremos crescimento na ordem de 40%, projetando o dobro para 2019.”

CERAMFIX

Dentre os lançamentos feitos pela Ceramfix no final do ano passado, quando a empresa apresentou novos produtos ao mercado, a inovação é a argamassa AC III Duo Tech, com versões na cor cinza e na cor branca. “É uma argamassa tipo AC III D E, com dupla tecnologia (Duo Tech), que permite adicionar mais água para obter uma massa mais fluida para assentamentos de porcelanatos slim, convencionais e pe-

dras naturais em pisos com menor consumo de material, ou menos água para assentamento de revestimentos em paredes, garantindo ótima tixotropia (baixo deslizamento)”, explica Luciano Landa, gerente de Mkt e P&D.

“Quanto à embalagem, não somente a desse produto inovador, como, também, de todo o portfólio da Ceramfix, mudamos em outubro de 2017 nossos layouts com foco minimalista e auto-explicativo. Aplicamos pictogramas na parte frontal da embalagem e, seguindo uma ordem estratégica de informações, os textos e, ainda, o nome do produto estão colocados de forma ordenada e embasada em pesquisa de campo para facilitar e auxiliar muito o consumidor no ato da compra. As cores escolhidas e a forma de dispô-las, também, foram pensadas de maneira que destaque o produto no PDV”, revela Landa.

Para ele, a correta exposição do produto depende muito do tipo de embalagem. “Temos embalagens-saco de 1kg e 5kg, que podem ser expostas nas prateleiras ou nas pontas de gôndolas. E, ainda, dispomos de caixas de 1kg e 2kg, que, além de prateleiras e pontas, podem ser colocadas em forma de ilhas e nos setores correlatos da loja, como, por exemplo, o setor de showroom de pisos e revestimentos. Temos embalagens do tipo bisnagas, com caixas display, que podem ser exploradas

“Nosso produto-destaque é a Argamassa Polimérica Biomassa, produto substituto do cimento para alvenaria de vedação.”

RICARDO BRUNO STRAFACCI, CEO da Biomassa.



em check outs ou no setor de showroom, colocadas sobre as gôndolas de mostruários de pisos e revestimentos. As bisnagas estão preparadas, também, para ser usadas em ganchetas ou clip strip, na tática de cross merchandising. Por fim, as embalagens de 20kg, usadas no próprio palete em pontos extras ou ilhas no PDV”, detalha o gerente.

Sobre o mercado, Landa afirma que a expectativa da empresa é muito boa. “O alerta fica para as eleições, as quais sabemos que têm grande influência na macroeconomia. Temos também a Copa do Mundo, que pode diminuir os dias úteis

ACQUABIOS[®]

filtros e purificadores

DEFRUTE DA ELEGÂNCIA DENTRO DO SEU LAR!

Sempre de olho nas tendências, a nova Linha de Torneiras PREMIUM BANCADA foi elaborada para conferir elegância e sofisticação para sua cozinha.



“É uma argamassa tipo AC III D E, com dupla tecnologia (Duo Tech), que permite adicionar mais água para obter uma massa mais fluida para assentamentos de porcelanatos slim, convencionais e pedras naturais em pisos com menor consumo de material”

LUCIANO LANDA, gerente de Mkt e P&D, da Ceramfix.



de venda, mas, mesmo assim, percebemos que o otimismo no canal varejo e no canal engenharias (construtoras) está alto e o mercado, efetivamente, neste início de ano, já está mostrando alguma reação. Dentro de tudo isso, acreditamos em um crescimento de 15% nas vendas”, encerra.

▶ PRATIKO

Um dos principais produtos da Prático é o Collore Prático Absoluto, primeiro rejuntamento acrílico em pó monocomponente do Brasil. “É uma solução com inúmeros benefícios, além de rejuntar. Destacamos a possibilidade de assentar e rejuntar pequenas pastilhas simultaneamente, assim como fazer sobreposição destas, sendo indicado, também, para piscinas e saunas. Por ser um rejuntamento acrílico de tecnologia exclusiva e aditivado com agentes bactericidas, algicidas e fungicidas, além de totalmente impermeável e flexível, não mancha e não desenvolve mofo e bactérias. São mais de 40 cores em linha, incluindo tons de azul para piscinas, com disponibilidade de pronta entrega. O produto é embalado numa caixa autoexplicativa e moderna, o que torna a embalagem de fácil acesso e de bastante destaque nas lojas, proporcionando grande aceitação entre lojistas e clientes”, destaca o diretor-geral Maurício Camilli Landmann.

“Acreditamos que a exposição do produto na loja é fundamental para que o cliente possa fazer a escolha correta à sua obra. Inovamos na maneira de expor, colocando o rejuntamento nos mesmos locais em que são expostas as cerâmicas, facilitando a escolha do cliente no que se refere ao rejuntamento e às cores mais adequadas para as cerâmicas já escolhidas”, afirma Landmann. Ele diz que os produtos são apresentados em embalagens limpas e práticas, com fácil acesso pelos vendedores e os clientes nas lojas. “É possível abrir o produto e sentir a textura do rejuntamento para que o cliente perceba que há uma qualidade diferenciada.” O executivo conta que a empresa também oferece expositores conforme a necessidade dos lojistas.

Landmann conta que a empresa projeta crescimento mínimo de 30% de aumento nas vendas em 2018. “Esse crescimento é previsto não apenas pela expectativa da recuperação econômica mas, também, diante das ações traçadas de ampliação de mercados e investimentos em lançamentos. Exemplo disso é o nosso novo rejuntamento acrílico em pó com aplicação líquida, o Rejunte Collore Invicto, que está sendo introduzido no mercado por causa da necessidade dos clientes de fazerem aplicações em juntas cada vez mais finas e de difícil aplicação. O intuito da nossa empresa é poder trazer a nossos clientes soluções inovadoras e de alta qualidade para que possam ter segurança e confiabilidade na finalização de suas obras.”

▶ PROPAM

A Propam Argamassas, em atividade desde 1953, é pioneira na fabricação de adesivos e de rejuntamentos cerâmicos. “Nosso carro-chefe é o JUNTA PAM, que reúne as melhores características dentre os similares. Em janeiro deste ano, lançamos nossa 19ª cor, o Argila”, conta Joaquim Duran. Para ele, a exposição das argamassas, próxima aos revestimentos, certamente, otimiza as vendas. Sobre projeções para o ano, o executivo afirma que as expectativas são de, pouco a pouco, sairmos da crise.

▶ MACXICOLA

O destaque da Macxicola vai para o rejunte Macxflex Fine Plus, desenvolvido com o objetivo de suprir a necessidade do mercado com um produto capaz de preencher juntas finas e difíceis para outros tipos de rejuntamento e que fosse também fluido, sem escorrer. Para Harold Mac Millan, gerente comercial da empresa, trata-se de um produto sem concorrentes. “O diferencial do rejunte Macxflex Fine Plus está no desenvolvimento, que é feito de forma especial com aditivos e polímeros específicos, agregados de minerais que promove acabamento de alta qualidade em rejuntamentos de alto padrão como: ce-



PRATELEIRA

1. Produto Prático
2. Produto Propam
3. Produto Macxicola

râmicas retificadas, pastilhas de porcelana/vidro, porcelanatos em salas, quartos, pisos e paredes de áreas externas e internas, além de locais onde exista alta probabilidade de formação de fungos e algas (banheiros, cozinhas, áreas de serviço). É possível realizar o rejuntamento em juntas finas (de 1mm a 4 mm)”, destaca o executivo. É apresentado em embalagens para 2kg produto, com todas as informações de utilização do produto e das eventuais contra-indicações no verso.

Mac Millan afirma que a organização de exposição dos produtos no ponto de venda tem o objetivo de influenciar diretamente no processo decisório de compra. “Os produtos devem ser posicionados em gôndolas, expositores, em frente ao caixa ou empilhados em pallets com merchandising atrativo, juntamente com Catálogos informativos da linha de produtos. É imprescindível o papel do promotor de vendas nessa organização, criando vínculo com o cliente e relacionamento com os vendedores. É necessário planejar, de forma inteligente, cada detalhe dessas exposições, para que se tenha sucesso nas vendas”, ressalta. O executivo afirma que a expectativa do setor de construção civil neste ano é alta. “Iremos trabalhar em saldo positivo a fim de contribuirmos para o crescimento desse mercado com preços competi-

“O produto alia qualidade superior a uma trabalhabilidade excelente, manutenção da cor e custos adequados”

MARIA LUIZA CIORLIA, gerente de Marketing da Bostik Fortaleza



vos e com o lançamento de novos produtos para atender à demanda que, com certeza, será próspera em 2018. Além de todo o planejamento, seremos cautelosos com nossas ações, pois há uma preocupação referente ao futuro do nosso país com as eleições de 2018.”

BOSTIK FORTALEZA

A gerente de Marketing da Bostik Fortaleza, Maria Luiza Ciorlia, com que a empresa foi precursora na linha de rejuntamentos, com o lançamento do rejunte acrílico no mercado:

InBeta

SURPREENDA-SE

LANÇAMENTO ATLAS

LINHA DUPLO PROFISSIONAL

46
cm
LARGURA

VELOCIDADE E RENDIMENTO COMO VOCÊ JAMAIS VIU!



www.pincelsatlas.com.br

@pincelsatlasoficial

@pincelsatlas

ATLAS

13-16 MAR 2018

A Fashion Week da
Arquitetura e Construção

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

Vagas Limitadas.
Clique aqui e garanta j a
sua inscri o.
www.exporevestir.com.br

13-14 MARÇO 2018
BUSINESS DAYS

—
NEGÓCIOS
E NETWORKING

15-16 MARÇO 2018
CREATIVE DAYS

—
TENDÊNCIAS
E CONTEÚDOS



Promoção

ANFACER
Associação Nacional dos Fabricantes de Cerâmica
e Materiais de Construção

Eventos Conjuntos

forum
INTERNACIONAL
DE ARQUITETURA
E COMUNICAÇÃO

TECNARGILLA
BRASIL

Organização

informa
exhibitions

“O produto alia qualidade superior a uma trabalhabilidade excelente, manutenção da cor e custos adequados”, lembra. “Pensando sempre em novos produtos e tecnologias, lançamos, no fim de 2017, o rejunte FINESSE. Trata-se de um produto de base acrílica, com resistência mecânica e química muito superiores, similares ao EPOXI, porém com a trabalhabilidade e as características de coloração do ACRÍLICO. O acabamento muito liso dá um toque de sofisticação aos ambientes com este produto”, anuncia a executiva.

Já na linha de argamassas colantes, a empresa oferece uma linha completa, desde as mais básicas, como ACI e ACII, e, também, as mais especiais: como Grandes Formatos, passando pela muito utilizada Porcelanato Interno. “O destaque nessa linha fica por conta da ULTRACOLL, disponível em embalagens de 1,2kg e 5kg. A ULTRACOLL é uma argamassa de base acrílica indicada para colagem de quaisquer substratos em diversas bases. Pode ser usada em pequenos reparos. O tempo de secagem dessa argamassa é de 4 horas”, explica Ciorlia.

A gerente salienta que as embalagens são todas autoexplicativas, com passo a passo e um visual claro e limpo, visando a facilitar a aplicação dos produtos. “Indicamos que as argamassas e os rejuntamentos sejam expostos próximos à área de revestimentos, facilitando, assim, a escolha pelo cliente final, e garantindo que a compra de todos os produtos necessários seja feita naquele momento. Também é importante manter o local e as embalagens limpas e não misturar diferentes produtos, para que sejam evitados erros no momento da compra”, instrui.

Em relação a 2018, a executiva mostra-se otimista. “O último quadrimestre de 2017 mostrou clara recuperação das vendas e da confiança das pessoas. O varejo de materiais de construção tem papel fundamental nessa retomada, pois as construtoras ainda devem levar alguns meses para voltar a crescer. O varejo, no entanto, já iniciou esse processo e, agora, devemos ter resultados muito positivos em 2018.”

▶ VOTORANTIM CIMENTOS

O destaque da Votorantim Cimentos é a Votomassa, uma linha de produtos de alta durabilidade e resistência, que oferece um portfólio que atende a todos os tipos e tamanhos de revestimentos. “Temos como DNA produtos multiuso, oferecemos ao varejo um único produto que atenda às diversas demandas. O produto de destaque é a Piso sobre Piso e a Porcelanatos, nossa argamassa colante para 10 tipos de aplicação – a primeira com 10 usos diferentes, que, em 2018 ganhará nova embalagem, com uma mandala que esclarecerá as 10 aplicações possíveis”, anuncia a gerente de Marketing de argamassas Mariana Wiering.

A executiva explica que, em lojas que vendem revestimen-

tos, o ideal é que as argamassas colantes fiquem próximas para complementar a venda. “Argamassa ACIII ou porcelanato interno ao lado de porcelanatos, argamassa para pastilhas ao lado das pastilhas, e assim por diante. Em lojas que não oferecem revestimentos, os produtos da linha devem estar sempre juntos e em altura visível aos clientes, deixando-os expostos na loja e não no estoque”, indica.

Wiering afirma que a expectativa é que o mercado retome o crescimento em 2018. “Nós, da Votorantim Cimentos, estamos preparados para essa retomada”, conclui.

▶ WEBER

Na linha de argamassas colantes, a Weber destaca o Cimento Premium quartzolit uma argamassa bi-componente de alta performance, criada, especialmente, para o assentamento de revestimentos especiais: o Pedra Hijau, Porcelanato Slim e outros revestimentos nobres, com indicações para áreas internas e externas, piscinas e fachadas. O produto está disponível no mercado em caixas de 20kg.

“Para rejuntas, destacamos o rejunte acrílico quartzolit, que já vem pronto para uso em um sachê que facilita a aplicação. O produto apresenta atributo antimofa, é impermeável e tem resistência a manchas, facilitando a limpeza diária”, ressalta Vinicius Milhomem de Araújo, gerente de Produto. O rejunte acrílico quartzolit é comercializado em potes de 1kg. Araújo explica que, para expor o produto nas revendas, o melhor caminho é deixar exposto na gôndola ou no balcão. “A exposição, juntamente com a área de revestimentos, auxilia a venda, principalmente com o aumento da tendência DIY. Uma das vantagens do rejunte acrílico: vem em pote, não faz sujeira e a embalagem é bem atrativa.”

Para 2018, o gerente espera um ano de crescimento. “O rejunte acrílico quartzolit é bem aceito no mercado e segue a proposta de produto fácil de aplicar, que o torna bastante atrativo na revenda”, encerra.







fáceis de **MANOBRAR**

Não há muito o que inventar no formato ou no material utilizado na fabricação dos carrinhos de mão. A obra exige resistência e simplicidade, pois são produtos que devem durar muito. Já as betoneiras estão se sofisticando cada vez mais e ajudando muito na limpeza e na velocidade das obras.



► CSM

A CSM destaca, dentro da linha de mistura de concreto e argamassa, a Betoneira 1 Traço Super 400L. “A Betoneira 1 Traço Super 400L é 11 vezes campeã em sua categoria, sendo seis vezes o melhor produto do ano e cinco vezes premiada com o troféu Top of Mind. Uma betoneira com estrutura robusta para empreendimentos de diversos portes e com excelente relação custo-benefício, possui um novo tambor curvado que promove uma mistura mais rápida e com melhor qualidade do concreto. Além disso, a pintura eletrostática a pó garante melhor acabamento e durabilidade ao equipamento. Possui pínhão e cremalheira de ferro fundido nodular trazendo alta resistência a impactos e ao desgaste e conta ainda com a potência e qualidade dos motores WEG”, detalha Marcelo Emmerich, diretor Comercial.

Ele explica que, por ser um produto de grande volume e que nem todas as revendas trabalham, as betoneiras CSM necessitam de posicionamento estratégico dentro do estabeleci-

mento. “Muitas vezes a posição na entrada da loja pode ser um grande atrativo para o público, pois o equipamento possui uma cor amarelo vibrante que se destaca de outros produtos ao seu lado, gerando, assim, identificação visual de longo alcance e atraindo o consumidor”, sugere.

O executivo afirma que a CSM acredita na retomada da economia nacional neste ano de 2018 e, conseqüentemente, no crescimento imediato das vendas. “Vamos aumentar nossa presença no varejo com comunicação mais assertiva e pontual”, anuncia.

► GMEG

“A MB-400P – betoneira de 400 litros, da marca MOTOMIL, inova no mercado brasileiro. Mudamos os processos convencionais de fabricação para uma produção moderna e com maior rendimento final, e, para isso, investimos em máquinas de última geração. Hoje, somos a primeira betoneira no país a ser fabricada em um processo de estampagem sem soldas circunferencial. Nosso tambor é produzido em duas partes e unido através de

parafusos, o que garante resistência e fácil manutenção, processo que foi patenteado pela marca MOTOMIL. Além disso, somos a primeira a ter cremalheiras segmentadas, facilitando e baixando os custos de manutenção. E, por fim, a primeira fabricada com pintura eletrostática, que garante maior resistência e vida útil às peças sujeitas a oxidação. A MB-400P é a única betoneira do Brasil com volante em termoplástico (projeto patenteado), eliminando qualquer condição de descarga elétrica ao operador, além de atender a 100% da ABNT NBR 16329”, diz Luciano Pereira, gerente Comercial GMEG.

Por se tratar de um produto que ocupa espaço considerável, as betoneiras, usualmente, são expostas do lado externo da loja, próximas da entrada e saída. “Na área interna, pode ser colocada na área de máquinas e ferramental da área construção civil”, indica Luciano. “Esperamos que, em 2018, haja reação no mercado da construção, e estamos confiantes nisso. Por isso, continuamos comprando matéria-prima e mantendo nossa programação de produção. Acreditamos que, com a retomada que está por vir, ter o produto para entrega rápida será um diferencial no mercado. A venda vai acontecer, e estamos preparados para atender aos nossos clientes”, afirma o executivo.

► METASUL

Para a Metasul, os produtos em destaque são carro de mão, caixa de massa, balde de metal, balde emborrachado, balde para concreto, desempenadeiras, entre outros. “São produtos de qualidade e de fácil utilização, facilitando a sua obra”, afirma Vanderson Silveira, gerente Comercial da empresa.

Ele conta que a organização e a exposição das mercadorias no ponto

QUALIDADE, SEGURANÇA E TRANQUILIDADE, SINÔNIMOS DE BONS NEGÓCIOS!

Há 15 anos tomamos
uma decisão muito
importante:

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

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

Ofereça Brasilit!



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

 0800 11 6299

 brasilit.com.br

 facebook.com/BrasilitOficial

 Instagram.com/BrasilitOficial

 BrasilitSaint-Gobain



A marca que entende de Brasil

RENDE PLUS

* Lata 18L por demão



**A ACRILICA PREMIUM
QUE RENDE MUITO MAIS**

PINTA ATÉ 500 M²*



www.lukscolor.com.br

ASSISTA OS VÍDEOS



de venda é algo estratégico. “A organização precisa ser simples para tornar mais fácil o acesso aos produtos que os clientes procuram e para tirar proveito da influência que o posicionamento dos itens têm sobre os consumidores. É necessário, portanto, planejar uma forma de expor os produtos abrangendo todas essas questões. Algumas mercadorias são colocadas em pontos específicos por serem maiores e outras, colocadas perto do caixa para que chamem a atenção, induzam ao consumo e sejam compradas, também”, explica. Silveira projeta um aumento significativo nas vendas para 2018. “A empresa Metasul está, sempre, inovando e seguindo as tendências do mercado para ser um diferencial. Diante de inúmeros fatores, sempre, estamos nos atualizando para ser influência no ramo de construção civil”, encerra.

▶ PARABONI

A Paraboni dispõe de uma linha de produtos de mais de 850 itens, com quatro unidades que somam cerca de 24 mil m² de área construída. Dentre esses itens, são 17 modelos de carrinhos de mão e dois modelos de betoneiras. “Destacamos o carrinho de mão Carga Pesada com Caçamba Retangular, que possui reforço de



“A organização precisa ser simples para tornar mais fácil o acesso aos produtos que os clientes procuram e para tirar proveito da influência que o posicionamento dos itens têm sobre os consumidores.”

VANDERSON SILVEIRA,
gerente Comercial da
Metasul

ferro de 6mm nas dobras e é fabricada em chapa nº20 (0,90mm), com capacidade para 60 litros. Seu chassi é de aço tubular de 1 1/2" x 1,5", sua roda de aço com 16 pontos de fixação, e acompanha pé montado e kit de fixação. Super-reforçado, é indicado para construções de grande intensidade”, ressalta Priscila Bonalume Paraboni, gerente Administrativa da empresa.

Dentre as betoneiras, o destaque é a Betoneira Silenciosa de 135 Litros. “A betoneira AcD 135L é indicada para uso em pequenas obras e em reformas, particularmente, em residências, escolas, centros de saúde, hospitais, e onde mais haja necessidade

imperiosa de não perturbar com os ruídos das betoneiras tradicionais, pois a betoneira da Paraboni é extremamente silenciosa e eficiente, por causa do sistema de acionamento direto por correia”, explica Priscila. A gerente recomenda que a exposição da betoneira seja dentro do salão de vendas. “O ideal é que esteja em local que o consumidor tenha livre acesso, que possa manusear e ligar para perceber o diferencial de que estamos falando, sem o barulho da cremalheira”, sugere. “O carrinho de mão deve, também, estar dentro do salão de vendas montado e exposto em expositor apropriado, onde o consumidor tenha acesso para manusear e verificar os seus diferenciais. Hoje a Paraboni dispõe de dois modelos de expositor de carrinho de mão para dar mais visibilidade ao produto na revenda, sendo um simples para um carrinho de mão e um triplo, que comporta três carrinhos e, normalmente, é exposto com três modelos diferentes, sendo um modelo Carga Leve, um modelo Carga Média e um modelo Carga Pesada”, afirma a gerente.

Priscila revela que, em 2018, a empresa espera crescer o faturamento em 12%, no comparativo com 2017.



“A MB-400P – betoneira de 400 litros, da marca MOTOMIL, inova no mercado brasileiro. Mudamos os processos convencionais de fabricação para uma produção moderna e com maior rendimento final, e, para isso, investimos em máquinas de última geração.”

LUCIANO PEREIRA, gerente
Comercial GMEG.



“De modo particular, em relação às betoneiras e carrinhos de mão, dado o baixo desempenho do segmento no Brasil, nos dois últimos anos, projetamos um crescimento de, pelo menos, 30% em 2018”, diz.

▶ TRAMONTINA

De olho em diferentes mercados, a Tramontina reúne uma linha completa de carrinhos de mão que atendem às mais diversas atividades na agricultura, majardinagem e na construção. Fabricados com caçambas metálicas ou plásticas, os produtos estão disponíveis com capacidades de 50l, 55l, 65l, 80l, 110l.

Um dos maiores sucessos de venda da Tramontina, o carrinho de mão Extraforte tubular, é ideal para atender a todas as demandas na construção civil, como transporte de ferramentas e materiais diversos (terra, areia, argamassa e entulhos). Possui caçamba metálica reforçada de 0,9 mm (chapa 20), 65l de capacidade e braço metálico e empunhadura ergonômica, diferenciais que

garantem alta resistência e durabilidade ao produto, aliados a um ótimo acabamento. Além disso, o novo conjunto de roda e pneu 3,5/8”, mais largo e mais robusto, proporciona maior área de contato com o solo. O produto é fabricado segundo norma ABNT NBR 16269.

Sobre a exposição dos produtos nas revendas, a empresa afirma que, constantemente, são realizadas reformulações nos PDVs, por meio do trabalho de promotores que fazem o acompanhamento da organização dos produtos no ponto de venda. Para a Tramontina, essa é uma maneira de proporcionar melhor exposição e consequente boa visibilidade da linha de carrinhos de mão, aumentando o potencial de venda consideravelmente, pois o espaço se torna referência dentro de uma loja. A companhia também sugere que outro ponto a ser explorado é a etiqueta, onde estão descritas todas as principais informações técnicas e argumentos de venda do carrinho, como o modelo da caçamba, capaci-

dade de carga, tipo do pneu e acabamento resistente à oxidação. Todos esses pontos contribuem para destacar a qualidade e a durabilidade dos carrinhos de mão Tramontina ao consumidor.

▶ ESFERA

O produto de destaque da linha econômica da Esfera Estamparia de Ferro e Aço é o modelo Carro de Mão Gordini Soft, ideal para pequenas reformas, jardinagem etc. Apresenta os seguintes diferenciais: varal com 1,50m de comprimento e com curvaturas ideais para melhor ergonomia do usuário, dobra dupla na caçamba, rodas soldadas para maior durabilidade e acabamentos com peças galvanizadas evitando a oxidação.

A gerente de Vendas Barbara Fernandes Dias destaca, na linha reforçada, o modelo Carro de Mão G-18. “Ideal para obras pesadas possui excelente custo x benefício. Fabricado de chapa de aço com espessura de 1,20mm de espessura o produto possui resistência para grandes obras, suporta, aproximadamente, 135kg e 60 litros até a borda. Varal com 1,60m de comprimento e com curvaturas ideais para melhor ergonomia do usuário; chassi, pés, travessas e caçamba fabricados de aço para maior durabilidade”, informa.

E recomenda que a exposição dos produtos deve ser no expositor próprio que a Esfera bonifica seus clientes. Mas, avisa: “O local ideal de colocar o expositor com o produto é a frente da loja onde há claridade.”

A Esfera tem expectativa de crescimento de 15% no faturamento total, e 30% de aumento na carteira de clientes. “Para cumprir o objetivo, a Esfera possui ações específicas e a contratação do Programa PAEX (Parceiro para a Excelência), da Fundação Dom Cabral”, finaliza Bárbara.

viajando pelo BRASIL

Confira as datas e os locais das principais feiras do segmento

► FEICON BATIMAT

24º Salão Internacional da Construção e Arquitetura
De 10 a 13 de abril
São Paulo Expo Center - São Paulo/SP
www.feicon.com.br

► EXPOLUX

Feira Internacional da Iluminação
De 24 e 27 de abril
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
Transamérica Expo Center
www.glassexpo.com.br

► FABRICON

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

► M&T EXPO

Máquinas Industriais, Máquinas para a Construção
De 05 a 08 de junho
São Paulo Expo Center - São Paulo/SP
www.mtexpo.com.br

► CONSTRUSUL

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

► FEITINTAS

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

► FISP

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

► 16ª EXPOLUX

Única feira que concentra tecnologias e tendências do mercado da iluminação, a EXPOLUX (Feira Internacional da Indústria da Iluminação) chega a sua 16ª edição em abril de 2018, no Expo Center Norte, em São Paulo. Durante quatro dias o evento será o principal ponto de encontro para as empresas e profissionais deste setor, que vão poder vivenciar de perto novidades, produtos, serviços e uma programação de conteúdo fundamental para a geração de novos negócios, atualização profissional e relacionamento com clientes e parceiros. Representando um setor que emprega, no Brasil, mais de 27 mil profissionais e com um faturamento de R\$ 3,35 bilhões em 2016, segundo dados da ABILUX (Associação Brasileira da Indústria de Iluminação),

o evento é o principal encontro do ramo da iluminação na América Latina. Serão mais de 400 expositores distribuídos em uma área de 36 mil m² e com a presença de 13 diferentes setores da iluminação: Cênica, Componentes e matérias-primas, Comercial, Emergência, Decorativa Residencial e Profissional, Educacional, Hospitalar e Clínica, Industrial, Monumental, Pública, Subaquática e Fontes Luminosas, Lâmpadas - Leds e Oleds, Reatores, drivers e controladores. Ocupando dois pavilhões do centro de eventos e com diferentes áreas que oferecem ao público visitante uma imersão às diferentes propostas temáticas, a EXPOLUX deve receber mais de 25 mil visitantes, contando também com fornecedores de importantes marcas do mercado e compradores qualificados como arquitetos, projetistas, lighting designers, engenheiros, designers de interiores, técnicos de iluminação, investidores, construtores, varejistas, distribuidores, atacadistas, prefeituras e secretarias de obras, lojistas e tomadores de decisão de empresas privadas e de instituições públicas.

“Vamos promover um cenário ideal para nossos expositores e visitantes fomentarem negócios em que a iluminação seja o produto e/ou serviço principal. A Expolux é uma feira consolidada. São 21 anos de história e chegamos a 16ª edição. Centenas de empresas e milhares de marcas já usufruíram da Expolux como plataforma para a realização de bons negócios. Em 2018 teremos um evento ainda mais focado na excelência em resultados e novas parcerias” explica Ivan Romão, gerente de produto da Expolux.

COLOR BLACK



Leão
METAIS SANITÁRIOS

AREJADOR

BICA FLEXÍVEL

MECANISMOS
1/4 DE VOLTA

6067 - TORNEIRA COZINHA
MESA COLOR BLACK

SEMPRE O MELHOR PARA SUA COZINHA!

Inove seu ambiente. As torneiras da Linha **COLOR** com bica flexível emborrachada, estão disponíveis nas cores preta e vermelha, trazendo para sua casa toda a sofisticação e requinte.

Conheça esse e outros produtos em no site.

www.leaometais.com.br

 [FACEBOOK.COM/LEAOMETAIS](https://www.facebook.com/leaometais)  [LEAOMETAIS](https://www.youtube.com/leaometais)



Use seu celular



GAMMA

FERRAMENTAS

CONHEÇA NOSSA LINHA DE COMPRESSORES

Compressor de ar Gamma 25

G2801/BR1 | G2801/BR2

Potência: 2HP | Tipo de compressor: Pistão
Volume de reservatório: 24L
Pressão Máxima: 116lbf/pol² - 8bar
Fluxo de ar teórico: 203 L/min | 7,2PCM
Auto desligamento: Relíquia 80lbf/pol²
Peso líquido: 22,5Kg



Compressor de ar
Gamma 25 com kit
G2801K



Compressor de ar
Gamma 50
G2802



Compressor de ar
Gamma 50 com kit
G2802K



Compressor de ar
Gamma 100
G2803



Mais informações:

0800 979 0199 | (41) 3375-0099
www.gammaferramentas.com.br



GammaFerramentas



GammaFerramentas