

Revenda



ED. 338 | NOVEMBRO 2018 | ANO XXX
www.gruporevenda.com.br

E MAIS:
Esquadrias,
Espumas de
Poliuretano,
Ferragens

Um tour pelos
melhores produtos para

MATERIAL ELÉTRICO

**ESPECIAL
MATERIAL
ELÉTRICO**

**As novidades da
indústria e a
opinião do varejo
especializado**



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

QUALIFIO

DIRETORIA

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

DIRETOR COMERCIAL/HEAD DATAMKT
CONSTRUÇÃO

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

DIRETOR EDITORIAL

Roberto Ferreira (roberto@revenda.com.br)

DIRETORA DE EVENTOS

Carla Passarelli (carla@revenda.com.br)

GERENTES DE CONTAS

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

ADMINISTRATIVO

Mislene Fernandes (mislene@revenda.com.br)

FINANCEIRO

Magda do Nascimento (magda@revenda.com.br)
Mateus França (matheus.franca@revenda.com.br)

TECNOLOGIA

Carlos Contucci (carlos@revenda.com.br)

ASSINATURAS

Vera Lúcia M. Lopes (vera@revenda.com.br)

REDAÇÃO, ADMINISTRAÇÃO E PUBLICIDADE

Rua Geraldo Flausino Gomes, 78 - conj. 53
Brooklin - CEP 04575-060 - São Paulo - SP
Tel./Fax (011) 5503-2033

REALIZAÇÃO:



estudioplaideiadesign.com.br

EDITORA: Alessandra Cacioli

REVISÃO: Cida Silva

FOTOS: Shutterstock

Revenda

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



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

Eleições, PIB, horário de verão...



Ao ler esta carta, já teremos eleito um novo presidente, segundo vontade da maioria dos brasileiros.

E, quem quer seja, Bolsonaro ou Haddad, vai receber um Brasil quase quebrado.

As taxas de desemprego dispararam, em 2018.

A dívida interna chegou a níveis jamais vistos, que obrigou o FMI – Fundo Monetário Internacional – a rever o grau de endividamento do Brasil, que poderá ser o mesmo do que arrecadamos com o PIB. Ou seja, o novo presidente vai começar o mandato devendo.

E, como pagar a conta?

Vai ser preciso fazer grandes cortes na máquina do governo, lutar para aprovar a reforma da Previdência (segundo os economistas, a reforma mais importante para salvar o Brasil), entre outros.

A construção civil, nossa área, sobrevive por causa do comércio de materiais de construção. As mais de 130 mil revendas espalhadas pelo Brasil foram responsáveis pelo crescimento superior a 5%, até o fechamento do 3º trimestre. No levantamento por regiões, o Sudeste obteve o melhor desempenho no mês de agosto, com alta de 8%. Centro-Oeste e Sul tiveram alta de 7% cada, já Norte e Nordeste apresentaram crescimento de 6% e 4%, respectivamente.

O que ajudou a movimentar as indústrias

do setor, principalmente aquelas com foco principal nas construtoras.

O mercado para essas construtoras desaqueceu, a ponto de uma grande construtora nacional, a Cyrela, reconhecida pela construção de empreendimentos para a classe média alta, retomar os empreendimentos próprios no segmento econômico, com apartamentos de até R\$ 240 mil (leia Minha Casa, Minha Vida), depois de seis anos.

Conversando com empresários do segmento atacadista distribuidor, durante o 13º Prêmio Excelência Atacadista Distribuidor promovido pela revista

Revenda Construção, a grande maioria destacou o crescimento nas vendas, aumento do número de lojas atendidas e investimentos para os próximos anos, principalmente, na automação nos seus CDs, para ganhar produtividade.

Dessa forma, nos dá a certeza de que os revendedores serão, ainda em 2019, responsáveis por contribuir com a grande maioria dos empregos formais nas indústrias e, também, no varejo. Além das vendas, é claro!

Outra certeza que teremos, esta ainda este ano, é que no dia 04 de novembro começa o horário de verão.

Boa leitura

Roberto Ferreira



LINHA A LASER

SIMPLES, RÁPIDO E PRECISO!

Nossa linha a laser simplifica e agiliza todos os projetos em seu dia a dia!

TC-LD 25
Cód. 22.700.75



TC-LD 50
Cód. 22.700.80



TE-LL 360
Cód. 22.701.10



TC-LL 2
Cód. 22.701.05



TC-LL 1
Cód. 22.700.95

Com equipamentos da linha a laser Einhell, você determina rapidamente distâncias, áreas, volumes de uma área e até nivelamentos com a máxima precisão. Em qualquer situação, seu trabalho é realizado sem a necessidade de ajuda extra. **Fale com nossa equipe!**

SEJA UM DISTRIBUIDOR EINHELL!

ANCORA
GROUP



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

Revenda

EDIÇÃO 338 | NOVEMBRO 2018 | ANO XXX



Fotos: Shutterstock



12

MATERIAL ELÉTRICO

Brilho, luz e lucros. A melhor combinação



46

AQUECEDORES

Gás, elétrico ou solar, cada vez, mais procurados



52

FERRAGENS

Grande variedade que merece bom espaço



58

ESPUMA

Precisa conhecimento, mas, é boa venda



70

ESQUADRIAS

Tenha os modelos que combinam com qualquer ambiente

06 PAINEL

40 A VOZ DO VAREJO

66 ENTREVISTA

76 SASAZAKI

78 VOTORANTIM

79 ACQUABIOS

80 SUA LOJA

81 CLIQUE AQUI

82 AGENDA

TRADIÇÃO EM
FIXAÇÃO COM
PRODUTOS DE
QUALIDADE.

mudbum.com.br

Bucha p/
Fixação

Parafuso

Prego



Ferragens

Brocas

Material p/
Instalação Tel.Disco
DiamantadoPino
AdaptadorMaterial p/
SinalizaçãoTomada
e PlugueExtensão
Elétrica

FixTIL

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

EMPRESA
CERTIFICADA

FIXTIL É PREMIADA



A Fixtil conquistou, mais uma vez, o primeiro lugar do 7º prêmio Parceria Forte – Telhanorte (Grupo Saint Gobain) na categoria Ferragens, durante evento realizado na sede da APAS (Associação Paulista de Supermercados). A empresa participou, e foi premiada, em todas as edições, liderando o ranking dos fornecedores de ferragens nos anos de 2014 e 2017. Este prêmio significou um reconhecimento para

os parceiros e fornecedores que se destacaram em 2017.



CISER LANÇA LINHA DE DISCOS E BROCAS

A Ciser Parafusos e Porcas lançou a nova linha de brocas e discos abrasivos. Os produtos da linha se dividem em três categorias de desempenho – “excellent”, “special” e “classic” –, caracterizadas por atributos distintos. A primeira classifica produtos com excelente performance, para aplicações de alto nível de exigência e ideais para profissionais que buscam precisão e produtividade. Na categoria “special”, os itens são voltados para o nível profissional. A “classic” traz produtos com ótima relação custo-benefício, para aplicações com menor nível de exigência ou trabalhos com baixa frequência.

TRAMONTINA APRESENTA NOVAS COIFAS

A Tramontina oferece uma linha completa de coifas, entre modelos de ilha, de parede ou de embutir, todas fabricadas no Brasil. Os modelos recém lançados são as coifas de ilha: New Vetro Isla 90 e New Dritta Isla 90. Entre os diversos benefícios dos produtos, destacam-se as quatro velocidades de funcionamento, com opção de timer de 5 minutos em todas. A vazão de 885m³ é suficiente para trocar o ar de uma cozinha de até 26m², 12 vezes em uma hora. O cálculo da vazão é importante na hora de escolher a coifa ideal para a sua cozinha, pois resulta na capacidade mínima necessária para atender o seu espaço.



DESIGN MAIS ROBUSTO E ECONÔMICO

A Eternit Louças, do Grupo Eternit, lançou a nova Linha Ville, adaptada para os banheiros e lavabos modernos. O novo conjunto de bacias sanitárias e lavatórios surge para impulsionar em 20% as vendas da marca, que está presente em mais de cinco mil pontos de comercialização no país, além da venda direta por atacado. Para

atingir este objetivo, a empresa apostou em um design mais robusto. As bacias sanitárias são da linha Villa, 39cm mais altas, com sifão 100% esmaltado com 44mm de anel, base redonda e poço mais profundo. De formato mais compacto, é possível fazer o melhor uso do espaço. Em paralelo, os novos lavatórios são suspensos, tornando o conjunto ideal para o segmento popular. A Eternit Louças oferece, ainda, garantia de dez anos na louça e de um ano nos demais componentes.

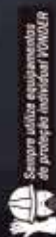
“A Linha Ville foi desenvolvida para o cliente que busca economia com funcionalidade. A requalificação do tamanho é o que identificamos como sendo uma das principais demandas do consumidor e temos a expectativa de uma recepção muito positiva dos nossos clientes”, diz Rafael Mardson, coordenador de Marketing da Eternit Louças.



ELÉTRICA E ELETRÔNICA

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

www.vonder.com.br



Assista aos vídeos e siga a
VONDER nas redes sociais!

@vonderterramentas

SHOW DE PRÊMIOS
OVD
50 anos



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

01
AMAROK
POR SEMANA

14
SEMANAS
PROMOCIONAIS
CONSECUTIVAS

Certificado de Autorização CAIXA nº 4-6970/2018

É bom trabalhar com

vonder®

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

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

VASO VIDA DA JAPI

Um dos lançamentos da Japi que merece a atenção especial do consumidor, é o vaso Vida. Criado como um jardim de temperos, o vaso autoirrigável leva praticidade para quem gosta do cultivo de temperos em casa. Pequeno pode ser, além de um jardim de temperos, um adereço de decoração, mede 38X42,50. O vaso Vida, além de possuir um reservatório de água inferior, permite total autonomia de quatro a sete dias à planta. Chegará



à casa do consumidor com livreto contendo indicações de temperos que podem ser plantados, receitas e outras dicas. O item será comercializado nas cores cimento e grafite.



SOLUÇÕES DA TELAS MM

A Indústria de Telas Metálicas MM apresentou, na 12ª Fesqua (Feira Internacional de Esquadrias, Ferragens e Componentes), soluções inovadoras: tela e cortina magnéticas da Block Insetos. “As telas magnéticas de fibra de vidro, desenvolvidas e patenteadas pela Block Insetos, são produtos com enorme potencial de venda. Essas telas representam uma solução bastante eficaz e econômica contra insetos”, destaca o gerente executivo da MM, Gerson Mattiuzzo Junior. A startup também está muito confiante com essa parceria. “A Telas MM, conceituada na distribuição de telas em todo o Brasil, se mostra a ferramenta perfeita para que a nossa solução chegue em todos os cantos do país. Estamos muito otimistas”, comenta a idealizadora das telas magnéticas, Luane Molitermo.

HYDRA APOSTA NO ACABAMENTO PRETO

Tendência em vários projetos, o preto vem ganhando cada vez mais espaço, não só nos artigos de decoração, como, também, no banheiro e na cozinha. Atenta às mudanças, a Hydra oferece duchas e torneira na cor preta com design e funcionalidade. A marca dividiu as categorias de duchas e torneiras em subcategorias, de acordo com os principais benefícios de cada modelo, a fim de oferecer diferentes experiências para todos os gostos. As duchas eletrônicas são as que proporcionam um banho confortável e personalizado de forma acessível. Com elas é possível ter a temperatura ideal selecionando uma dentre as tantas opções, e ainda economizar energia, pois será utilizada apenas a quantidade de energia necessária para aquecer a temperatura escolhida. A Ducha Quadratta Max garante um banho delicioso e personalizado com a temperatura selecionada facilmente, a cada usuário, com a haste de controle.



SOPRANO AMPLIA PORTFÓLIO

A Soprano lançou novo produto no portfólio de materiais elétricos.

Trata-se do Interruptor Diferencial Residual (DR-H), equipamento utilizado para proteção de pessoas contra choques e fuga de energia em instalações elétricas. São 12 novos modelos, com opção de dois ou quatro polos, e a configuração de corrente de 25, 40, 63, 80 ou 100 ampères. O novo produto é fabricado de termoplástico de engenharia, com capacidade de interrupção de 6kA (kilo ampères), compatível com trilho DIN. A altura dos conectores é compatível com a maioria dos disjuntores IEC, o que possibilita a instalação de barramento fase.



SHOW É ESTAR NA MENTE DO CONSUMIDOR



*Denilson Show é
Mundial Prime*

LINHA GOPAK BLACK+DECKER



A BLACK+DECKER aliou funcionalidade, praticidade e simplicidade para lançar o sistema GoPak, capaz de auxiliar na realização de diferentes reparos com o uso de uma única solução. Compacta e leve, a inovação funciona a partir de uma bateria de 12V com 1.5Ah e acompanha um kit combinado com quatro ferramentas: parafusadeira/furadeira, lixadeira, lanterna e serra tico-tico. Com esses itens é possível realizar reparos em casa e no escritório.

IFC/COBRECOM PROMOVE AÇÃO COM FALCÃO

Em ação de endomarketing realizada com Falcão, o melhor jogador de Futsal da história, a IFC/COBRECOM reforça o seu compromisso de promover a integração e a motivação de todos os seus colaboradores. Realizada em sua matriz em Itu, SP, a atividade teve como principal objetivo apresentar oficialmente o ídolo para todos os funcionários, que receberam o jogador vestindo uma camiseta personalizada com o número 12 utilizado pelo craque.

A apresentação para os colaboradores foi conduzida pelos diretores da IFC/COBRECOM Gustavo e Rafael Verrone Ruas que levaram o jogador para todas as áreas da fábrica, inclusive ao setor administrativo.

“O encontro foi muito positivo e, antes de fortalecer a divulgação do Falcão para o público externo, com anúncios em revistas, painéis rodoviários, entre outros, o mais importante é apresentá-lo aos nossos colaboradores, pois são eles que fazem a empresa acontecer”, enfatizam os diretores da IFC/COBRECOM.



LIXEIRAS DECORADAS ASTRA

A linha de UD da Astra ganhou lixeiras decoradas. São quatro novas opções de lixeiras para cozinha e banheiro e, ainda, nos quartos, já que as estampas e modelos acompanham a multifuncionalidade da linha Astra de utilidade doméstica.

Os produtos são fabricados de polipropileno com capacidade de 3,2 litros. O grande diferencial está nas suas estampas, já que em ambos os modelos a marca apresenta a estampa de poá, preta com bolinhas brancas e também listrada em bege, branco e preto com pequenos desenhos.



VEDACIT INVESTE EM SANTA CATARINA

A Vedacit escolheu a Região Sul para fazer investimentos e iniciar o projeto de reestruturação de sua área comercial. Luis Fernando Guggenberger, gerente de Inovação e Sustentabilidade da Vedacit, conta que a empresa tem boas expectativas para a região. “Embora a crise econômica ainda deixe muitas empresas receosas em fazer novos aportes, a Vedacit está investindo. Além da ampliação da estrutura comercial e da contratação de mão de obra, investir em inovação é essencial para a evolução no setor. Por isso, queremos contribuir com a construção desse novo ecossistema para o setor da construção civil brasileira por meio das Construtechs.”

APARADOR DE CERCA VIVA

Ergonomia, força e produtividade
para a manutenção profissional
de jardins!

LANÇAMENTOS

Punho traseiro giratório
com 3 posições

Indicado para aparar cercas vivas em
residências, sítios, chácaras e condomínios

- Sistema com 4 molas de aço: menor vibração
- Motor: 2 tempos
- Potência: 22,5 cm³ (cc) - 1,0 hp
- Rotação máxima (rpm): 8.500/min
- Faixa de corte: 28 mm

SHOW DE PRÊMIOS

OVD
50 anos

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

01
AMAROK
POR SEMANA

14
SEMANAS
PROMOCIONAIS
CONSECUTIVAS



Certificado de Autorização CAIXA nº 4-6970/2018



Trabalhe também com os
Sopradores a Gasolina VONDER!



www.vonder.com.br

É bom trabalhar com
vonder®

Áreas verdes bem cuidadas começam com a seleção das melhores ferramentas!
A escolha é sua e a qualidade é VONDER!





REFORMAS ELÉTRICAS, UMA CORRENTE DO BEM



Um tour pelos
melhores produtos para
MATERIAL ELÉTRICO

É muito importante, para vender essa categoria de produtos, compreender as principais características dos compradores de materiais elétricos, e, a melhor maneira é acompanhando-os, do momento inicial de uma obra residencial, passando pelas pesquisas dos materiais, compras, contratação de mão de obra, até a influência do executor, no caso, os eletricitistas, para a escolha dos materiais elétricos e das lojas onde eles serão comprados.

Nesse artigo, para entendermos parte desse processo, nos apoiaremos em dados do **Painel Comportamental do Consumo de Materiais de Construção**, realizado, anualmente, desde 2014, pelo **DataMkt Construção**, sistema de inteligência de mercado cogerido por Leroy Merlin, Eucatex, Atlas, Votorantim Cimentos e Deca, e que entrevistou, na média dos últimos cinco anos, por pesquisa, aproximadamente 900 consumidores em todo o Brasil que haviam realizado grandes obras residenciais no último ano, com campos de pesquisa sempre feitos em agosto e setembro, dos respectivos anos.

Feito esse alinhamento, perguntamos, para essa matéria, qual a importância, em números, da reforma da parte elétrica quando realizada uma grande obra residencial?

Os números falam por si próprios.

Se analisarmos somente os últimos dois anos do **Painel Comportamental**, veremos que é o terceiro tipo de reforma mais realizada no Brasil, perdendo apenas para pintura





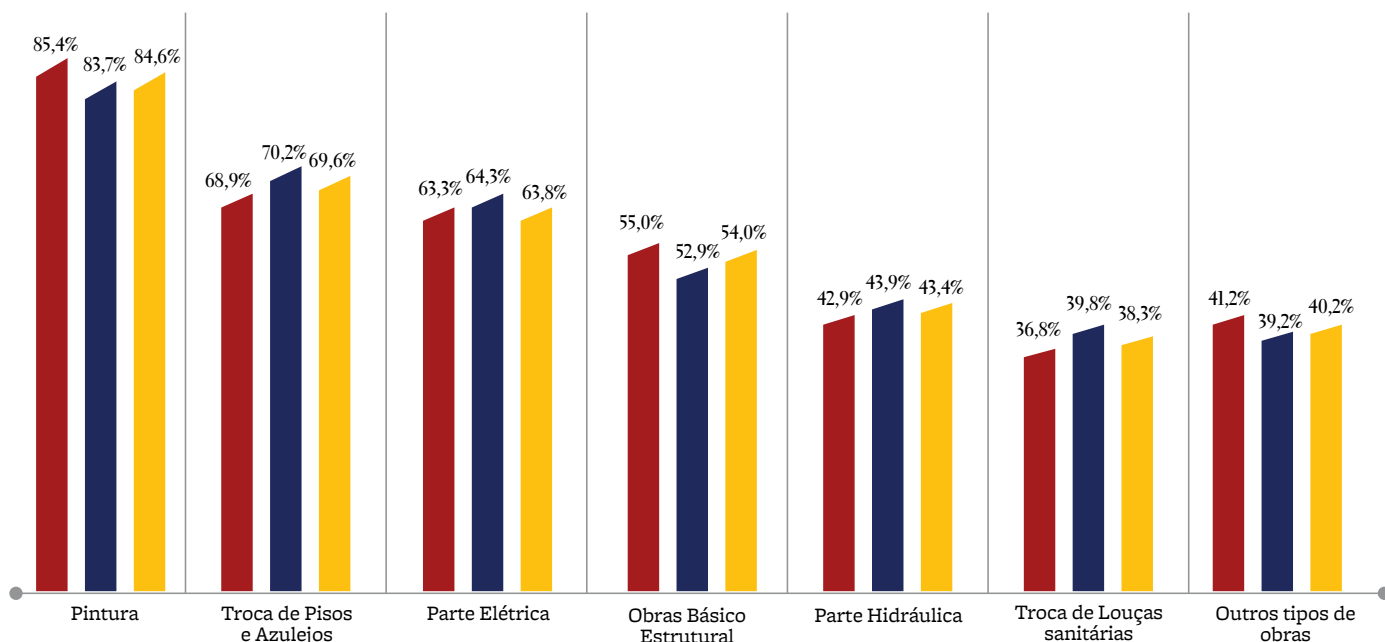
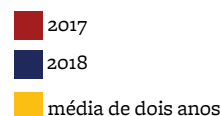
e troca de pisos e azulejos. Em 2017, 63,3% do total de entrevistados que realizaram obras residenciais fizeram reformas na parte elétrica.

Em 2018, entrevistando outros 900 consumidores, esse número permaneceu praticamente estável, em 64,3%, numa média, então, dos últimos dois Painéis, de 63,8%. Apenas para efeito comparativo, na mesma média, 84,6% dos entrevistados pintaram suas residências, o tipo de reforma mais realizada durante a obra, e, 69,6%, trocaram pisos e/ou azulejos, o segundo tipo de reforma mais realizada. (GRÁFICO 1) Ora, então, nos últimos dois anos, podemos afirmar que 63,8% dos consumidores que realizaram obras residenciais utilizaram materiais elétricos: fios e cabos, disjuntores, eletrodutos/conduítes, quadros de distribuição, lustres, luminárias etc. Em suma, a loja, independentemente do porte, deve disponibilizar produtos desse segmento, também se preocupando com a conformidade técnica e com a qualidade da informação transmitida aos clientes, contida ou não nas embalagens. Atendê-los bem, vendendo produtos das melhores marcas – que deixam sempre uma excelente margem –, passa,

também, obrigatoriamente, por se preocupar com a segurança das famílias que compram na loja. Esses consumidores, certamente, ao notarem essa preocupação, terão a loja como uma referência segura para continuidade das compras durante a obra, e, mesmo depois dela, para os diversos tipos de compras para manutenção contínua dos lares. Já que estamos falando de locais de compra, se considerarmos somente os consumidores que realizaram reformas na parte elétrica, além de outros tipos de reformas, quais foram os tipos mais utilizadas? Bem, isso significa uma amostra de 580 entrevistados, segundo os dados mais recentes do **Painel de 2018**, sendo que, 59,4% fizeram compras de materiais de construção, incluindo elétricos, durante a obra, nas Lojas de Bairro (pequenas, médias e multcategorias), seguidas pelas Lojas de Materiais Elétricos, por 44,9%, e, apenas para ficarmos nos três tipos mais citados, 43,3%, nos Home Centers/Lojas Grandes. (GRÁFICO 2) Interessante isso, pois deixa claro uma das principais características do segmento de materiais de construção: a complementaridade de canais, já que, na média, esses entrevistados utilizaram 2,9 canais de compra durante toda a obra. Quando consideramos apenas a classe A, nesse caso específico, a média, por entrevistado, sobe para 3,8 tipos.

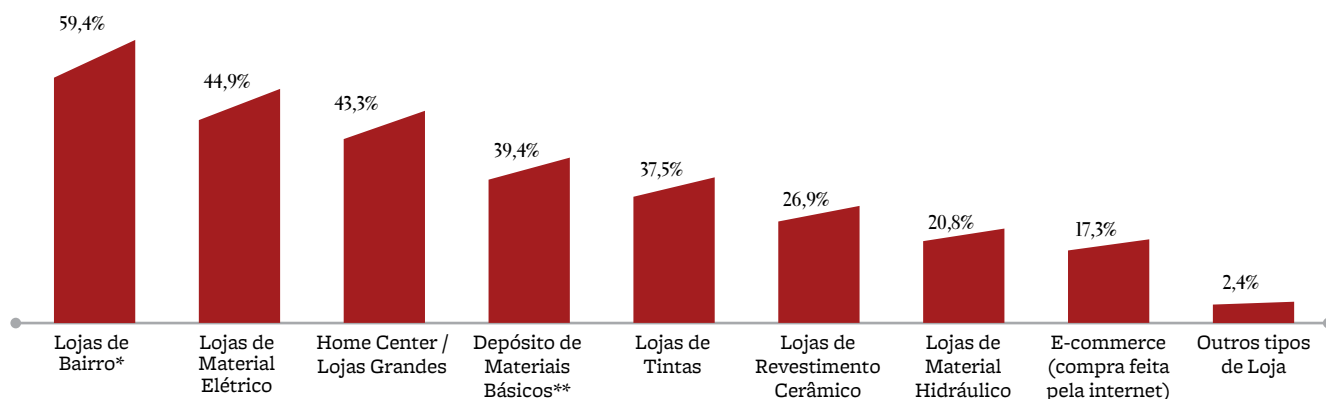
GRÁFICO 1

TIPOS DE OBRAS REALIZADAS 2017/2018



Questão: Qual (is) o (s) tipo (s) de obra/reforma que você fez no imóvel nos últimos doze meses? Base: 900 entrevistados (total da amostra)

TIPOS DE CANAIS UTILIZADOS POR QUEM REALIZOU REFORMAS ELÉTRICAS



*pequena, média e multicategoria ** que vende somente areia, cimento, pedras, tijolos, telas, arames, vergalhões etc. Questão: Quais os tipos de lojas utilizadas para comprar os materiais de construção para sua obra (pode marcar independentemente do valor gasto, volume e número de itens comprados, mesmo se fez uma compra pequena) – Base: 580 entrevistados (somente quem fez reforma elétrica, além de outros tipos de obras)

O que ocorre é que os consumidores de materiais de construção, seja para compras de materiais elétricos ou de outros materiais, recorrem ao tipo de loja de acordo com as suas necessidades, e das próprias obras, e, nisso, nosso segmento pode oferecer, de maneira combinada, proximidade, entrega rápida, atendimento personalizado, variedade de marcas e produtos, atendimento mais técnico, materiais de maior especificidade etc.

E, se as reformas elétricas são a terceira intervenção mais realizada numa obra residencial, os eletricitistas são, também, o terceiro perfil de executor mais contratado para as obras residenciais, perdendo, apenas, para os imbatíveis pedreiros e para os pintores.

Em 2017, 29,6% do total de entrevistados que realizaram obras residenciais contrataram eletricitistas. Em 2018, entrevistando outros 900 consumidores, esse número permaneceu praticamente estável, em 29%.

O que significa que, na média dos últimos dois anos do PAINEL, 29,3% dos entrevistados contrataram eletricitistas. Apenas para efeito comparativo, nessa mesma média, 71,2% contrataram pedreiros, os executores mais contratados desde 2014, e, 35,8% contrataram pintores, também, desde 2014, o segundo executor mais contratado, porém, com tendência de queda, enquanto o nível de contratação dos eletricitistas tem se mantido estável.

E, para fecharmos esse artigo, em que já vimos como são importantes os materiais elétricos para o mercado da reforma e construção residencial, vamos mergulhar na importância das recomendações dos eletricitistas para a escolha dos produtos e lojas.

Também, desde 2014, temos perguntado sobre a influência dos executores para escolha dos produtos que seriam

comprados, e, em que tipo de canal.

Se considerarmos somente os dados do **PAINEL de 2018**, do total de entrevistados que contratou eletricitistas, ou, 294 entrevistados, 84,9% disseram que compraram ao menos um tipo de produto influenciado por eles. Já, em relação as lojas indicadas, 33,5% do total de entrevistados que contratou eletricitistas, disseram que eles indicaram alguma Loja de Materiais Elétricos para determinado tipo de compra; 19,3%, que eles indicaram uma Loja de Bairro (pequena, média e multicategorias); e, 14% disseram que eles indicaram um Home Center/Loja Grande.

Vemos, por esses dados, que os eletricitistas seguem o mesmo padrão de todos os outros executores: ter maior influência sobre o tipo de material, e, presumimos, das marcas dos produtos, do que sobre a loja onde os mesmos serão comprados. Para o varejo, fica a constatação da imensa oportunidade de estabelecer relacionamentos sólidos com esses profissionais, associados à segurança das famílias pós-obra, visto a grande influência dos eletricitistas para escolha dos produtos. Talvez, parte desse relacionamento, passe pela loja oferecer produtos confiáveis, a altura de suas recomendações para as famílias, respeitando suas indicações e zelando pela segurança dessas famílias, ou, se preferirem, seus clientes de hoje, e, esperamos, quando terminada a obra, de sempre. Como vemos, quando se trata de materiais elétricos não há espaço para erros. No entanto, os acertos serão amplamente recompensadores para consumidores, eletricitistas, fabricantes e lojistas.

Com o perdão do trocadilho, mas, não seria essa uma corrente do bem?

Newton Guimarães, Head DataMkt Construção

CONJUNTO DE BOAS IDEIAS



Não é preciso ser uma loja especializada para vender produtos para o segmento elétrico. Poucos itens podem impulsionar as vendas. O importante é trabalhar, apenas, com produtos certificados. O risco, fora disso, é muito alto.

Um tour pelos
melhores produtos para

MATERIAL ELÉTRICO

O setor de iluminação é muito importante para o mercado da construção civil. A Abilux (Associação Brasileira da Indústria de Iluminação) tem 90 indústrias associadas e prevê que o setor de iluminação terá faturamento de R\$ 3,55 milhões em 2018, o que representa crescimento de 3% sobre 2017.

Segundo Marco Martins Poli, secretário Executivo da Abilux, o mercado de lâmpadas LED pode ser dividido em dois grandes grupos: Residencial e Profissional. “No residencial, em que predomina o uso de lâmpadas LED bulbo, estimamos que já ocorreu, nos últimos cinco anos, substituição/retrofit de parte significativa dos pontos instalados. Desta forma, o volume anual de unidades no grupo residencial tende a se estabilizar no patamar de 2017/2018 para os próximos anos. Quanto ao mercado profissional tem uma adesão mais técnica e inclui, além de tubo LED, a substituição das luminárias convencionais por luminárias LED. Estimamos que tubos LED para esse grupo crescerá nos próximos anos. Assim, o volume de lâmpa-

das LED deverá crescer cerca de 20% ao ano, nos próximos anos”, diz.

Existem dois grupos de normas a se observadas: 1) produtos e 2) aplicações. Para ambos casos devem ser adotadas as normas nacionais da ABNT e, na sua falta, as normas IEC. Quanto ao descarte dos produtos, algo preocupante e prejudicial ao meio ambiente, Poli informa que a Abilux, se posiciona que os produtos pós-uso tenham uma destinação adequada. “Neste contexto, a Abilux apoia o modelo atual de descarte para lâmpadas com mercúrio:

Consumidores corporativos devem contratar, por conta própria, a disposição dos produtos pós-uso, e consumidores residenciais devem utilizar os serviços da RECICLUS. A RECICLUS está progressivamente instalando pontos de coleta em diversos municípios e pontos de comercialização, conforme acordo setorial com o MMA – Ministério do Meio Ambiente. A recomendação aos revendedores é que busquem, nas regiões em que estejam situados, os pontos de coleta já instalados.”

▶ FORTLEV

A linha eletricidade da Fortlev se destaca por produtos que atendem às especificações da Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT) para proteção mecânica das fiações nas instalações elétricas de baixa tensão, sendo fabricada de PVC, matéria-prima empregada em revestimentos de cabos flexíveis e outros componentes elétricos por ser antichamas e não propagar fogo, garantindo muito mais segurança à edificação e aos seus habitantes.

Wenzel Rego, diretor Comercial e de Marketing, explica que a produção é feita em modernos equipamentos de alta tecnologia adquiridos de empresas líderes na área, como a alemã Krauss Maffei e a austríaca Engel. É distribuída por seis das sete fábricas, o que facilita a logística dos revendedores.

“Além disso, a Companhia participa do Programa Setorial de Qualidade de Eletrodutos Plásticos, que monitora o desempenho e a qualidade dos eletrodutos comercializados em todo o país. Os eletrodutos corrugados da Fortlev também são certificados no Programa Brasileiro da Qualidade e Produtividade do Habitat (PBQP-H), do Ministério das Cidades”, comenta.

Produtos: Eletrodutos flexíveis, Caixa de Luz para Laje, Caixas de Luz.

A Fortlev tem grande preocupação de melhorar o relacionamento com seus clientes, como afirma Wenzel: “O nosso Trade Marketing tem atuado, fortemente, para melhorar o relacionamento com nosso público. Com a parceria dos nossos revendedores, contamos com expositores e

displays feitos, especialmente, para o lojista utilizar nos estabelecimentos e, assim, conseguimos expor nossos produtos e contribuir para a melhor decisão do consumidor final. Além disso, utilizamos de criatividade e objetividade para chamar a atenção do cliente ao que realmente interessa, com foco à exposição de itens de linhas complementares, ou seja, itens que dependem um do outro no momento da utilização e instalação, assim conseguimos orientar corretamente o consumidor final à utilização e à instalação correta dos nossos produtos, além de oferecer melhor rentabilidade ao lojista. Nossa equipe de supervisores e promotores também disponibiliza materiais de apoio, como móveis, adesivos, bandeirolas e outros materiais promocionais.”



▶ ALUBAR

Da linha cabos de cobre para baixa tensão, a Alubar destaca as famílias Tecnofire, Tecnox, Tecnotox. Tecnofire: cabos de boa flexibilidade e que não propagam chama. Recomendados para instalações internas fixas, industriais, comerciais e residenciais de energia e força. Tecnox: boa flexibilidade e não propaga chama. São indicados às instalações internas fixas, industriais, comerciais, residenciais de energia e força, circuitos terminais e as linhas subterrâneas de até 1kV. Tecnotox: baixa emissão de fumaça e gases tóxicos, características que facilitam a evacuação e auxiliam equipes de socorro em casos de incêndio. Recomendados para locais com alta

concentração de pessoas como shoppings, cinemas, aeroportos etc.

“Nossos produtos são recomendados para todas as revendas”, diz Giuseppe Eduardo Bellezza, diretor Comercial da Alubar Metais e Cabos. Ele aconselha a exposição dos cabos em displays expositores de carretéis próximos aos olhos do consumidor, com medidor, variando a composição de cores dos cabos e separando-os por tipo de seção. “Para cabos acondicionados em rolos de 100 metros, recomendamos uso de estantes de prateleiras ou mostruários de parede, ficando à vista do cliente uma amostra de cada produto de forma organizada e funcional. Os cabos devem ser colocados próximos a produtos que possam ser utilizados em conjunto”, diz. As embalagens dos cabos Alubar CopperTec têm a descrição das características de cada produto, tais como família, seção nominal, metragem, norma referente, classe de encordoamento, cor e fabricante.

Bellezza mostra-se otimista com relação ao mercado. “Nossas perspectivas continuam muito boas. A empresa está em fase final de expansão para aumento da capacidade produtiva dos cabos de alumínio, a fim de atender à maior demanda do mercado, com base na retomada do crescimento do país. No mercado de cobre, continuamos atuando em todo o Brasil e, em especial, no Sul/Sudeste a partir da nossa unidade em Cotia-SP, com mais agilidade e menor prazo de entrega a nossos clientes.”

▶ ALUMBRA

Pedro Gondin Bido, supervisor de Marketing & Produtos da Alumbra, acredita que, em uma obra, quando os alicerces estão bem projetados e construídos, existe a garantia de uma edificação



sólida e estável, o que se reflete, também, na hora de escolher os componentes para uma instalação elétrica segura e confiável. “Não por acaso, essa categoria representa importante parcela da venda de muitas lojas de materiais para construção espalhadas pelo Brasil”, diz.

Segundo ele, o lojista e a equipe têm papel importante na difusão de conhecimento e no auxílio da correta especificação dos produtos, podendo influir, diretamente, no conforto gerado e na segurança do futuro morador. “Vale lembrar que o vendedor da loja de material de construção é considerado, muitas vezes, especialista no assunto, e, para garantir que ele esteja pronto a atender às diversas demandas que surgem, a Alumbra dispõe de um programa de treinamento voltado a esse público”, destaca. Em 2018, Alumbra, empresa 100% nacional, completou 55 anos de atuação no mercado.

“Outro bom exemplo de um produto perfeito para as lojas de todos os portes é a linha de interruptores e tomadas Gracia, que possui embalagem de visual clean que permite a plena visualização do design do produto. Esse tipo de item tem um apelo estético junto ao consumidor e, por isso, a linha conta com design ultrafino, permitindo que a placa fique rente à parede, levando mais sofisticação ao ambiente”, garante Bido.

▶ AMANCO

A Caixa de Passagem Elétrica para Piso Amanco, o mais recente lançamento da empresa, ganha destaque nas palavras do diretor Comercial da Mexichem Brasil, Adriano Andrade. “A novidade torna a instalação segura ao facilitar a passagem e a manutenção de cabos elétricos



enterrados de baixa tensão e de telecomunicações. O produto possui ponto de acesso para inspeção das instalações elétricas, uma tampa que suporta até 500kg e a vedação contra água. Com o maior corpo do mercado, a Caixa de Passagem Elétrica para Piso Amanco também tem Adaptador Escalonado, com bitola variável de ffl a 4, e Porta Tampa e Tampa, com anel de vedação e travas”, explica.

Outros produtos em foco no portfólio de soluções voltado à rede elétrica são: Eletroduto Rígido, Eletroduto Corrugado, EletroAmanco e Quadros de Distribuição.

Andrade explica que a Amanco não determina a maneira que seus revendedores devem expor os produtos da marca, mas orienta sobre a forma correta de armazenagem e exposição, de acordo com as características de cada linha. “Oferecemos treinamentos in loco nas vendas parceiras e desenvolvemos materiais de merchandising, com informações técnicas de fácil compreensão, além de disponibilizar outros dados 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”, conta. As embalagens apresentam, na maioria, informações relacionadas 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”, afirma.

▶ ASTRA

A Astra coloca em foco os Quadros de Distribuição da marca, e apresenta várias opções de tamanho, com ou sem barramento. “Os quadros Astra não propagam chamas, acompanham etiquetas adesivas para a identificação



dos circuitos, kit de fixação, além de aditivo Anti UV para prevenir o amarelamento ao longo do tempo”, assegura o diretor Comercial, Joaquim Coelho. Ele afirma que as embalagens são autoexplicativas e trazem as informações necessárias para a aquisição dos produtos, como, por exemplo, a capacidade dos disjuntores; se o produto é de embutir ou sobrepor; as medidas dos eletrodutos compatíveis com o quadro, entre outras.

Sobre a exposição dos quadros de distribuição nas vendas, o executivo orienta a colocação, preferencialmente, na vertical, em prateleiras. “O ideal é organizar os produtos do mesmo tamanho um atrás do outro, e os de tamanhos diferentes, um ao lado do outro. Assim, facilita ao consumidor final localizar o quadro necessário, porque se trata de um produto que, na maioria das vezes, é indicado por um profissional que realizará a instalação.”

Comparando o período de janeiro a setembro de 2017 com o mesmo período de 2018, Coelho revela que a Astra atingiu crescimento de 25% na venda de Quadros de Distribuição. “É um número satisfatório, tendo em vista toda a instabilidade econômica e política. O grupo Astra tem a expectativa de aumento nas vendas nos próximos meses”, antecipa.

Lorenzetti, uma marca que você confia.

LINHA DE AQUECEDORES DE ÁGUA A GÁS



A Lorenzetti é líder no segmento de aquecedores de água a gás. Investindo em alta tecnologia, possui uma linha completa de produtos testados e aprovados pelo INMETRO.

0800 015 02 11

www.lorenzetti.com.br

Siga a Lorenzetti
nas redes sociais



[lorenzettiofficial](#)



[lorenzettisa](#)



App Store
Google Play

LORENZETTI

Mais do que você imagina

AQUECEDORES DE ÁGUA A GÁS | DUCHAS E CHUVEIROS ELÉTRICOS | METAIS SANITÁRIOS | LOUÇAS SANITÁRIAS | PURIFICADORES DE ÁGUA | ILUMINAÇÃO | PLÁSTICOS SANITÁRIOS

► BLUMENAU

Na linha de produtos da Blumenau, ganham destaque os painéis de LED. A empresa oferece uma linha completa, com modelos de embutir e sobrepor, nos formatos quadrado e redondo, com potências de 3,5W a 40W. Os mais vendidos são os modelos quadrados de 12W, 18W e 24W, disponíveis nas três temperaturas de cor: branco quente (3000 K), neutro (4100 K) e frio (6500 K).

Há, também, os painéis maiores, de 40cm x 40cm e 62cm x 62cm, que substituem as antigas luminárias 4cm x 20cm; e os painéis 30cm x 120cm, que substituem as luminárias 2cm x 40cm. Ambos os modelos de embutir e em duas temperaturas de cor. Quanto aos painéis maiores, de sobrepor, têm tamanhos 40cm x 40cm, 60cm x 60cm e 30cm x 120cm. “Nosso mix é completo, para atender às diversas necessidades dos clientes. Todos os nossos painéis são de alumínio e, nas embalagens, estão todas as informações relativas às características dos produtos. Outro diferencial ligado à linha de painéis LED é a venda de drivers avulsos, que servem tanto para os modelos da Blumenau quanto aos produtos da concorrência, lembrando, sempre, de verificar as características técnicas na embalagem e no produto. Essas peças são ideais para reposição, sem precisar mexer no projeto e no design do ambiente”, declara André Makoto Kamikihara, supervisor de Marketing da Blumenau.

► BRASFORT

A Brasfort apresenta a linha de produtos para teste de voltagem, composta pelos itens: alicate amperímetro, multímetro digital e analógico, chave de fenda teste, teste de voltagem elétrico, teste 8 em 1 e corrente digital. Segundo a empresa, trata-se de itens



ideais para eletricitistas e técnicos que necessitam de instrumentos duráveis e práticos a fim de facilitar o trabalho. Os produtos estão indicados para medir a tensão das tomadas e identificar fios energizados, o que evita danos aos aparelhos eletrônicos. No caso de dúvida na utilização, todos os produtos vêm com manual de instrução.

► BRUM

Para os executivos Matheus Brum, diretor Comercial, e Flavia Limonge, Marketing, o produto de destaque da Brum é o BR2, caixa de distribuição para até dois polos que atende às necessidades das pequenas construções e reformas, que fazem parte do dia a dia do brasileiro. Eles revelam que os cuidados da empresa com a embalagem e o manual de instrução e, além disso, ressaltam a preocupação com as normas do Cadastro Nacional de Produtos visando que a revenda não tenha contratemplos.

Ainda sobre as embalagens, Brum afirma que algumas revendas dispõem de perfis mais “industriais”, e preferem embalagens duráveis e empilháveis, enquanto outras optam por peças mais comunicativas e de maior exposição. A estratégia é entender a forma de atuação para adaptar a melhor embalagem possível. Perguntados sobre o mercado, Matheus Brum revela que 2017 foi ótimo. “Acreditamos que o ano de 2018 será melhor ainda. O consumidor está



progredindo com confiança na economia e, cada vez mais, consciente e disposto a adquirir produtos de qualidade, e com valor agregado.”

► BUILDING

Para o presidente da Building, Alexandre Andrade Jr., 2018 deve superar, em 20%, o faturamento na comparação com 2017. “Sempre criando novas tendências, a B.Lux busca oferecer soluções e diferenciais aos consumidores. A nova linha de conectividade B.Lux HOME traz soluções inéditas no mercado, por meio de módulos HDMI, USB 3.0 e USB 1A Carregador. Esses módulos são responsáveis por oferecer soluções na conexão de quaisquer equipamentos de áudio, vídeo e dados com descrição e qualidade na transmissão de dados. Além disso, toda linha é oferecida em embalagens de design único, por flow pack de BOPP ultrarresistente, específicos para ganchetas com pinos simples ou duplos”, explica.



► EASY LINK BRASIL

Recém-chegada ao Brasil, a Easy Link já opera em 16 estados. “Nossa ênfase está em romper com as linhas repetitivas que várias importadores trazem ao mercado! Estamos distribuindo soluções em iluminação, não somente simples luminárias. Destaco os apliques de cabeceira e os abajures de estudo com tecnologia LED, além de pendentes no acabamento cobre, sucesso mundial, agora no Brasil”, salienta Gilberto Spiguel, presidente da Easy Link Brasil. Ele sugere às revendas exponham os produtos da marca juntos. “Há uma linguagem de complemento, assim, uma luminária de mesa puxa a venda



Enerbras®

Materiais Elétricos

Referência no segmento de
materiais elétricos de todo Brasil

Há 23 anos evoluindo com você.



[FAMÍLIA]

FERRAMENTAS
E UTILIDADES



[FAMÍLIA]

DUCHAS



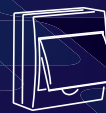
[FAMÍLIA]

MATERIAL
ELÉTRICO



[FAMÍLIA]

ILUMINAÇÃO



[FAMÍLIA]

PROTEÇÃO
ELÉTRICA

Entre em contato e conheça:

www.enerbras.com.br | 0800 645 3052

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

do pendente da mesma linha e etc. Todas as caixas são decoradas e ideais à exposição no ponto de vendas”, indica. Spiguel revela que muitos fatores impactam os resultados do ano. “O ano de 2018 prometia muito. Iniciamos janeiro com expectativa muito alta, porém, a indefinição política, a grande quantidade de feriados e eventos, acabaram cortando as datas principais e prejudicando o resultado.”



► FAME

Do portfólio de tomadas, interruptores, disjuntores, quadros de distribuição, lâmpadas e outros, a Fame chama a atenção para a linha de material elétrico Evidence. “O produto se destaca no mercado pela qualidade e o acabamento, além de receber um tratamento especial, que garante maior resistência contra os raios ultravioletas, com uniformidades das cores dos conjuntos”, revela Rodrigo Gobeti, encarregado de Propaganda e Marketing da companhia. “Não posso esquecer também de citar os nossos Quadros de Distribuição, indicados para uso de baixa tensão em instalações residenciais, comerciais e industriais. De estrutura reforçada, além de alta qualidade e fabricação de material ABS antichama, proporcionam resistência, durabilidade e segurança ao consumidor”, afirma. De acordo com Gobeti, a comunicação visual é muito importante nas revendas. “É sempre bom manter o PDV organizado e atraente para chamar a atenção dos consumidores. Os nossos produtos devem ser expostos em gôndolas, divididas em categorias, e com identificação de cada linha a ser comercializada, tornando cada produto visível e acessível aos consumidores. Nós, também, utilizamos, nas lojas, alguns pontos extras,

que ajudam a propagar os nossos produtos em outros lugares”, diz. Segundo o encarregado, essa estratégia melhora a visibilidade da marca e aumenta o volume de vendas. “E, é sempre válido, utilizar ferramentas como cartazes e banners, a fim de comunicar promoções e ofertas de produtos”, continua.

► FIXTIL

A Fixtil possui amplo mix de acessórios para o segmento de elétrica, composto por variadas linhas de produtos, tais como: tomadas e interruptores, plugues e adaptadores elétricos, disjuntores, acessórios para fixação de quadros de distribuição, acessórios para fios e cabos, acessórios para lâmpadas e luminárias, pinos e outros. “Todas as tomadas, os plugues e os adaptadores elétricos da Fixtil já estão adaptados ao novo padrão brasileiro definido pelo Inmetro, apresentando bordas de proteção para evitar choques”, garante Adriana Lopez, Marketing da empresa. “Por ser uma empresa certificada ISO 9001, garantimos tranquilidade ao lojista, na hora de vender, e, segurança ao consumidor final, na escolha de uma marca de produtos de qualidade”, continua. Da linha de tomadas e interruptores, a Fixtil destaca a Tomada de Sobrepor Redonda, com capacidade máxima de 10A, para aparelhos de baixa tensão 110V ou 220V, disponível na cor cinza. “O produto, fabricado de material plástico, funciona como tomada provisória de obras ou ambientes, com a vantagem de não precisar quebrar a parede para ser instalada. Incluímos, também, o Interruptor de Sobrepor e o Pulsador de Campanha, fabricados de material plástico, na cor cinza, e capacidade para 10A, que têm a mesma função de fixação



provisória”, detalha Lopez.

O Pino Adaptador 2p + T, fabricado de plástico e apropriado para adaptar os cabos de impressoras e computadores antigos para as novas tomadas, é o destaque em pinos e adaptadores da marca. Já o Pino Adaptador Universal 2P 10A, também de plástico com pinos de latão, tem a função de adaptar os modelos de pinos ao novo padrão brasileiro de tomadas.

Em acessórios para lâmpadas, ou luminárias, a Fixtil disponibiliza o Soquete E27 com rabicho, adequado para instalar lâmpadas incandescentes e eletrônicas de 110V e 220V. “Fabricado de material plástico, com contatos de latão, o produto é indicado às instalações domésticas, fábricas, empresas, eventos etc.”, sugere a executiva.

► GALAXYLEED

O destaque da GalaxyLEED vai para os painéis de embutir de LED. Fábio Oliveira, gerente de Engenharia, Importação e Marketing, explica que, por ser um produto que se adequa à instalação, garante visual uniforme. “É como se o painel fosse parte do teto de gesso ou forro modular”, diz. “O produto está disponível em diversos tamanho e formas – retangulares, quadradas e redondas –, e agrega design moderno a qualquer ambiente em que é aplicado.”

Dentre os diferenciais, estão a longa vida útil, de 25 mil horas, e o baixo custo de manutenção. Os painéis proporcionam de 60% a 85% de economia de energia, em relação às lâmpadas convencionais, e, boa parte do material utilizado na composição, é reciclável. Bivolt, o LED não emite raios ultravioleta nem calor.

“As lâmpadas, os painéis e os spots precisam ficar visíveis a todos os



Sempre utilize equipamentos de proteção individual (EPI) VONDER

www.elsevier.com/locate/jmb



www.vonder.com.br



01
AMAROK
POR SEMANA



Certificado de Autorização CAIXA nº 4-6970/2018

É bom trabalhar com

vonder®

Durabilidade e excelente acabamento para instalações profissionais! A escolha é sua e a qualidade é VONDER!

clientes que acessarem a loja ou o ambiente reservado à iluminação. O espaço necessita ser atrativo e organizado”, propõe Oliveira. Ele indica um testador para agregar credibilidade ao produto. “Assim, o nosso consumidor pode sair da loja ciente de que está adquirindo um produto 100% eficiente e que funciona. São poucos no mercado que oferecem possibilidade ao cliente esse tipo de experiência no PDV. É importante destacar que, por ser material frágil, é necessário muita cautela no manuseio”, alerta.

Sobre as perspectivas de crescimento, Oliveira avalia que 2018 é um ano atípico. “Apesar da situação pela qual o país atravessa, com fortes oscilações do dólar, desconfiança do mercado e dos investidores, do desemprego e das eleições, a GalaxyLED está em plena expansão! No Brasil, existe a expectativa de que, em 5 anos, a iluminação LED represente, aproximadamente, 74% das vendas no mercado de lâmpadas”, anuncia.

IFC/COBRECUM

A IFC/COBRECUM apresenta ampla linha de fios e cabos elétricos de baixa tensão e, também, fabrica condutores elétricos para a alimentação de aparelhos eletroeletrônicos. O diretor Comercial, Gustavo Verrone Ruas, enfatiza que a empresa é referência em qualidade e inovação. “Para termos fios e cabos elétricos de primeira contamos com modernos processos de produção, mão de obra treinada e qualificada. Além disso, estamos investindo, constantemente, em maquinário e tecnologia de

ponta para garantir a excelência e a qualidade de todas as linhas de fios e cabos produzidas pela empresa. Estamos investindo em nosso parque fabril, que, atualmente, possui 35 mil m² distribuídos em duas unidades (Itu/SP e Três Lagoas/MS)”, revela. Com isso, Ruas projeta para os próximos anos, aumento de, pelo menos, 30% na capacidade fabril.

Do mix de produtos, a principal novidade é o Cabo Solarcom, indicado às instalações fotovoltaicas. O produto pode ser aplicado em instalações fixas cujo produto interliga os módulos fotovoltaicos ao string box, control box e painéis de serviços aos inversores e é adequado para instalações internas e externas.

Gustavo Verrone Ruas indica que os fios e os cabos os elétricos devem estar expostos de forma a proporcionar boa visibilidade nos pontos de vendas, preferencialmente próximos a outros produtos do setor de elétrica. “É importante ressaltar que a boa organização facilita a escolha de fios e cabos elétricos em cores e seções nominais desejadas pelos clientes/consumidores. Também, é fundamental a boa exposição de fios e cabos elétricos com embalagens de extrema qualidade. Esse é um dos nossos grandes diferenciais. Os rolos de 100 metros de nossos fios e cabos elétricos são embalados em material plástico muito resistente e 100% reciclável”, orgulha-se o diretor.

INTERLIGHT

A Interlight, especialista em soluções para iluminação, dispõe, no catálogo, de diversas luminárias que compõem ambientes de decoração e arquitetura, tanto residencial quanto comercial, de acordo com o projeto de cada cliente. A marca destaca a linha Pergo, definida como miniprojetor elegante e potente. “Quando pensamos em um projeto que queremos ter uma

iluminação como solução, o spot Pergo tem essas características, pois trata-se de um produto extremamente discreto e com aparência delicada. O que não quer dizer fragilidade, pelo fato de essa aplicação acontecer, principalmente, em áreas externas, permitindo um equilíbrio visual de menos é mais”, afirma Paulo Tornizielo, Lighting Designer da Interlight.

A Pergo une dois pontos pivotantes de articulação, que tornam o foco versátil e direcional. Podem, também, ser aplicados acessórios acoplados na luminária, que reduzem o ofuscamento ou a mudança na cor da luz. No aspecto de aplicação, há várias possibilidades. A empresa destaca o pergolado, que dá origem ao nome, pois o tamanho torna possível a aplicação de forma bem discreta, chamando a atenção ao espaço como um todo.



JAPI

“As luminárias do tipo pendente trazem mais elegância, charme e funcionalidade a um ambiente, destacando, ainda, o custo-benefício.” A afirmação é do gerente Comercial da Japi, Diego Mattos. Ele elucida que a Luminária Pendente Redondo, da Japi, tem design moderno e que compõe, perfeitamente, tanto ambientes internos quanto externos. “Seguindo as tendências de mercado, e ampliando a Linha de Luminárias, por causa da grande aceitação no mercado, a Japi traz, como lançamento, o modelo Pendente Quadrado”, revela. Mattos detalha que as luminárias de polietileno são fabricadas pelo processo de rotomoldagem. “São resistentes e leves, com acabamentos de alumínio escovado e regulador com fio, possibilitando o ajuste da altura ideal para cada ambiente”, continua. Para ele, a melhor maneira de expor





Ferramentas



Elétrica



Hidráulica



Jardinagem



Utilidades



EPI

O MIX mais
completo de
produtos para
o seu negócio!

www.brasfort.net.br





o produto é, sempre, por meio da ambientação. “Dessa forma, a visualização é facilitada para que o cliente final possa avaliar o produto, verificando se o mesmo atende às suas necessidades.” As luminárias contêm manual explicativo dentro da embalagem.

► LAMESA

O gerente Comercial da Lamesa, Silvio José de Carvalho, ressalta os cabos de cobre flexíveis da marca. “Em função da qualidade de nossos produtos, toda nossa linha possui grande destaque no mercado nacional. Contudo, podemos dar ênfase a nossos cabos de cobre flexíveis, tanto em 750V quanto em 1 kV HEPR, 100% das linhas são encordoadas na classe 5 de flexibilidade. Outro destaque são os cabos de alumínio, tanto nus quanto multiplexados (PE e XLPE)”, declara. Para Carvalho, além da qualidade, a Lamesa, ainda, tem como diferencial a logística de entrega.

Ele acredita que a melhor forma de exposição dos materiais está na demonstração, ao consumidor, dos atributos de qualidade dos produ-



tos, bem como do custo-benefício. O gerente informa, também, que as embalagens seguem, rigorosamente, os requisitos exigidos pelas normas brasileiras, específicas para cada tipo de produto.

► MEC-TRONIC

Do portfólio da

Mec-Tronic ganha realce a linha de tomadas e interruptores Rapid. “Além de ser modular



e encaixar-se em todas as nossas outras linhas, possuem bornes sem parafuso, que tornam a instalação e a desinstalação 50% mais rápidas”, garante Jean Mansour.

Mansour também fala sobre a linha de disjuntores e DRs Inviol, primeira e única linha no mundo a trazer um sistema de lacre que torna a instalação inviolável após concluída. “Assim, permite às instaladoras e às construtoras ter controle sobre a garantia dada na instalação do quadro elétrico”, prossegue.

A empresa orienta a exposição dos produtos em ganchos ou pontas de gôndolas, com vídeos explicativos e quadros demonstrativos montados no local.

► QUALITY ILUMINAÇÃO

A linha de produtos Quality Iluminação foi desenvolvida, especialmente, para o mercado de autosserviço, principalmente o de lojas de materiais elétricos e equivalentes. “Trata-se de produtos de fácil instalação, preços competitivos, alta tecnologia, qualidade e design, alinhados ao segmento de mercado e orientados para alto giro nos pontos de venda”, declara Marcelo Moraes Mizuno, gerente de Marketing Newline Ilumina-

ção/Quality Iluminação.

Ele destaca os produtos da linha Montreal. “Essa é uma solução de design moderno e tecnologia LED, com preços super competitivos.”

Para as revendas, ele instrui que, além da exposição do produto instalado e em funcionamento, as embalagens devem estar corretamente expostas e organizadas. “Os produtos precisam estar na altura da área de “pega”, para que não haja perdas nas conversões durante o processo de consulta e vendas”, segue. “Nossas embalagens foram, especialmente, desenvolvidas para otimizar os resultados nas vendas, por destacarse no PDV e dar informações claras e objetivas para o consumidor final.”



► RADIAL

Da gama de produtos da Radial, a empresa destaca os interruptores e das tomadas das linhas Pollar e Pérola, além dos plugues. “São adaptáveis ao maior número de ambientes por apresentar cores neutras, transformando a casa ou escritório em algo clean e sofisticado, somado ao melhor custo-benefício das peças, que é vantagem decisiva no momento da aquisição do produto”, reforça Guerino Marmore Neto, diretor Comercial. Ele lembra que essas linhas já conquistaram o mercado pela qualidade, e têm certificado de conformidade reconhecido pelo INMETRO.

Por sua vez, os plugues da marca têm variedade de formatos e cores que atendem às diversas demandas. “Observamos que, nesse quesito, o consumidor não leva tanto em consideração a marca do produto em si, e, sim, a funcionalidade. Nós, prontamente, transformamos essa necessi-





SEM LIMITES PARA CHEGAR ATÉ VOCÊ.
OBRIGADO POR



DE CONFIANÇA!



 www.tambasa.com
 [@tambasaatacadistas](https://www.instagram.com/tambasaatacadistas)
 (31) 3359-0000

A Tambasa Atacadistas obteve o 1º lugar na categoria de "Excelência atacadista distribuidor" 2018 da Revista Revenda. Obrigado por mais um ano de conquistas!



dade em realidade, fazendo que nossos plugues sejam um dos produtos mais vendáveis”, atesta Guerino.

O diretor revela que a empresa se preocupa com a maneira que os produtos serão exibidos pelos revendedores e os atacadistas. “Por esse motivo, utilizamos expositores que atraem o cliente a interagir com a marca.”

Prossegue explicando que, segundo as especificações dos certificados, os produtos são fabricados em um único corpo ou em duas partes, fechadas por parafusos, a primeira, uma base para a instalação dos pinos, os contatos e os bornes e, a segunda, a tampa, responsável pelo fechamento do produto. A marca prioriza embalagens transparentes. “Isso é para que o consumidor perceba os itens que compõem os produtos e saiba que adquiriu uma peça de qualidade Radial. Acreditamos que os clientes tenham essa percepção e, portanto, escolham e confiem na Radial, quando o assunto é materiais elétricos”, considera.



Em versão “mini” dos rolos, o Pocket Pack SIL oferece 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 as seções nominais – do 1,5mm² ao 10mm² nas metragens 10, 15 e 25 – têm peso máximo suportado no empilhamento da caixa de baixo de 230kg ou o equivalente à apresentação de 3 a 4 caixas, variando, de acordo com a seção nominal e a metragem dos produtos. “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, facilitan-

do 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”, ressalta Pedro Morelli, gerente Comercial e de Marketing da SIL.

“Além de políticas comerciais adequadas, a SIL promove um trabalho específico para o desenvolvimento dos revendedores e oferece materiais de apoio para decorar, agregar a força da marca ao ponto de venda e fazer o produto girar ainda mais. Entre os quais estão: móveis, displays para tabelas do eletricitista; expositores de carretéis com conta-metro; e testeiras de gôndolas informativas, com orientações que ajudam o cliente a distinguir o produto e a aplicação, com informações básicas sobre a Norma 5410”, relata o executivo.

SOPRANO

Do mix de produtos da Soprano, o gerente-Geral Gustavo Luis Boff destaca itens para cada linha: Minidisjuntores – “Somos um dos principais fornecedores nacionais de disjuntores e líderes em diversos segmentos, com tradição de mais de 35 anos no segmento elétrico. Contamos com um portfólio completo de mini-disjuntores residenciais IEC de 3KA, 6KA e 10KA, disjuntores NEMA, disjuntores caixa moldada industriais e abertos de 10 a 4.000 Amperes. Os mini-disjuntores de até 63A têm certificação do INMETRO”, declara Boff. Plugues – Segundo o gerente-Geral, a linha de plugues e tomadas industriais é uma das mais completas do mercado, formada por plugues, aco- pladores, tomadas de embutir e so-



brepor, disponíveis nas correntes de 16, 32, 63 e 125 A e nas tensões 110/130, 220/240 e 380/440 VCA, todos com grau de proteção IP44 ou IP67.

As lâmpadas LED da Soprano podem ser encontradas nos modelos bulbo A55 e A60 e tubular 600mm e 1.200mm, com tensão bivolt. Com garantia de 3 anos, a empresa calcula que a economia de energia chega a 83% no modelo bulbo e 50% no modelo tubular, quando comparadas às lâmpadas incandescentes comuns.

Luminárias – Construídas 100% de policarbonato, material próprio para suportar a corrosão e os raios UV (ultravioletas), o que proporcionam maior vida útil, as luminárias da Soprano podem ser utilizadas em ambientes internos e externos. “São peças com moderno e prático sistema de clique, que facilita a instalação e a substituição das lâmpadas. Disponíveis em modelos com e sem grade nas cores preta e branca, essas luminárias agregam beleza e charme aos ambientes.

Quadros de Distribuição – Os quadros de distribuição da Soprano são produzidos com material que não propaga chamas, com tampa e base de ABS autoextinguível e grau de proteção IP40, seguindo as normas NBR IEC.

Quanto à melhor colocação dos produtos nas vendas, a Soprano oferece aos lojistas diferentes modelos de expositores. “Para a linha de lâmpadas LED, contamos com modelos de cestos, displays e clip strip. Além disso, as linhas de lâmpadas e luminárias apresentam embalagens atrativas, desenvolvidas para dar destaque às peças e auxiliar os consumidores no momento da escolha”, lembra Boff.

STARTEC

A gerente de Desenvolvimento de Produto e Marketing da Startec, Clarissa Mellim Albanesi,





TÁ DIFÍCIL FAZER AS COMPRAS PARA ABASTECER SUA LOJA?

CONHEÇA A OBRAMAX E TENHA À SUA DISPOSIÇÃO MAIS DE 19 MIL PRODUTOS DE QUALIDADE PROFISSIONAL, COM ESTOQUE EM GRANDES VOLUMES E DISPONIBILIDADE IMEDIATA PARA RETIRADA OU PARA ENTREGA NO DIA SEGUINTE, COMPRANDO ATÉ AS 15H.

- MATERIAIS BÁSICOS
- MATERIAIS HIDRÁULICOS
- MATERIAIS ELÉTRICOS
- PISOS E REVESTIMENTOS
- BANHEIROS
- ESQUADRIAS
- MARCENARIA
- FERRAMENTAS
- FERRAGENS
- PINTURA
- LIMPEZA E ORGANIZAÇÃO



Av. do Estado, 6313 - Mooca
Teleendas: 3003-3400

Horário de funcionamento:

Segunda a sábado, das 7h às 21h.
Domingos e feriados, das 9h às 20h.

Compre pelo site: OBRAMAX.COM.BR



/OBRAMAXATACADO

esclarece que a empresa oferece cinco novas linhas de destaque em 2018, das quais, duas são de design exclusivo da marca. São elas:

Refletores – “Nossos refletores se diferenciam do mercado, pois são mais compactos e elegantes, com 100% de potência, têm vidro estendido por toda a superfície, que elimina os parafusos aparentes, e de uso interno e externo”, elucida Albanesi.

Plafonier Spiralle – “São peças com design exclusivo, que foram desenvolvidas para trazer beleza a um produto de giro que está presente em todas as lojas de material de construção”, explica.

Finna LED – “Esse item foi desenvolvido pela Startec para proporcionar ao cliente uma luminária de sobrepor que, além de atender às necessidades básicas de iluminar e decorar o ambiente com qualidade, conforto e economia.

▶ TRAMONTINA

Segundo Roberto Aimi, diretor-Executivo da Tramontina Eletrik, a unidade de materiais elétricos oferece o melhor em design, segurança e soluções técnicas para produtos destinados a instalações elétricas, atendendo, com precisão, a todas as características 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. Um passo importante para a consolidação da marca foi o lançamento das linhas de disjuntores, itens fundamentais porque têm a função de só permitir a passagem da corrente até o valor nominal do disjuntor, desarmando a rede elétrica de determinado circuito em caso de sobrecarga. Dessa forma, o disjuntor poupa o condutor elétrico de trabalhar acima da capacidade e, assim, evita o risco de um curto-circuito”, explica.

Ele lembra que outro passo importante aconteceu em 2018, com a entrada da Tramontina no segmento

de lâmpadas LED. “Desde o início do projeto, a empresa definiu a qualidade como premissa fundamental, com o objetivo de oferecer amplo mix de soluções em iluminação com produtos que propiciem durabilidade, economia e bem-estar. Além das lâmpadas em diversos modelos, também foram lançados plafons, refletores e luminárias, sempre de LED”, relata.

O executivo declara, ainda, que as Lâmpadas LED Tramontina iluminam mais e consomem menos energia.

Para facilitar a consulta aos itens e à aplicação mais adequada de cada um, a empresa desenvolveu um e-book, que está disponível no site para download, atrelado a cada produto da linha de iluminação. “A novidade promete ser útil tanto para consumidores e profissionais especificadores quanto para revendedores. Com linguagem e apresentação leve, ambos os públicos poderão conhecer, detalhadamente, cada produto que compõe o portfólio de LED e obter informações quanto ao uso, funcionalidades e características técnicas de cada item”, conta Aimi.

▶ VELPER

A Velper dispõe de amplo portfólio de produtos em fios e cabos para construção civil. A marca faz parte de um Grupo de empresas 100% nacional é consolidada no mercado e traz tecnologia de ponta, oferecendo produtos de fabricação própria e pronta entrega.

O diretor Comercial da Velper, Thiago Teixeira, ressalta os lançamentos da marca em 2017: A VelperBox, uma das maiores inovações na organização e na



comercialização de fios e cabos elétricos. “Com design prático, moderno e inovador; a VelperBox facilita a organização no armazenamento, evitando desperdícios e se adaptando a qualquer espaço da sua loja, isso porque pode-se empilhar até seis caixas. Além de fácil manuseio dos fios: é só puxar para vender”, destaca Thiago.

A Velper recomenda ao revendedor exigir produtos com qualidade e que atendam a todas as normas de segurança e certificações. “Todos os nossos produtos estão de acordo com as normas técnicas e os selos de certificação dos órgãos regulamentadores”, comenta. O relacionamento com os revendedores é uma das prioridades da Velper, a fim de entender a necessidade de cada cliente.

▶ ILUMI

Paulo Sérgio Rodrigues, diretor Comercial destaca os seguintes produtos:

FILTRO DE LINHA PROFISSIONAL – “Ao contrário

de muitos filtros que se encontram no mercado, que usam fusível, o filtro de linha profissional da Ilumi utiliza microdisjuntor que desarma quando ocorre sobrecarga de energia, não danificando os aparelhos.”

MPT - MÓDULO PROTETOR DE TORMADA – “Especialistas afirmam que aparelhos em stand by podem gastar mais energia do que durante o uso, representando de 12% a 20% do consumo de energia elétrica de uma residência. Pensando nisso, a Ilumi desenvolveu o Protetor Bivolt 10A, que, além de desligar os aparelhos em stand by, ainda protege seus equipamentos contra picos de tensão e sobrecarga, gerando uma economia de energia.”

MONOBLOCO – “Dispensa o jameamento com a utilização de fios. As tomadas monobloco já vêm jameada.





A energia do Brasil até você.



Cabos Tecnofire

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

Fabricados com a reconhecida qualidade Alubar, os cabos Tecnofire® - 450/750V são produzidos com isolamento em material termoplástico PVC/A, 70°C, tipo BWF, sendo resistentes à propagação de chamas. Por isso são recomendados para instalações internas, industriais, comerciais e residenciais de energia e força. Com boa flexibilidade, são fáceis de instalar em dutos de pequeno raio de curvatura e simples de utilizar em painéis e quadros de comando.



TEMPLE

Para instalar, basta soltar os 3 parafusos, cabear e apertar novamente.” Rodrigues ressalta que a Ilumi sempre se preocupou em ser mais um vendedor ao seu cliente. “Para isso, criamos uma empresa visando a produção de material de PDV, o que aumentou muito nossa distribuição, tornando-a uma das empresas do segmento que mais investe nesse tipo de material. O principal item enviado, e que faz toda a diferença na revenda, é o display, que proporciona excelente exposição de nossos produtos, tornando o atrativo para o consumidor final. Além disso, desde 2016, iniciamos um trabalho de trade com uma equipe que já visitou mais de 4.000 pontos de vendas, fazendo arrumação das lojas e treinou mais de 5.000 vendedores, em 11 estados do país.”

A forte participação no varejo é um ponto a ser destacado pela Ilumi, que, apesar de 2018 ser um ano difícil, acreditam que terá crescimento de 10%, em comparação a 2017. “Temos vários pontos a destacar, entre os quais, a participação mais forte da Ilumi no varejo, resultado de muito trabalho e exposição da marca (como feiras do segmento e investimento em um novo site, TV e mídias sociais), que proporcionou a busca pela marca nos mais diversos pontos do país. Outro fator importante é o fortalecimento das nossas parcerias com Atacados e Distribuidores, que, com certeza, têm contribuído, grandemente, para nosso desempenho.”

ENERBRAS

Com grande variedade de itens que disponibiliza para os clientes, a linha que tem se destacado na maior aceitação

do mercado é, hoje, a Neo Sottile. “Trata-se de uma linha completa de interruptores e tomadas com: placa e suporte em uma única peça, tomadas duplex (jumpeada), tomada de carregamento USB, sistema para móveis e 6 anos de garantia. Nas embalagens da linha, o cliente pode verificar como fazer a instalação de cada componente de forma fácil e segura”, diz Annick Marques, analista de Marketing. Quanto à exposição no ponto de venda, Annick informa que a Enerbras busca unir, em uma mesma área, peças aplicadas, simulando ambientes, e os produtos embalados para a comercialização. “Existe maior aceitação quando o cliente vê o item que deseja, não só na gondola, dentro das embalagens, mas, também, aplicado, simulando a sua utilização. Dispomos de mais de 60 itens de merchandising para dar total apoio ao lojista, não só na exposição de produtos como, também, para a realização de ações promocionais com brindes e sorteios”, esclarece.

KRONA

A Krona destaca os produtos: Eletroduto de PVC Corrugado flexível (parede), Eletroduto de PVC Corrugado reforçado flexível (laje), Caixa de luz para eletroduto corrugado flexível, Caixa de luz centro para laje, todos atestados pelo PBQP-H.

Valdir Cortmann, diretor Comercial e Marketing da empresa, diz que a área de Vendas e a de Marketing vêm trabalhando em conjunto para desenvolver as melhores ações com os revendedores. “São realizadas, constantemente, campanhas nos pontos de venda, e a efetividade desse trabalho é conquistada com o apoio fundamental dos representantes da Krona, que fazem um excelente trabalho, indicando, nos pontos de venda, a melhor forma para expor nossos produtos, assim como na aplicação de nossos materiais de PDV. Os nossos materiais de PDV



estão alinhados à campanha “Quem Questiona Usa Krona”, e têm o objetivo de ajudar o consumidor a localizar os nossos produtos no interior dos pontos de venda. As peças atraem e inspiram o consumidor a comparar marcas e a compreender que os produtos Krona oferecem a melhor relação custo x benefício, sendo, desta forma, a decisão mais inteligente para a construção ou a reforma. A fim de manter a lembrança da marca na mente do consumidor, a empresa investe forte em comunicação, contribuindo para melhor desempenho no ponto de venda. Em 2015, 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”, diz.

A expectativa para este ano é muito promissora. “Estamos com expectativa de crescimento e sentindo a retomada da economia. Estão na Construção Civil as melhores expectativas de crescimento para a economia brasileira. Mesmo diante do cenário de incertezas, que vislumbramos até o final deste ano, economistas avaliam que a Construção Civil terá papel decisivo na geração de empregos, de investimentos e de renda em 2019”, finaliza.

ELETROFITAS

Dentro da linha dos produtos Eletrofitas, o modelo mais vendido é o EF5x2, principalmente, para ligação de LED. John Davies, diretor Comercial da empresa, destaca o crescimento do LED: “Os LEDs, em todas as formas e cores, se tornaram uma febre na área de iluminação e decoração e, assim sendo,



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

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

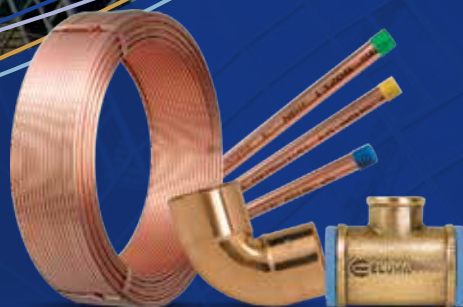
**TOP
OF
MIND**
Revenda Construção



LUGAR

EM TUBO E CONEXÃO
DE COBRE

neumind



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

ELUMA. A MARCA DO COBRE.



ELUMA
uma marca Paranapanema

a Eletrofita tem sido a melhor solução a fim de levar energia aos pontos desejados para que lustres, arandelas e luminárias possam ser ligados sem quebrar paredes para passar fiação”, diz.

Eletrofita são condutores elétricos planos e autoadesivos que podem ser aplicados diretamente às paredes e aos tetos, tornando-se, totalmente, invisíveis após a pintura de acabamento. Por isso, a empresa recomenda passar a fiação em lajes, paredes de bloco estrutural e drywall. São isolados em ambas as faces com policarbonato, plástico de extrema resistência, o que oferece segurança e eficiência. A empresa fornece expositor para os lojistas, onde os carretéis são acondicionados com o objetivo de facilitar a medição e o corte de acordo com o pedido do cliente. Também, banners e material impresso para distribuição são destinados às lojas.

LORENZETTI

A Lorenzetti possui uma linha completa de lâmpadas LED, fluorescentes compactas e de alta potência, com variadas soluções para projetos de iluminação residenciais e comerciais. Destaque ao modelo Bulbo LED, produto eficiente, sustentável e ideal a fim de substituir as lâmpadas incandescentes e eletrônicas. Paulo Sergio Galina, gerente de Marketing da Lorenzetti, destaca as qualidades do produto: “É um modelo versátil, que permite a utilização em diversos ambientes, sejam comerciais ou residenciais, indicado para aplicação em luminárias decorativas e spots.”

O mais importante, na opinião de Galina, é o treinamento para que os revendedores possam oferecer o produto. “Para a empresa, o revendedor é considerado um dos mais importantes pilares para o sucesso do negócio. A Lorenzetti oferece



capacitação realizada pela equipe de treinamentos em todo o território nacional ministrado para vendedores e balconistas, como, também, o sistema e-learning, método de treinamento não presencial da Lorenzetti – ambos visam a abranger aspectos técnicos e de abordagem de venda que facilitam o dia a dia dos revendedores.”

FOXLUX

Dentro da linha de Materiais Elétricos, o Grupo Foxlux oferece ampla gama de opções, passando por bocais até as Lâmpadas LED. “Em relação aos destaques, eu citaria a nossa linha de Bocais, bastante completa, entre porcelana e termoplástico, que proporcionam, aos nossos parceiros, produtos de maior giro, com embalagens que facilitam a venda com o mix ideal com apenas um fornecedor. Hoje, sem dúvida, somos uma das indústrias com o mais completo mix desta linha, e com o menor índice de ruptura ao mercado, fazendo grande diferença, no atual momento, que muitos clientes contam com o estoque da indústria, a fim de evitar a compra de grandes volumes”, informa Eloir Pereira Padilha Júnior, gerente de Marketing do Grupo Foxlux. Outros destaques são o Alicata Amperímetro e o Multímetro Digital, e a linha de Cabos Coaxiais.

Eloir cita, ainda, a linha de Lâmpadas (fluorescente, LED, mista, halógena, vapor metálico, especiais e coloridas).” As embalagens da Foxlux contêm as informações necessárias para que o cliente compre o produto correto. “Para as lâmpadas, por exemplo, é essencial uma tabela de conversão entre as tecnologias, pois o consumidor, em grande parte, ainda não tem a segurança necessária para a compra de lâmpadas LED. Por este motivo, realizamos uma ação de comunicação que, também, serviu para treinamentos a respeito das dúvidas que surgem na compra do LED e ações com o consumidor como a



“Lâmpada Falante”, com que o cliente conversava com a própria Lâmpada num ponto de venda”, comenta Eloir.

Os Cabos Coaxiais, têm um display de balcão apresentando as diferenças de malhas do produto, assim como as diversas aplicações possíveis.

Eloir comenta que o ano está difícil, mas novos desafios estão sendo buscados. “Com a chegada da Famastil ao Grupo Foxlux, o objetivo é ter uma fatia, cada vez maior, do mercado, mas pautada com muito respeito aos nossos clientes, e relacionamentos comerciais estabelecidos há anos, que observamos como grandes oportunidades de crescimento. O fato é que, assim como nos últimos 21 anos, o Grupo Foxlux continuará a busca por crescimento sólido e mantendo a relação de “ganha-ganha” que os clientes atendidos por nós sabem que mantemos”, encerra.

EXICON

A ELECTROLUX, empresa do Grupo Exicon, presente em 150 países e em mais de 45 milhões de lares brasileiros, em seus 99 anos de existência sempre marcou presença com produtos inovadores e diferenciados. Assim, todas as linhas de produtos de iluminação trazem diferenciais em relação aos demais produtos do mercado. O destaque é a Linha de Painéis Assunção, para embutir ou sobrepor. “Nossos painéis trazem três principais diferenciais: Elegância, apresentando design diferenciado, com bordas minimalistas, que não interfere na decoração do ambiente; Desempenho, com potências diferenciadas e eficiência 15% maior que a média dos demais



painéis do mercado – resultando em 20% de economia de energia, sobre os mesmos itens comparados; e Qualidade, utilizando todos os materiais e os componentes necessários para oferecer maior robustez e durabilidade. Exemplo disso é o dissipador de calor, único no mercado, com até 3mm de espessura. Nós acreditamos que a interação entre o vendedor e o consumidor final interfere, diretamente, no resultado da revenda, assim, apresentamos em nossas embalagens todas as informações técnicas que embasam esses diferenciais, e realizamos treinamentos com as equipes de nossos clientes, para estimular a interação com o consumidor final por meio das explicações sobre os diferenciais do produto”, informa Roberto Gabrielli, diretor Comercial. A empresa recomenda que a melhor exposição para esses itens é com o produto instalado, em funcionamento, e disponível para o consumidor ter contato, tanto visual quanto tátil. “Tivemos casos de revenda aumentar, em até oito vezes a venda dos nossos produtos, após a instalação das peças no PDV”, exemplifica Gabrielli.

3M

A 3M destaca as Fitas Isolantes 3M™ Scotch™ 33+, que suportam 105°C, têm grande durabilidade, pois não desgrudam e não ressecam ao longo dos anos, flexibilidade superior, mesmo com movimentos bruscos de dilatação e contração dos fios, e adesão diferenciada. É um adesivo de qualidade superior, que minimiza a possibilidade de desgrudar dos fios e cabos, e até mesmo de derreter, garantido serviço mais limpo e de qualidade.

Outro produto recomendado é o Lubrificante



para Puxamento de Fios e Cabos 3M™. Isabela Amarante, gerente de Produto de acessórios para baixa tensão da 3M, informa que o produto é um gel à base d'água, não inflamável, não mancha, não deixa resíduos e é de fácil aplicação. Isabela recomenda ao revendedor expor os produtos num local de fácil acesso ao consumidor.”

A categoria de fitas isolantes é uma compra muitas vezes de impulso, e, é importante que o produto esteja exposto na gôndola e no check out”.

Quanto às expectativas de melhorado mercado, informa que “o cenário macroeconômico apresenta sinais de melhora, e isso impacta, diretamente, toda a cadeia da indústria e da construção civil, por exemplo, e por conseguinte nos produtos da 3M.”



STECK

O produto de destaque da Steck é a linha de interruptores e tomadas residenciais Sophie®. “O lançamento traz o que há de mais moderno em design contemporâneo, elegância e tecnologia”, informa Camila Clauhs, designer de Produto da Steck Indústria Elétrica. São mais de 50 itens, entre interruptores, tomadas e módulos para conectividade, como o carregador USB, que traz mais praticidade no dia a dia, com carregamento mais rápido e prático de celulares e outros aparelhos. Outro diferencial da linha são as quatro cores em tons foscos, que permitem diferentes combinações com os demais acabamentos e móveis dos ambientes. A linha residencial possui embalagem flowpack, de plástico, com visual que identifica a linha e o produto.

Camila recomenda, aos revendedores, expor a linha Sophie em slatwall. “A divulgação é feita por meio de dois

displays: uma régua com as quatro cores, fixada nas gôndolas e outro display para balcão”, diz.

GRUPO PERLEX

O Grupo Perlex atua no segmento de materiais elétricos para uso residencial e industrial. “Além da completa linha de materiais elétricos, caixas de distribuição, fios e cabos, temos a fabricação de Portas Sanfonadas, Forros e Canaletas produzidas de PVC”, esclarece Daniele Munhoz, gerente Nacional de Vendas do Grupo Perlex. E, com tanta diversidade de produtos, Daniele avisa que é difícil destacar uma linha. “Temos a linha de Tomadas e Interruptores Pumalux, que atende ao consumidor, desde o mais exigente, até o que busca melhor custo x benefício. Com designer diferenciado, temos as linhas modulares Pumalight e Nova Aros, que trazem as características de garras fixadoras, tipo suporte, e as placas lisas com o branco acetinado. Mas, o grande campeão de vendas são as Caixas de Passagem e Distribuição, que atendem a qualquer necessidade. Das mais simples até as que necessitam de maior quantidade de disjuntores”, avisa.

O Grupo Perlex utiliza embalagens dentro do exigido pelas normas brasileiras, mas, que também sejam atrativas e esclarecedoras para o consumidor. Diante de um mercado em ascensão, o Grupo Perlex procura se adequar à realidade, sempre buscando novas tecnologias e inovando nos produtos e nos processos. “Com isso, criamos oportunidade de crescimento no mercado nacional. O Grupo Perlex sempre tem como meta a melhoria contínua e nossos clientes sentem isso. Acreditamos que, com os investimentos feitos em mão de obra qualificada, materiais de qualidade e parque fabril, com o que há de mais atual, mesmo diante das adversidades a nossa meta será cumprida”, encerra Daniele.



A IMPORTÂNCIA DO ATACADO

Chegar aos mais remotos destinos é o grande desafio dos atacadistas distribuidores. No segmento material elétrico, então, o desafio é ainda maior, pois, a pulverização dos produtos é muito grande e atendem a quase todas as lojas de materiais de construção do Brasil. Eis algumas empresas que atuam no atacado de materiais elétricos.



TEMPLO ELÉTRICA

Com aproximadamente três mil mil clientes em todo o território nacional, concentrados, especialmente, no estado de São Paulo, a Templo Elétrica é especialista em materiais elétricos de baixa tensão, principalmente nas linhas de interruptores e tomadas, lâmpadas LED, disjuntores, fios e cabos das principais marcas do mercado. “A Templo foi fundada com o objetivo de ser um distribuidor genuíno, trabalha na pulverização de produtos como um braço das principais fábricas de materiais elétricos do Brasil com foco nas linhas de baixa tensão e acabamento. Atendemos às lojas de materiais elétricos, de materiais de construção, aos home centers, os supermercados, as construtoras e os instaladoras”, declara Rafael Gonçalves, diretor Comercial da empresa.

Gonçalves revela que essa estratégia se deu pela história da companhia, que surgiu como distribuidora exclusiva de produtos da então Pial Legrand e, ao longo do tempo, foi aumentando o portfólio e para incluir outras linhas de produtos como disjuntores, lâmpadas, fios e cabos, condutores, quadros de distribuição, sistemas de interfonia, plugues, entre outros, sempre com foco em elétrica e com produtos correlatos.

Para as revendas, o diretor pondera que a maioria dos produtos elétricos não de-

pende de muitos cuidados especiais no armazenamento, quando comparados aos eletroeletrônicos ou a outros com acabamento de vidro. “Temos, em nosso portfólio, alguns modelos de lâmpadas, por exemplo, que precisam de cuidado especial tanto no armazenamento quanto no manuseio e transporte por se tratar de produtos de vidro e, dessa maneira, serem frágeis. A Templo tem cuidado especial com esse tipo de material em toda sua cadeia, para garantir que o produto chegue em perfeitas condições até o nosso cliente”, ressalta.

Para Gonçalves, trabalhar apenas para o segmento de materiais elétricos é um

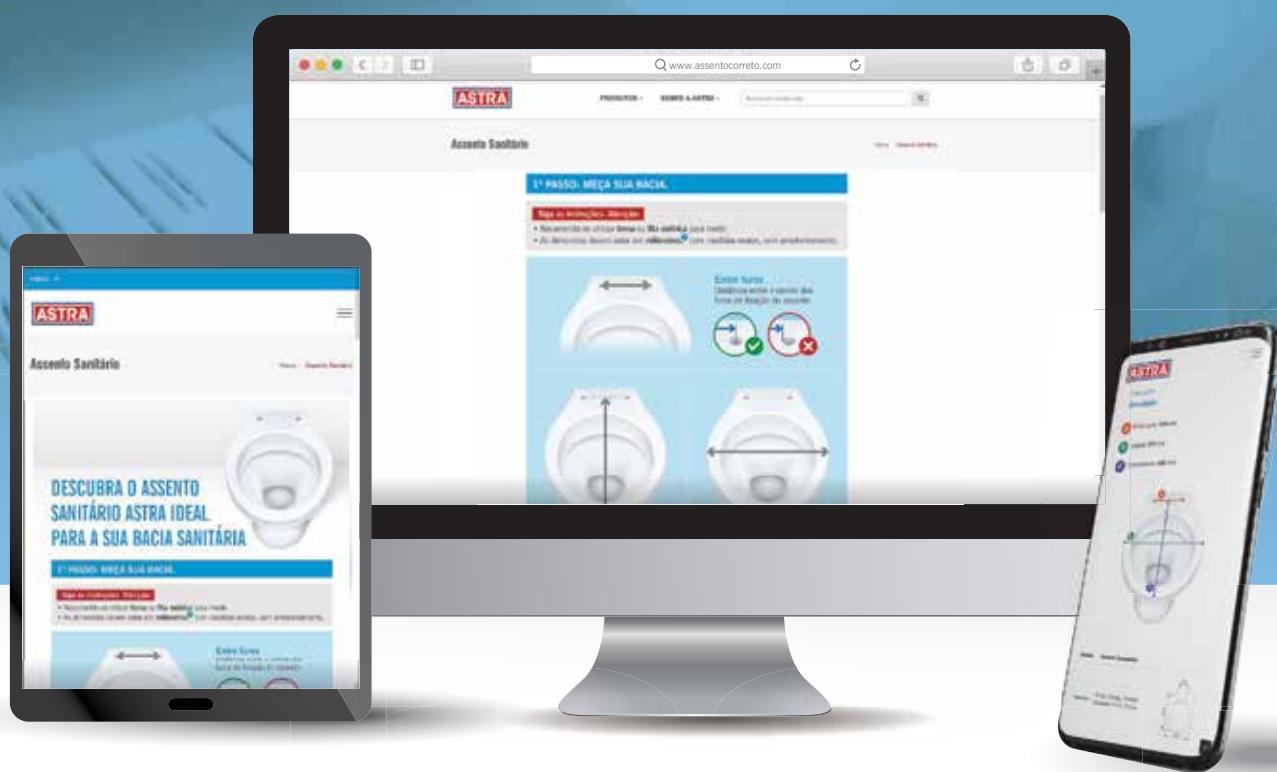
verdadeiro desafio. “Nos momentos de crise como a que estamos passando agora, nosso segmento acaba sendo o primeiro do mercado que sente a queda e o último a sentir a retomada, já que, diretamente, dependente do comportamento da Construção Civil, que, por sua vez, depende de como estão as políticas econômicas de crédito ao mercado e a movimentação das taxas de juros”, analisa. “Outro detalhe importante são as políticas comerciais adotadas no mercado brasileiro. Culturalmente, se confunde muito entre os canais de venda do Varejo, Distribuição e Atacado, o que muitas vezes faz que uma grande loja varejista



“Temos, em nosso portfólio, alguns modelos de lâmpadas, por exemplo, que precisam de cuidado especial, tanto no armazenamento quanto no manuseio e transporte, por se tratar de produtos de vidro e, dessa maneira, serem frágeis. A Templo tem cuidado especial com esse tipo de material em toda sua cadeia, para garantir que o produto chegue em perfeitas condições até o nosso cliente.”

RAFAEL GONÇALVES, diretor Comercial da Templo Elétrica

QUAL É O ASSENTO ASTRA CORRETO PARA CADA VASO SANITÁRIO?



Identifique no **site** o assento que se encaixa em cada vaso sanitário, por meio das **medidas**, do **formato** e da **marca** da louça.



Acesse **www.assentocorreto.com**
ou escaneie o **QR code** e faça o teste!



www.astra-sa.com



/grupoastra



@grupoastra



/grupoastra



TELHANORTE EXPLICA COMO ESCOLHER LÂMPADAS LED

Econômicas e duráveis, as lâmpadas LED podem contribuir para a valorização da decoração dos ambientes

Diante da proibição da comercialização das lâmpadas incandescentes, as versões LED têm caído no gosto dos brasileiros. Disponíveis em diversos modelos, formatos e potências, os produtos têm se tornado a solução ideal para aplicação em ambientes comerciais e residenciais. Além de contribuírem para a economia de energia e apresentarem maior vida útil, as lâmpadas LED podem ser aliadas importantes para a valorização da decoração dos espaços. Tatiane Quadrado, coordenadora da Divisão de Iluminação da Telhanorte, ensina como escolher o modelo ideal para necessidades diferentes.

► Branca ou amarela?

Assim como todos os demais itens de decoração que compõem o ambiente, as lâmpadas LED exigem cuidados e critérios antes da escolha. Identificar

a temperatura ideal e correta será determinante para a escolha do modelo. Para banheiros, áreas de serviço e cozinhas são indicadas lâmpadas brancas (luz fria), por ser mais intensas. Em espaços em que a prioridade é a manutenção do conforto e do aconchego, como, por exemplo, salas de estar, hall principal ou quartos, os modelos de luz amarela (quente) são as melhores alternativas.

► Spot ou Pannel?

Uma maneira inteligente de utilizar as lâmpadas LED é aproveitar os efeitos proporcionados. A iluminação difusa é aquela que se espalha por toda a área, efeito proporcionado pelo modelo pannel. Essa característica o torna alternativa para a substituição dos plafons e luminárias. Caso a intenção seja inversa, ou seja, destacar um objeto ou espaço, a dica é apostar na iluminação de foco,

proporcionada pelos modelos spots. Esses modelos têm ângulo de abertura, colaborando, por exemplo, na valorização de quadros, estantes, paredes decoradas ou algo que possa refletir, diretamente, no espelho. “É importante ressaltar que é essencial que essa opção atue, sempre que possível, de maneira integrada com pontos de iluminação difusa, pois uma proposta complementar a outra”, destaca Tatiane.

► Valorizando os espaços

Nas cozinhas, a dica é iluminar bem as bancadas de trabalho. Para isso, é necessário acrescentar pontos de luz com foco. Outra opção é utilizar fitas de LED embaixo dos armários. No quartos, é preciso tomar cuidado para não projetar luz na cabeceira da cama. A área pede pontos indiretos, que podem ser resolvidos com o uso de abajures nos criados-mudos.

possa ter preços equivalentes aos de um Distribuidor ou Atacado, forçando um achatamento de margens cada vez mais agressivo, com lucros cada vez menores. Ou seja: atuamos em um mercado onde o canibalismo é quase institucional e, para crescer e ter sucesso, depende-se muito de formar boas parcerias e ter um bom diferencial competitivo”, continua. “Como nosso grande know-how é o atendimento às revendas varejistas, a Templo procurou se diferenciar durante os anos pelo serviço prestado aos seus clientes, levando todo o pacote de soluções que uma fábrica oferece, com entrega rápida e preços competitivos”, finaliza.

► FAROL ILUMINAÇÃO

“Atuar apenas na área de materiais elétricos nos permite explorar por com-

pleto esse segmento incrível. Sendo assim, o estudo técnico e a inovação tornam-se características-chaves do nosso trabalho, permitindo à concorrência crescer e a nossa vontade de evoluir, também”, diz Jonas Bussolo Back, gerente Administrativo.

Em 2017, a Farol contabilizou mais de 3 mil clientes atendidos, sendo Santa Catarina o estado líder da atuação. “Mas nossos serviços continuam abertos aos demais estados do Brasil”, explica Jonas. E informa que os produtos de iluminação são os preferidos por lojistas e revendedores. Neles, se enquadram lâmpadas de LED, refletores e luminárias. É comum também a saída de tomadas, fios e cabos, chuveiros e torneiras.

O transporte é um ponto delicado para os atacadistas. “Por serem produtos

frágeis, necessitam, sim, de um cuidado especial. Gostamos sempre de destacar a cautela com produtos de vidro, pois devem ter a proteção priorizada em qualquer tipo transporte”, finaliza.

► REYMASTER

A primeira linha de distribuição da Reymaster foi no segmento de material elétrico industrial, fusíveis industriais. “E, ao longo de 31 anos, desde a fundação, a linha industrial tem sido nosso foco, digamos que está no nosso DNA”, informa Marco Stoppa, diretor da Reymaster Materiais Elétricos.

Mas, por causa, principalmente, da solicitação de clientes e parceiros adicionaram algumas linhas e serviços ao longo do tempo.

“Temos, agora, produtos para identi-

cação industrial (Rotuladores), ofertando, também, suporte técnico especializado. Temos suporte técnico e material para Automação Industrial, para segurança homem x máquina, cabeamento estruturado, entre outros”, destaca.

A Reymaster atua, principalmente, com a venda de material elétrico industrial. “Por tratar-se de material específico e de alto custo, as revendas/lojistas não costumam manter em estoque e se abastecem, rapidamente, aqui. É como se fossêmos uma extensão do estoque do lojista”, explica Stoppa.

Alguns cuidados são maiores na distribuição dos materiais elétricos, como conta o executivo da Reymaster. “Esses produtos exigem mais cuidado no armazenamento e transporte, porque têm placas e circuitos eletroeletrônicos e, por isso, são mais frágeis. Temos todo o cuidado com as embalagens e em acomodá-las bem durante o transporte.”



“Temos, agora, produtos para identificação industrial (Rotuladores), ofertando também suporte técnico especializado. Temos suporte técnico e material para Automação Industrial, para segurança homem x máquina, cabeamento estruturado, entre outros”

MARCO STOPPA, diretor da Reymaster Materiais Elétricos.

GRUPO MATER

Alexsander Altieri, do Marketing do Grupo Mater, explica as dificuldades para trabalhar com estes produtos: “É muito desafiador, em função da complexidade dos materiais e das inovações tecnológicas recentes. Porém, temos grandes fabricantes que estão conosco há muitos anos e nos auxiliam

nesse desafio de entender o mercado e as necessidades dos clientes.”

O Grupo Mater atua em todo o Brasil e atende cerca de 900 lojistas e revendas ativas, comprando, mensalmente, da empresa. Os principais produtos distribuídos são: cabos, lâmpadas, produtos elétricos, em geral, de grandes marcas nacionais e importadas.

sil.com.br

COM SIL NA JOGADA, A ENERGIA ROLA SOLTA.

SIL, ESSA É A MARCA!



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

Sil

Um tour pelos
melhores produtos para
MATERIAL ELÉTRICO



O IMPORTANTE É O BRILHO

Se fosse em uma eleição, os materiais elétricos seriam os puxadores de votos... Por isso, é recomendável que, para obter bons ganhos, os revendedores trabalhem com esses produtos. De olho na certificação, é claro!

POR ALESSANDRA CACIOLI
FOTOS VITOR REIS



Em um grande home center ou em uma loja de bairro, a venda de materiais elétricos já passou por momentos melhores. Por um lado, ainda sofre os reflexos da baixa venda de imóveis e a do comportamento mais conservador dos consumidores, que chegam à etapa final das obras de forma mais comedida. Por outro lado, depois da grande movimentação de troca de tecnologia para o uso do LED, a peregrinação das lâmpadas já causa reflexos com a menor necessidade de trocas. Apostar na inovação em tendências de design surte efeitos positivos, mas é na assessoria especializada e na influência dos vendedores que o segmento consegue os melhores resultados. Pelo menos essa é a estratégia e a opinião dos lojistas do mês: a gigante Telhanorte e a bem-sucedida loja de bairro Migui Materiais Elétricos.

TELHANORTE

Showroom com muita luz

A Telhanorte aposta em diferenciação e especialização dos setores e espaços como estratégia para aumentar o tíquete médio e atrair o consumidor das lojas especializadas. Depois de renovar a área de decoração, inaugurada no final de 2017, em julho, a loja Marginal Tietê, em São Paulo, a maior do grupo, inaugurou um novo espaço de iluminação. As antigas gôndolas e os estoques aparentes, característicos do formato autosserviço, praticamente desapareceram. O espaço destaca-se do restante do home center e nasce com cara de showroom, simulando ambientes para exposição das peças, em paredes aéreas ou nichos, além de contar com suportes de teto que acomodam os principais destaques dos cerca de 3,2 mil itens disponíveis na categoria. “Para chegar a esse modelo, realizamos uma grande pesquisa para aprofundar nosso conhecimento sobre a mudança no comportamento do consumidor. Analisamos a concorrência e trabalhamos com clientes que estavam na fase de compras ou que já haviam adquirido os itens de iluminação, aplicando técnicas de comprador oculto, visitas guiadas com questionários, e focus groups. A partir daí, criamos um mapa de produtos e do formato de loja, com a equipe de arquitetura. O que percebemos é que o cliente sentia que, na compra de iluminação, nos home centers, com autosserviço, havia dificuldade de encontrar o produto. Nas lojas especializadas, essa experiência era positiva, porque ele encontrava um showroom. O cliente gosta de receber dicas e de ver o produto ambientado”, explica a coordenadora de Iluminação da Telhanorte, Tatiane Quadrado. Como resultado, além do desenho da loja, há, também, um novo formato de atendimento. Foram contratados vendedores especialistas, que passaram, cerca de dois meses, por treinamentos em produtos e em iluminação. Outra novidade, implementada em agosto, é o Espaço do Arquiteto, no qual

designers de interiores criam projetos personalizados para cada consumidor. “Além de entender a necessidade, o desejo e o perfil do cliente, esses profissionais podem indicar estratégias que incorporam as melhores tendências aos projetos. Um exemplo simples é a criação de cenas de luz, que não demandam automação e têm baixo impacto financeiro na obra. Com um interruptor, podemos ter quatro opções de cena para um ou mais ambientes, por exemplo, permitindo que cada botão somente acione determinados pontos de luz para criar um clima aconchegante, iluminado ou uma festa”, conta Tatiane. A coordenadora afirma que essa abordagem especializada, bem como, a reformulação do mix de produtos, impactam diretamente no aumento do tíquete médio de compra. Tatiane, também, revela que, apesar do modelo diferenciado, o estoque continua no mesmo ambiente do showroom, apenas oculto atrás dos mostruários. “Isso vale para a grande maioria dos modelos expostos, e é uma forma de manter a facilidade do home center”,

continua. Ela detalha que os itens promocionais, ou mais simples, continuam tendo espaços em gôndolas e em expositores com estoque aparente para facilitar a experiência de compra, bem como, a aquisição por impulso. Por outro lado, ao ampliar a gama de produtos, também é possível, ainda, encontrar itens disponíveis por encomenda, com o diferencial de um prazo rápido de entrega quando comparado aos outros lojistas. Para a coordenadora, uma das grandes vantagens competitivas do home center é a comodidade e o relacionamento estabelecidos com o cliente durante todo o período da obra. “A gente tem a facilidade de ser um único local para a compra do cliente. Como ele aparece aqui para compras em fases anteriores da obra, o consumidor já vem olhando nossos produtos de acabamentos, e vai criando o desejo, planejando os espaços com nossos produtos.” A executiva diz que, como próximos passos, há a inclusão do serviço de instalação, que ainda não é ofertado, além da expansão do modelo para outras lojas do grupo.



PRODUTOS PARA ACESSIBILIDADE DA CENSI

MAIS SEGURANÇA
PRA QUEM VOCÊ TEM
TANTO CARINHO

BARRAS DE APOIO
ALTA RESISTÊNCIA
E DURABILIDADE

ARTICULÁVEIS

MELHOR FIXAÇÃO
E APOIO
Ref.: 7147

FIXAS

EM METAL CROMADO



30cm Ref.: 7101



40cm Ref.: 7102



60cm Ref.: 7103



80cm Ref.: 7104

**MECANISMOS
PARA CAIXAS
ACOPLADAS**

MECANISMO DE ENTRADA

MASTER FLUX
Ref.: 9006



POSSUI
SISTEMA QUE
DETECTA E
BLOQUEIA
VAZAMENTOS

MECANISMO DE SAÍDA

DUAL FLUSH
Ref.: 9555



50%
MAIS ECONOMIA
DE ÁGUA

DUPLA
ACIONAMENTO
QUE POSSIBILITA
MEIA DESCARGA
OU DESCARGA
COMPLETA



ACIONAMENTO
MAIS ACESSÍVEL



CENSI

www.censi.com.br

MIGUI MATERIAIS ELÉTRICOS

Clientes & Amigos

Atualmente com duas lojas, Eduardo Braz, dono da Migui Materiais Elétricos, começou a empreender há 16 anos. Depois de acumular vasta experiência atuando como representante comercial, comprador e gerente de loja, Braz foi trabalhar na revenda de um tio. Lá, ele transformou o comércio em um atacado, e gostou do que fez. Foi a segurança necessária para dar o primeiro passo e abrir, no ano de 2002, um pequeno comércio de 40 m² no bairro do Limão, em São Paulo, no endereço que foi ampliando e mantém até hoje. “Essa primeira loja é como um braço da Santa Ifigênia”, conta Eduardo, referindo-se à vasta oferta de eletrônicos, alarmes, câmeras de segurança e outros itens. O setor especializado em materiais elétricos e iluminação ocupa um segundo prédio construído por ele há cerca de seis anos, exatamente do outro lado da mesma avenida.

A localização das duas unidades não é casual e ali reside a principal estratégia da loja de bairro: a proximidade com os clientes. Eduardo Braz passa a maior parte do tempo no salão das lojas, atendendo, cuidando do espaço e, claro, vendendo. Na empresa de estrutura familiar, também trabalham a esposa, que faz a gestão financeira, e os dois filhos, um à frente de cada unidade. “Meu filho foi meu primeiro vendedor, e está comigo desde os 12 anos de idade”, orgulha-se Eduardo. A empresa conta com 28 funcionários e cerca de sete mil itens em estoque.

Sem estrutura nem necessidade de grandes pesquisas, o proprietário da Migui fundamenta a própria gestão no conhecimento do cliente no dia a dia. “O mercado está cruel desde o ano passado”, constata. Para se manter atualizado, Eduardo considera importante visitar as feiras do setor, fazer cursos, conhecer os consumidores com o



apoio dos fornecedores. “Temos de mudar, sempre, nos reinventar o tempo todo. Alteramos o mix, trouxemos produtos novos e, assim, vamos acompanhando o mercado e seguindo”, afirma. Para ele, as revendas, focadas na fase final das obras, como o caso dos materiais elétricos, são as que mais estão sentindo a crise. “Apesar de algum movimento de reformas e algumas aquisições de imóveis, quando comparamos com o mercado de cinco anos atrás, a queda é muito grande. Acho que a questão política tem atrapalhado bastante, as pessoas ficam inseguras com a situação do emprego. Mas o país é maravilhoso, e, com tudo isso, continuamos crescendo. Esse é o bom de estarmos em um mercado emergente”, continua, otimista.

Outro pilar fundamental para a loja é a relação de confiança com os fornecedores. “Aqueles que estiveram ao

meu lado no começo seguem comigo até hoje. Quando vem um fornecedor novo, principalmente os que já me conheciam e que não me atenderam quando eu era pequeno, eu nem recebo. Não me apoiaram quando eu era pequeno, também, não estarão aqui agora que eu cresci um pouco”, dispara. Para Eduardo, a parceria com a indústria é muito importante para as revendas pequenas e médias: “eles me apoiam com promotores, organização, exposição de produtos e, até, com preço, para que eu possa ser competitivo.”

Por fim, como um bom negociante, Eduardo afirma que o segredo do sucesso está em nunca deixar um cliente sem uma solução. “Eu e minha equipe trabalhamos para resolver o problema do cliente. Se não temos um produto, vamos buscar. Vamos garantir a entrega e vamos atender bem.”



grupo perlex

www.grupoperlex.com.br

(11) 4661-2414

Conheça porque o nosso Grupo faz a diferença e está sempre a frente.



PLUGUES E ADAPTADORES



LANÇAMENTOS



FIOS ECOLÓGICOS
Pioneiros na Norma RoHS



EXTENSÕES E FILTROS DE LINHA



TOMADAS E INTERRUPTORES



SOQUETES E PLAFONS



BNDES

Desde 1962, com você em todas as partes da sua casa

A linha mais completa de materiais elétricos do Brasil!

EMPRESAS DO GRUPO PERLEX



CONFORTO NO BANHO

Os sistemas de aquecimento – a gás, elétrico ou solar –, vêm conquistando espaço nos lares. Com a variedade de opções, o consumidor está optando por um sistema que lhe permita banho mais confortável, com maior volume de água.



BOSCH

A Bosch Termotecnologia destaca a linha de sistemas de aquecimento solar, que conta com os coletores da gama MC Evolution e os reservatórios da linha MK. Dentre os destaques estão os coletores solares FCC 220-2V, que garantem mais eficiência e robustez para aplicações comerciais e industriais. No segmento de aplicações residenciais, a Bosh oferece os coletores solares Heliotek MC Evolution Pro, desenvolvidos com vidro temperado, que dispõem da mesma tecnologia exclusiva de fabricação – com solda por ultrassom – que os coletores Bosch FCC, o que garante alto desempenho, durabilidade e conforto no banho.

“O aquecimento solar é a forma mais eficiente e econômica para aquecimento de água, capaz de proporcionar reduções de até 40% na conta de energia de uma residência. Por isso, a procura por essa solução aumenta a cada ano, em especial após os recentes aumentos nas tarifas de energia”, constata o diretor de Vendas e Marketing da Bosch Termotecnologia Brasil, Rafael Campos. Afirma que a empresa tem investido no portfólio e linha de produção. “O objetivo é criar produtos com ainda mais qualidade, durabilidade e eficiência, que contribuem com o meio ambiente e, também, possibilitam economia para os consumidores.”

Campos explica que, apesar de os sistemas de aquecimento solar serem adequados, também, para casas já construídas, o custo reduzido de instalação durante uma obra permite ao segmento acompanhar a sazonalidade da construção civil. “O segundo semestre é tipicamente mais forte,



já que muitas obras são entregues neste período e o aquecimento solar é, normalmente, um dos últimos itens a entrarem”, conta. Ele também enfatiza os cuidados necessários na instalação sistema, uma vez que é composto por diversos componentes para captação da energia solar, armazenagem e distribuição de água. “Um dimensionamento correto e instalação realizada por técnico capacitado são essenciais para o bom funcionamento do sistema. A instalação é tão importante que a maioria dos fabricantes somente concede a garantia estendida aos produtos quando é feita por um técnico capacitado e acreditado pela marca – este é o caso, também, da Bosch, com ampla rede de instaladores autorizados no Brasil”, ressalta.

Para as vendas, Campos é enfático: “O consumidor busca uma solução ao aquecimento de água de forma sustentável e eficiente, e não apenas a compra de produtos. Assim, é importante que a revenda consiga combinar a oferta de produtos e serviços para entregar o sistema instalado “turn-key”, ou “chave em mão”, no jargão do mercado. Muitas vendas optam por capacitar e desenvolver instaladores próprios e, com isso, também, passam a vender serviços de instalação e manutenção aos seus clientes”. Para ele, o ideal é que as vendas que não possuem instaladores em sua equipe firmem parcerias com instaladores da região para poder indicá-los aos consumidores.

KOMEKO

O aquecedor de água a gás digital, modelo KO 25 D/DI (produto KO 25DI 1BFLP4), na cor inox é o destaque da linha de produtos da Komeco. “O novo aquecedor a gás KO 25D é exce-



lente para regiões de clima quente, pois trabalha a partir de 30°C. Dessa forma, a água fica com uma temperatura agradável e proporciona economia de energia, porque não necessita misturar água quente e fria na hora do banho. Esse é um aquecedor moderno, que conta com chave seletora de tensão (bivolt), painel touch screen e timer”, detalha a coordenadora de Marketing da empresa, Mariel Sandri. “Além disso, o modelo com a Função Solar, que permite ao aquecedor trabalhar em conjunto a outros sistemas de aquecimento, como aquecedor solar, economizando gás sempre que a água já estiver na temperatura desejada. A opção de tampa de inox faz com que o aparelho tenha um design moderno e arrojado, deixando a casa mais bonita e elegante”, revela.

Sandri declara que a sazonalidade não tem grande impacto sobre as vendas, apesar do inverno trazer aumento no consumo. “Esse modelo apresentado vendemos o ano todo, pois é um aparelho que permite usar a água a partir de 30 graus. É perfeito às regiões mais quentes ou mesmo ao verão. Além disso, com a função solar, o aquecedor só liga quando a temperatura da água está abaixo da selecionada no aparelho”, reforça.

A coordenadora lembra que tanto a instalação quanto a manutenção dos aquecedores são de grande importância. “A Komeco orienta fazer os serviços com os técnicos credenciados, pois são profissionais qualificados e possuem certificação na área. Para o consumidor ter o aquecedor trabalhando de forma segura, é necessário seguir as normas de instalação, e o não-cumprimento dessa orientação pode acarretar em risco ao usuário e danos ao equipamento. Com a realização da instalação do aquecedor a gás com um credenciado Komeco, a garantia total do equipamento é de 3 anos”, informa.

LORENZETTI

A Lorenzetti oferece diversas opções de produtos nos segmentos de aquecedores de água a gás e elétrico, desenvolvidos para atender à demanda de mercado e às variadas necessidades dos consumidores. O Aquecedor Elétrico Versátil, por exemplo, possui duas saídas de água, uma fria e outra quente, e é indicado para ser utilizado com todos os modelos de torneira, desde os mais simples aos misturadores e monocomandos mais sofisticados. “Trata-se de uma solução ideal à realização de tarefas diárias, como fazer a barba e lavar o rosto ou as mãos com água aquecida, conferindo o máximo de conforto durante as atividades”, comenta Paulo Sergio Galina, gerente de Marketing da companhia.

Na categoria de aquecedores de água a gás, as novidades da Lorenzetti são os modelos LZ 2300DE, LZ 3700DE e LZ 4500DE. “As soluções unem segurança e praticidade, pois trabalham com sistema de exaustão inteligente, que confere maior eficiência na exaustão de gases, principalmente quando instalado em edifícios mais altos, onde há maior incidência de ventos”, detalha Galina.

O modelo LZ 2300DE tem capacidade para atender até três pontos simultaneamente, como duas duchas e um misturador. O aquecedor LZ 3700DE pode aquecer até cinco pontos ao mesmo tempo, como quatro duchas e um misturador. O LZ 4500DE atende até sete pontos de uso, simultaneamente, como quatro duchas e três misturadores, por exemplo. Por ser ideal para pontos de grande demanda, como banheiros de hidromassagem, ofurô e jacuzzis, é indicado, também, à insta-



lação em hotéis, motéis, spas, dentre outros estabelecimentos.

Galina conta que o inverno é a época do ano em que existe a maior demanda por aquecedores de água no mercado em geral, por causa da diminuição de temperatura que ocorre nesse período. “Outro fator que pode influenciar a demanda de vendas são as construções de novos empreendimentos em determinado bairro ou região que tenha a opção de utilizar o sistema de aquecimento de água a gás. No período de entrega das chaves para os moradores existe maior procura por esses produtos”, atesta.

A Lorenzetti orienta que os revendedores devem estar sempre atentos ao giro dos produtos, tomando cuidado especial para manter um estoque suficiente de atender à demanda projetada para o período, prevendo sempre uma margem adicional de segurança para um eventual pico de vendas. “Os aquecedores elétricos e a gás são produtos técnicos e, como consequência, possuem perfil de venda detalhada. Por conta disso, realizamos, periodicamente, treinamento específico aos vendedores nas próprias lojas, abordando os procedimentos adequados de instalação, a programação em produtos digitais – no caso dos aquecedores de água a gás – e todos os atributos inerentes a cada modelo. A iniciativa tem como objetivo reciclar e preparar adequadamente os vendedores para a venda e a apresentação dos diferenciais dos produtos, de forma que o modelo indicado seja o que atenda melhor a necessidade dos clientes”, encerra.

ORBIS

A novidade da Orbis é o lançamento do aquecedor de água eletrônico 316FTB, com vazão de 16L/min em GN e GLP, criado para atender às residências com duas du-





Novos produtos de Iluminação

A linha de lâmpadas bulbo ELECTROLUX, até **98% mais eficientes** que o requerido pelo INMETRO, é **muito mais econômica**.

Essa linha foi desenvolvida sob o conceito criativo e de alta performance, extremamente atraente, oferece uma melhor iluminação para a sua necessidade, com eficiência, durabilidade e sustentabilidade. Prezando a tradição, com confiança e qualidade, já reconhecido na marca.

Saiba mais em www.electroluxlighting.com.br ou pelo **0800 606 6462**.

ELECTROLUX is a registered trademark used under license from AB Electrolux (publ).
ELECTROLUX é uma marca registrada, usada sob licença da AB Electrolux (publ)



chas simultâneas. “O destaque está na alta durabilidade com câmara de combustão 100% cobre, bivolt automático, painel touch, sistemas de segurança integrados, programação de temperatura e exaustão forçada”, declara Karen Branco, chefe Nacional de Vendas. Ela ressalta que a Orbis é uma empresa com mais de 95 anos de experiência e, mundialmente, conhecida pela qualidade e a durabilidade de todos os seus produtos, e enfatiza a importância da instalação. “Além de garantir a segurança do usuário, o desempenho do aquecedor depende da correta instalação, bem como da garantia e da vida útil do equipamento.”

Na fábrica, em Campina Grande do Sul, região metropolitana de Curitiba, tem um Centro de Capacitação onde são ministrados, mensalmente, treinamentos técnicos para seus revendedores e assistentes técnicos. “O treinamento, que tem duração de dois dias inteiros, aborda os conceitos de hidráulica, elétrica, gases combustíveis, instalação e normas, além de tratar sobre aplicações dos produtos, manutenções, revisão e atividades práticas. Além disso, oferecemos um canal direto para suporte técnico em todo o Brasil através do site, telefone e e-mail”, indica a executiva. Ela lembra que a empresa também tem uma rede de assistências técnicas. “Nas Assistências Técnicas Orbis, ou ATO, o cliente encontra profissionais treinados para realizar o melhor serviço dentro e fora da garantia.”



▶ RINNAI

Leonardo Abreu, gerente de Marketing da Rinnai, afirma que a empresa prima pela qualidade. “Todos os produtos que têm a exigência estão em conformidade com os parâmetros de certificação estabe-

lecidos pelo Inmetro. Dos aquecedores a gás, destaca-se a Nova Geração, aparelhos desenvolvidos com vista às necessidades do mercado brasileiro, com ajuste de temperatura alinhado com o nosso clima. E, na linha solar, destaca-se a Titanium Plus, com pintura seletiva à base de titânio e alto índice de absorção da energia solar”, garante.

O executivo conta que a instalação correta não é só essencial ao bom funcionamento, mas, também, para a segurança do usuário. “Tanto aquecedores a gás quanto solares têm sua instalação regida por normas da ABNT (NBR 13103 para aparelhos a gás e NBR 15569 para solar). As normas exigem que a instalação seja efetuada por profissional qualificado, ou seja, que tenha sido treinado para tal. A Rinnai dispõe de um programa de treinamento para os revendedores e assistentes técnicos, disponibilizado em diversas datas ao longo do ano”, indica.

Para Abreu, os impactos da sazonalidade nas vendas vêm reduzindo ao longo dos anos. “Existe uma procura grande por produtos no inverno por questão de reposição de aparelhos antigos cujo conserto não vale a pena comparado com uma nova aquisição. Quanto à venda de produtos para imóveis novos, isso acompanha o fluxo de entregas.”

▶ CARDAL

O destaque da Cardal é o Aquecedor Individual 4T, que suporta 100 metros de coluna de água. É indicado para alta e baixa pressão de água, tem controle de 4 temperaturas, resistência climatizada e é



compatível com aquecedor solasr.

José Roberto Muro, gerente Comercial da Cardal informa que no inverno há aumento de vendas, e que a instalação do produto, com as recomendações feitas pelos revendedores – que são treinados pela empresa – garantem o bom funcionamento do produto.

▶ SOLIS

Leonardo Cardoso, diretor Técnico da empresa, destaca o Coletor Solar Trópicos, cuja versão 2019 chega ao mercado com vidro termoendurecido de série. Seus diferenciais estão na maior durabilidade do mercado, em função da caixa à prova de infiltração de água e da classificação A no Inmetro.

O reservatório térmico Meu Sol, versão 2019, tem tampas de alumínio, padronizando o design às outras linhas de reservatórios térmicos Solis. “Seus principais diferenciais estão na maior durabilidade do mercado, em função do cilindro de aço inoxidável ter maior espessura de chapa, único a ser fabricado com solda Tig automatizada e alta conservação de energia na certificação do Inmetro, o que garante ao produto selo Procel de Eficiência Energética, em função de ter a menor perda térmica do mercado e a maior garantia do Brasil, ou seja, 5 anos”, revela Cardoso.

Para a empresa, o ponto de venda precisa se capacitar para executar uma correta instalação e a Solis oferece este serviço por meio de um programa anual de capacitação técnica para os parceiros, que acontece na fábrica com sede em Birigui, SP.



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

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

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

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

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

Com Versus Nexial, você monitora só o que interessa:

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



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

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

VERSUS
nexial

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



*dashboard
real time*



*clipping
diário*



*report
semanal*



*CONSULTING
MENSAL*



DÊ-ME DOIS!

As ferragens são tão importantes nos pontos de venda que, praticamente, todo comprador leva logo duas de cada! Isso, mesmo. E, aumentar o tíquete, com a venda desses produtos, vai depender muito do balconista. Ou será que instalar uma porta não precisa de duas dobradiças? Ou utilizar várias fechaduras numa reforma?





ASSA ABLOY

“As fechaduras passam por constantes transformações de design e funcionalidade, graças aos investimentos em novas tecnologias e ao desenvolvimento de produtos em que predominam os sistemas eletrônicos. Tendência mundial, as fechaduras digitais são uma realidade cada vez mais presente e não poderiam ficar de fora do portfólio da Papaiz, que lançou a Fechadura Smart Lock, em julho de 2018”, revela o diretor Comercial do Grupo Assa Abloy, Roberto Almeida.

Ele diz que a primeira fechadura digital da Papaiz dispõe de alta tecnologia, possibilitando mais segurança e praticidade na abertura das portas. “O comando de voz, em português ou espanhol, auxilia o usuário durante a configuração e a utilização da fechadura. O acionamento pode ser feito de três formas: através de senha com quatro a 14 dígitos e permite cadastrar até 8 usuários; acesso por cartão de proximidade, em que é possível cadastrar até 99 cartões; além de chaves de emergência que também acompanham o produto para casos de imprevistos. “O design elegante combina formas retas com cantos levemente arredondados que conferem à peça alto grau de modernidade. É indicada para uso interno em portas de madeira ou alumínio, com perfil de 30mm a 45mm. Funciona com quatro pilhas AAA, emite aviso sonoro quando a bateria está fraca e, em casos emergenciais, pode-se utilizar a entrada Micro USB para alimentação externa de emergência da bateria”, detalha.

Para o executivo, não se trata de modelos de giro muito rápido. “Porém, a aceitação do produto está ótima, tanto que já tivemos diversas recompras por parte dos nossos principais clientes. Além do que é um produto de valor agregado que ajuda a alavancar o tíquete médio dos nossos clientes também”, considera. Almeida pondera que, por se tratar de um produto digital, exige um pouco mais de conhecimento. “Mas, qualquer



pessoa é capaz de manuseá-lo facilmente, além de possuir instruções por voz em português didático.”

► FERRAGENS PAGÉ

Com mais de 60 anos de mercado, a Ferragens Pagé conta com inúmeros produtos de destaque. “Dentre os quais, o que tem diferencial maior é a dobradiça com mola Fechmatic, com uma mola interna que fecha a porta automaticamente. A grande vantagem em relação aos concorrentes é na funcionalidade com estética, pois esse produto dispensa o uso de molas aéreas!”, ressalta o diretor Comercial Ricardo Varges.

Para ele, a dobradiça com mola é uma venda que requer conhecimento do produto pela equipe de vendas. “Isso porque, apesar da semelhança com uma dobradiça convencional, o produto requer uma pequena regulagem para, conforme o ambiente, fechar a porta automaticamente”, explica. Ele afirma, ainda, que a empresa realiza reposições regulares e de bom volume nas lojas.

Sobre o mercado, Varges observa instabilidade em função do momento político que o país atravessa. “Acredito que, a partir de meados de outubro, as vendas voltem a estar aquecidas. Como nossa principal característica é a pulverização do mercado, confiamos, muito, em uma retomada a curto prazo.”

► FIXTIL

Para a Fixtil, todas as fases de construção de um imóvel necessitam de acessórios de fixação, especialmente durante o período de acabamento, que envolve muitos produtos voltados ao aspecto da segurança. Para a empresa, muitas vezes não bastam somente as fechaduras das portas trancadas com chaves, por isso, a Fixtil oferece soluções práticas que reforçam a segurança a vários ambientes de uma residência, disponibilizando ao mercado acessórios para janelas de quartos, portas de entrada de sala, aos portões e outros.

Na linha de acessórios para portões e janelas, o destaque é o Ferrolho redondo, indicado para portas, portões e janelas de abrir. O produto tem acabamento zincado e duas opções de medidas 2 ffi e 4 polegadas. Outra opção é o porta-cadeado de janela, cuja instalação deve ser complementada com um cadeado para reforçar o fechamento. Tem acabamento zincado que acompanha parafuso madeira, cabeça chata, medida 3,5mm por 13mm.

Na linha de acessórios para portas, a companhia destaca o porta-cadeado com parafuso, e acabamento zincado e disponível nas medidas 2” e 2 ffi” e 3 ffi”, utilizado para trancar portas, caixas, gavetas e outros. Ainda nessa linha, a Fixtil indica o Visor de Portas, considerado acessório de segurança porque tem a função de identificar o visitante antes de o dono abrir a porta, impedindo surpresas desagradáveis.

A marca lembra que as ferragens são produtos de baixo valor agregado e boa lucratividade ao lojista, essenciais a uma loja porque complementam a venda de produtos correlacionados como portas, janelas, esquadrias, portões, telhas, e outros. Para facilitar a lembrança dos acessórios na hora da compra, a Fixtil utiliza o método estratégico de



expor os produtos em gôndolas próximas de outros itens correlacionados, como por exemplo: ferragens na seção de portas e esquadrias; vedantes e fitas veda rosca próximos da seção de torneiras e hidráulica; abraçadeiras são expostas junto ao setor de mangueiras e fios, e assim por diante.

► GOLD

O produto destacado pela Gold é o Puxador 450x300x32, fabricado de aço, com furação padrão para o mercado vidreiro/moveleiro.



O diretor-Geral, Celso

Morandini destaca que o mercado está aquecido para a Gold. “A tendência do crescimento do vidro na construção é mundial e o Brasil acompanha este movimento. Somada a essa demanda, ressaltamos a versatilidade do produto nos diversos segmentos”, explica.

A Gold destaca que as ferragens proporcionam bom giro aos revendedores e, particularmente, para a empresa, o seu produto não necessita de venda técnica. “Por causa do trabalho de padronização que a Gold construiu, se tornou de fácil instalação”, comenta Morandini.

► ISERO

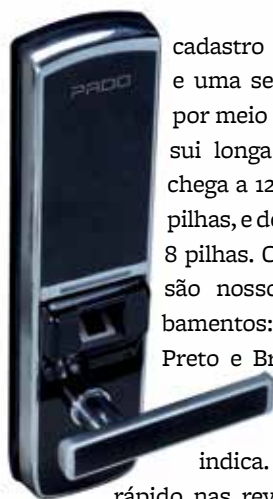
Há mais de 20 anos no mercado e com um portfólio de, aproximadamente, 500 produtos, nos mais variados acabamentos, a Isero produz de pequenos trincos e batentes a puxadores de vários tamanhos e modelos. Para a empresa, é importante que as vendas tenham conhecimento das funções de todos os produtos a fim de potencializar seus atributos, em uma venda mais técnica. Entretanto, reconhece que alguns dos itens são de uso comum e de utilização conhecida pela grande maioria dos clientes, o que torna a compra um ato de confiança na marca e nos valores.

O destaque fica para as dobradiças, item

com maior volume de vendas da Isero. Entretanto, a empresa ressalta que a linha de ferragens para portas e janelas é a mais completa do mercado. A Isero considera que qualidade, acabamento e durabilidade são valores inerentes aos produtos, e o diferencial reside na capacidade de lançar, continuamente, novas soluções. Com bons resultados de vendas em todas as linhas, a empresa afirma que o controle de qualidade da série histórica de vendas para cada item produzido garante um estoque de segurança, além de atendimento ágil e contínuo das demandas dos clientes.

▷ PADO

Do mix de produtos da Pado, Nathan Terra do Amaral Bampi, diretor Comercial, dá ênfase às Fechaduras Digitais. “A linha é tendência de consumo da nova geração, com possibilidade de



cadastro de 40 digitais e uma senha. Funciona por meio de pilha e possui longa duração, que chega a 12 meses, com 4 pilhas, e de 18 meses com 8 pilhas. Outro destaque são nossos novos acabamentos: Corten, Rose, Preto e Branco, sucesso de venda no alto padrão”,

indica. Para o giro rápido nas revendas, o diretor informa que a marca conta, ainda, com a linha Concept. “A linha Concept é mais econômica e voltada ao maior público em geral, porém, em virtude do nosso posicionamento estratégico não é o nosso produto de destaque.”

Apesar de notar uma retomada nas vendas, Bampi mostra-se cauteloso em rela-

ção ao mercado. “O clima político traz incertezas do crescimento contínuo”, diz.

▷ SOPRANO

Atuando, principalmente, no setor de fechaduras, a Soprano chama a atenção à linha de ferragens para portas, janelas e portões. “Nosso destaque é o trava porta de piso e de parede mais vendido no Brasil”, orgulha-se Gláucia Bueno, analista de Marketing da Unidade Fechaduras e Ferragens da empresa. Bueno reforça que trata-se de produtos tradicionais e conhecidos pelo mercado, não caracterizados como vendas técnicas. “As informações constantes nas embalagens são suficientes e autoexplicativas”, declara. Dentre as linhas de giro rápido, a coordenadora destaca o trava porta, os fechos automáticos, os puxado-



LINHA

PRIMAFAER
RENOVA SUA CASA

ATLAS

**A ATLAS AGORA COMERCIALIZA
UMA LINHA COMPLETA DE
BAZAR PARA O MERCADO DE
MATERIAL DE CONSTRUÇÃO.**

NOVAS LINHAS DE PRODUTOS

ACESSÓRIOS PARA BANHEIRO

HIDROSSANITÁRIOS

PRATELEIRAS E CANTONEIRAS

CORTINAS E TAPETES

GANCHOS E PROTETORES

BANQUETAS

PERSIANAS EM PDV

JARDINAGEM



*Muito mais
que uma Reforma.*

www.pinceisatlas.com.br

[/pinceisatlasoficial](https://www.instagram.com/pinceisatlasoficial)

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

res para esquadrias, as dobradiças, os ganchos de rede, as tarjetas e outros. Para Bueno, o segundo semestre começou aquecido. “Nos meses de julho, agosto e setembro, registramos expressivo aumento nas vendas, em relação ao mesmo período de 2017, o que projeta crescimento acumulado de dois dígitos em relação ao ano anterior. O último trimestre não será diferente”, antecipa.

STAM

Marcio Tavares, gerente Comercial da Stam, afirma que são muitos os produtos de destaque da fabricante. “São fechaduras, cadeados, dobradiças, puxadores e etc. Fica até difícil destacarmos apenas um. Este ano, gostaríamos de ressaltar nossa fechadura residencial 803, que, recentemente, ganhou mais um design de maçaneta, a maçaneta 33, que está conquistando espaço no mercado. O diferencial da 803 é a aceitação do consumidor, por causa do design, da qualidade, da durabilidade e do preço, que, para o lojista, significam giro rápido. É um produto que não esquent a gôndola”, assegura.

Ele diz que tanto a fechadura 803/03 quanto a 803/33 são produtos que giram rapidamente. “Trabalhamos com nossos clientes visando a maneira correta de expor nossos produtos e mantê-los bem visíveis e sinalizados nas gôndolas. Para isso, realizamos um trabalho diferenciado na arrumação da loja e na aplicação de materiais de PDVs. Temos diversos materiais para auxiliar o lojista a expor melhor o produto, garantindo, assim, excelente giro e o retorno mais rápido do investimento”, conta.

Para o executivo, os produtos não requerem uma venda extremamente técnica, mas, quanto maior o conhecimento técnico da peça que se vende, melhor. “Para isso, disponibilizamos aos nossos clientes um programa de treinamentos, que são aplicados por nossos representantes diretamente aos lojistas e aos

balconistas, ou por nossos supervisores técnicos, que enviamos quando solicitados por nossos clientes. Participamos, ativamente, das convenções de vendas dos clientes, em ações de vendas juntamente com eles, outras, sempre levando conhecimento e práticas viáveis para que o lojista atenda bem ao consumidor final e faça girar nossos produtos nos estabelecimentos”, diz.

VONDER

A linha de Ferragens da VONDER é uma das mais expressivas e completas do mercado, com muitos produtos que, ao longo do tempo, se consolidaram como verdadeiros best-sellers da marca, pela preferência e a confiança de lojistas e consumidores de todo o Brasil. A expressividade, também, é comprovada pelos inúmeros lançamentos e os incrementos, que tornam a linha cada vez mais imponente e com itens que atendem às necessidades e às aspirações de todos os perfis de consumidores.

Compõem a linha de Ferragens VONDER alguns produtos tradicionais e premiados pelos revendedores e profissionais que utilizam ferragens no dia a dia, como rodízios, rodas, cadeados, e, também, muitos destaques dessa linha como as dobradiças, fixadores de porta, cantoneiras, roldanas, ganchos, correntes, fechaduras, fechos para portões, e muitos outros.

Entre os lançamentos da linha, destacam-se as Escadas VONDER, em dois modelos: Multifunção e Articulada. O modelo Multifunção está disponível em quatro tipos, de acordo com o número de degraus: 6, 7, 8 ou 9, todas com capacidade máxima de carga para 120 kg, produzidas de alumínio, proporcionan-

do maior durabilidade, e com sapatas antiderrapantes para maior segurança durante o uso. E o modelo Articulado, permite maior versatilidade, pois é possível o ajuste em várias posições, de acordo com cada modelo, todas com sistema de trava em cada parte, sapatas antiderrapantes, garantindo mais segurança, estrutura de alumínio e com capacidade máxima de carga de 120 kg. Outro lançamento expressivo são as Telas Metálicas Hexagonais VONDER, em quatro modelos de acordo com a aplicação: viveiro, pinteiro, galinheiro e mangueirão. Produzidas em aço carbono com acabamento galvanizado, garantem melhor acabamento e maior durabilidade e resistência.

Como suporte e apoio para diversas atividades profissionais, outro lançamento da linha é o Cavalete de Apoio com 1 Rolete VONDER, ideal para atividades como marcenarias, serralherias, entre outros, ampliando a área de trabalho, pois serve para apoio de chapas e pedaços de madeira com até 60 kg, diminuindo o esforço do operador. O modelo da VONDER oferece alavanca de ajuste de altura e pés de apoio com borracha, que impedem que o suporte escorregue, garantindo maior segurança durante o uso. Outra característica presente na linha de Ferragens da VONDER e em todos os produtos desse mix é a facilidade de uso e exposição, o que para o revendedor é mais um importante diferencial, já que a melhor forma de expor um item na loja ajuda a atrair a atenção do público e até mesmo define uma compra. Além da embalagem autoexplicativa e com modelos que facilitam a exposição, a VONDER apresenta alguns tipos de expositores, que auxiliam na organização e na melhor apresentação dos produtos no PDV.

METALÚRGICA ROCHA

Bianca Paes de Carvalho Pires Almeida, analista Comercial da Rocha, diz que a empresa é reconhecida pelos lojistas por apresentar excelente qualidade em





seus produtos. “Dentre a ampla linha de ferragens, destacamos as dobradiças coloniais, que tem como principal diferencial a aplicação de uma camada de zinco, que protege o aço base da dobradiça e, sobre o zinco, é feito o acabamento colonial que por fim, recebe duas camadas de verniz. Este processo, resulta em uma alta resistência à corrosão, o que garante uma maior vida útil ao produto final após a aplicação”, diz.

Quanto ao aquecimento do mercado neste segmento, Almeida informa que, nos últimos dois anos, o desempenho apresentado é inferior à média anual. “O mercado vem se comportando de maneira muito instável, sofrendo fortes variações de um mês para o outro. Com isso, podemos observar que este comportamento não é similar a base histórica da empresa”, diz. A Rocha re-

comenda aos vendedores que auxiliem o comprador no momento da venda.

“O balconista tem um papel fundamental nesse processo, em que auxilia o consumidor final na escolha correta do produto, entendendo a necessidade de seu cliente e indicando o produto mais adequado para cada tipo de situação. Desta forma, evitam-se ocorrências de pós-venda, como, por exemplo, utilizar um produto com baixa resistência a corrosão em um ambiente sujeito a maresia, ou utilizar produtos contraindicados no momento da limpeza da peça, após o término da instalação”, finaliza.

ALIANÇA METALÚRGICA

“O nosso produto mais vendido nessa categoria é o gancho de rede, um material de alta resistência e durabilidade com custo acessível. Seguimos com o nosso foco em apresentar o que há de

mais recente no mercado buscando manter um preço acessível ao nosso público, esse é um produto que precisa garantir máxima segurança aos usuários e a nossa marca sempre assumiu essa responsabilidade”, explica Karina Souza, do Marketing da empresa.

A Aliança Metalúrgica está atendendo à demanda desse produto de forma muito eficiente considerando o alto índice de vendas. E Karina conta que os “setores de produção e distribuição são monitorados constantemente para que possamos atender ao ritmo do mercado. Nossos acompanhamentos de vendas são feitos em tempo real para desenvolvermos, a partir deles, o plano de produção. Acreditamos em uma linha de reposição inteligente fortalecerá o vendedor e atender 100% à necessidade do consumidor final.”



GAMMA

FERRAMENTAS

CONHEÇA NOSSO MIX DE PRODUTOS



- Pistolas de pintura
- Acessórios
- Bombas d'água
- Ferramentas de jardim a gasolina
- Geradores
- Máquinas de solda
- Ferramentas de bancada
- Ferramentas elétricas
- Ferramentas elétricas pro
- Ferramentas pneumáticas
- Ferramentas elétricas hobby

LANÇAMENTO LINHA HOBBY

Indicado para trabalhos leves.



GH1401



GH1001



GH1002



GH1301



GH1201



GH1101

Maiores informações: 0800 979 0199 | vendas@gammaferramentas.com.br
www.gammaferramentas.com.br /GammaFerramentas /GammaFerramentas

ESPUMA MÁGICA

Não é 1.001 utilidades, mas, a espuma de poliuretano é quase! Esse é um produto que deve, sempre, ficar à vista nas gôndolas e nas prateleiras e um bom conhecimento técnico do revendedor para mostrar as diversas aplicações em uma reforma.



▶ AEROFLEX

A linha de espumas de poliuretano da Mundial Prime, da Aeroflex, se destaca por possuir grande variedade de embalagens. “Com isso, atendemos todas as necessidades dos clientes, desde o uso profissional até a bricolagem. Produzimos nossas espumas na planta fabril em Curitiba, garantindo qualidade e rastreabilidade de nossos produtos. Fatores como esses nos garantiram, pelo segundo ano consecutivo, o primeiro lugar no prêmio Top of Mind da revista Revista Construção”, comemora o diretor comercial Marcio Miksza.

A aplicação da espuma de poliuretano requer alguns cuidados e, sendo assim, o vendedor/balconista é fundamental ao auxiliar o cliente com informações técnicas necessárias de armazenamento e utilização. “Por isso, disponibilizamos um profissional que viaja todo o Brasil para treinar os vendedores/balconistas e isso gera um excelente resultado”, diz. Para ele, o mercado de construção, em geral, vem se recuperando da crise econômica que atingiu o país nos últimos anos. “Contudo, as vendas da nossa espuma de poliuretano, durante todo esse período, acumularam desempenho positivo de vendas”, encerra.



▶ AMAZONAS

A Espuma Expansiva Amazonas, indicada para o assentamento de portas e janelas, na vedação, na calafetação, no isolamento acústico e na fixação, é o produto de foco da empresa. O material é eficaz na vedação contra chuvas, ventos, neve, poeira e correntes de ar. “Além disso, ajuda a preservar o meio ambiente, pois pode ser descartado em aterros sanitários próprios para descartes da construção civil, não polui o ar e o lençol freático. É um adesivo de poliuretano expansível monocomponente e isento de CFC”, explica

Rafaela Campos, Marketing da empresa. Ela relata que outra característica importante é que, com a aplicação da espuma expansível Amazonas, há a absorção de ruídos vibrações naturais no ambiente, além de não encolher e não ceder à pressão. O produto resiste a temperaturas de -35 a 80°C, após endurecido. As embalagens estão disponíveis em 470g e 340g.

Campos reconhece que atuação da equipe de vendas é muito importante, principalmente na indicação e orientação de aplicação dos produtos. “Entendemos que os vendedores e balconistas são os grandes defensores de nossa marca. Com o mercado em crescente concorrência e em um mundo onde cada dia mais a informação é a grande alavanca de vendas, buscamos, constantemente, levar a todos, orientações reais e precisas de nossos produtos. Para nos consolidarmos no mercado e conquistar resultados frequentes, a logística e a informação são nossos norteadores”, acredita.



▶ ARTECOLA

A Espuma Expansiva de PU, comercialmente conhecida como ESPUMAFIX é o destaque da Artecola. “O produto tem ótima aderência a materiais como madeiras, alvenaria, metais e plásticos”, diz Carla Beirigo, analista de Marketing. “Possuímos uma linha de espuma que atende a várias necessidades, do profissional ao hobbista. Para aplicações profissionais, contamos com a ESPUMAFIX PRO, que traz máximo rendimento para o profissional com a garantia de um produto de alta qualidade e durabilidade, e é vendida nas versões 500ml/450g com aplicador comum e 750ml/740g com pistola aplicadora”, continua. A analista ressalta, ainda, a Espumafix PU MULTI 500ml/360g. “Os principais diferenciais são ótima aderência, isolamento térmico, elétrico, acústico e sistemas de ar condicionado. Além do excelente desempenho, após a cura apresenta expansão estável e não retrai, mesmo em ambientes adversos”, diz.

Para Beirigo, a instrução que o balconista e o vendedor precisa ter sobre o produto é essencial na hora da venda. “E por isso, a Afix promove treinamentos, capacitação e reciclagem desses profissionais. É importante manter não apenas o balconista, mas, também, toda a equipe de vendas que está envolvida diretamente na cadeia de suprimentos deste produto”, conta. Ela revela que empresa também investe na participação em feiras e workshops para demonstração de produtos e abordagem de assuntos como armazenagem, aplicação, acabamento e outros. A analista tem uma visão positiva do segmento. “O mercado de espuma encontra-se em constante expansão por causa do crescimento acelerado de centros urbanos. A espuma é usada, do início ao acabamento de uma obra, e a sazonalidade está diretamente ligada ao comportamento do mercado de construção civil.”



▶ FISCHER

A espuma PU Premium, em embalagens de 500ml ou 750ml são os destaques da Fischer. “O produto tem um dos melhores rendimentos do mercado, bico reutilizável, custo-benefício e qualidade de aderência. Além disso, conta com um dos menores períodos de trabalhabilidade pós-cura, suporte técnico em obra e conteúdo justo de produto”, declara Renato Shimokawa, Application Engineer da fischer.

Ele reitera que é de grande relevância que o vendedor saiba as diferenças, as vantagens, as peculiaridades e as instruções técnicas de aplicação. “Importante que o lojista tenha competência em sanar as dúvidas dos clientes e as possíveis eventualidades pós-instalação. O suporte técnico é de suma importância para um produto de qualidade fischer.” Para Shimokawa, assim como qualquer produto e qualquer empresa de vendas, há variações e impactos da sazonalidade

nas vendas. “Considerando o mercado específico de espuma PU na construção civil e na indústria, temos tido ótimos resultados em relação aos concorrentes, além de especificações técnicas em grandes construtoras e instaladores.”

SELENA



Alfredo José Mann, gerente Nacional de Vendas da Selena Sulamericana relata que um dos produtos inovadores da marca é a Tytan Espuma Expansiva Pro 30 Antichamas. “Trata-se de uma solução inovadora que o Grupo Selena está trazendo para o Brasil. Isso porque representa importantíssima forma para garantir a segurança nas edificações, visto que o produto impede que a chama, fumaça e gases tóxicos se espalhem por buracos e fendas, por causa da selagem feita pela espuma e a resistência de até 240 minutos. Esses parâmetros são certificados por institutos internacionais e atendem a norma NBR 14432”, relata.

O gerente também reforça a importância do papel de vendedores e balconistas no processo de venda do produto. “Eles são os responsáveis por oferecer ao cliente a melhor solução para cada caso específico. A Tytan dispõe de uma área técnica para suportar esses profissionais, oferecendo treinamentos regularmente para mantê-los atualizados em relação às tendências e às novidades que surgem diariamente”, afirma. Para a Selena, apesar do atual cenário econômico brasileiro ainda ser de recuperação, há diversas oportunidades em nosso mercado. “Alguns indicadores já mostram que a venda de materiais de construção no Brasil vem crescendo novamente. A sazonalidade existe, porém está ligada à quantidade de obras em andamento. Com mais lançamentos de prédios residenciais ou comerciais torna o próximo ano bem atrativo, pois, nossos produtos são utilizados nas fases de acabamento. Apesar do momento em baixa do mercado, entendemos que este é o melhor momento que temos para reforçar e mostrar que os produtos e soluções da linha Tytan atendem à demanda de nossos clientes em diversas fases da construção, principalmente em relação à satisfação, ao custo-benefício e ao compromisso da marca”, conclui Mann.

SIKA

O produto da Sika em destaque é o Sika Boom M, espuma de poliuretano monocompente indicada para fixação e isolamento de juntas de união ao redor de janelas, batentes de portas, passagem de tubulações, sistemas de ar condicionado, equipamentos elétricos e outros. “Ele fixa, preenche e isola do ruído, do frio e das correntes de ar numa única aplicação. Ótima adesão com os seguintes materiais: tijolos, concreto, reboco, madeira, metais, isopor, PVC rígido poliuretano rígido. Existe hoje no mercado uma grande variedade de espumas expansivas, mas muitas sem a finalidade de fixação e sim de preenchi-

mento de vazios. O Sika Boom tem como característica a fixação, e este é o maior diferencial do produto”, revela Wadson Marques, coordenador TM Sealing and Bonding. Para as revendas, ele diz que planejar os setores dentro da loja, ter uma equipe capacitada e oferecer produtos corretamente conforme a necessidade do consumidor, são pontos fundamentais. “A lógica da exposição dos produtos pode ser definida de acordo com diferentes fatores, como: base do produto, finalidade e aplicação. No caso do Sika Boom M, por se tratar de um produto para fixação e vedação de portas e janelas, recomendamos posicioná-lo também próximo às esquadrias”, indica Marques.



SOUDAL



Carlos Berg, diretor-Geral da Soudal, afirma que o destaque da empresa na linha brasileira é a Espuma Manual Multiuso 500 ml. “Ela diferencia-se por ser a espuma de 500ml com maior rendimento do mercado. Possui excelente expansão e adesividade, sendo capaz de gerar até 30 litros de espuma para fixação de portas e janelas, preenchimento de vazios e até mesmo como parte de um isolamento térmico e/ou acústico. Permite o corte e o acabamento em apenas uma hora, propriedade que confere ao aplicador maior velocidade em seu trabalho. Além disso, é possível reutilizar o mesmo frasco diversas vezes. A Soudal possui uma gama completa de espumas no Brasil. Dentre elas, a profissional Soudafoam 1K TEC, com válvula anti-bloqueio, a anti-chama Soudafoam FR, que suporta a ação do calor de um incêndio por até 4 horas e, as profissionais, versão manual e para pistola, chamadas Soudafoam 1 K e Soudafoam Gun, ambas com 750 ml e altíssimo rendimento. De modo a atender toda a demanda no mercado brasileiro, ainda fabricamos uma espuma na Linha Econômica chamada Pro Foam 340 que é capaz de gerar até 20 litros de espuma.”

O executivo destaca que o mercado de Espumas ainda é pouco explorado no Brasil, com volumes pouco expressivos quando comparado ao mercado europeu. “Neste momento de crise, tanto o mercado para as Espumas Expansivas, quanto o de Selantes e Adesivos, vem sofrendo com a crise político-econômica que passa o nosso país, o que impacta diretamente em todo o segmento da Construção Civil. Importante salientar que, esse fato, não nos impediu de crescer 27,1% em vendas líquidas e 17,3% em volume em 2018”, continua.

Para alguns grupos de produtos, e para algumas regiões, existe sazonalidade nas vendas. “A preocupação com a vedação aumentada no período das chuvas, fato este que implica no aumento de consumo dos selantes. Entretanto, por estar presente em mais de 130 países, com mais de 50 anos de existência, ser líder mundial na produção de espumas expansivas, além de estar entre os maiores produtores de selantes no mundo, a Soudal que possui

quase 10.000 itens entre espumas expansivas, selantes, adesivos, ancoragens químicas entre outros, consegue por este motivo reduzir o efeito de tal sazonalidade com seu mix. Muitos produtos especiais, e sem similaridade, proporcionam a regularidade nos volumes mensais de vendas. Um exemplo deles é o Fix All High Tack, produto multiuso que funciona muito bem como selante e adesivo, capaz de aderir quase que na totalidade das superfícies da construção, incluindo até mesmo PVC e Aço Inoxidável, podendo vedar ou colar de forma elástica, diferentes materiais em aproximadamente 1 segundo. Pode ser aplicado e aderir até mesmo de forma submersa permitindo ao usuário ilimitadas possibilidades na sua utilização.” Para o diretor, o vendedor, ou balconista, chega a ser decisivo no processo de compra. “Reconhecendo tal importância, temos um programa de treinamento que fazemos junto às lojas e atacados, procurando capacitar os vendedores com o conhecimento sobre as possíveis aplicações e o desempenho de nossos produtos e concorrência”, continua.

► WALSYWA

A Espuma Expansível de Poliuretano é um dos principais produtos da linha química da Walsywa, muito utilizado em assentamentos de portas e janelas, suportes para ar-condicionado, preenchimento de juntas de dilatação, entre outros, conta o diretor Comercial Eric Ferraro. “O fácil manuseio e a secagem rápida

permitem que o produto seja serrado, lixado e até pintado após a cura. Disponibilizamos embalagens de 340g, 480g e 720g sendo nossa espuma é um produto de alto rendimento”, afirma. Para ele, os balconistas são essenciais no atendimento aos clientes. “Se bem treinados, os balconistas conseguem enxergar a necessidade do usuário, direcionando o produto ideal a cada situação. Por esse motivo, disponibilizamos, recentemente, uma unidade móvel que vai ao encontro dos nossos clientes. A SWAT (Serviço Walsywa de Atendimento e Treinamento), além de um showroom da marca, treina as equipes para o perfeito uso dos produtos e as diversas funcionalidades”, anuncia. Ferraro explica, ainda, que a linha de produtos químicos da Walsywa vem crescendo de forma contínua com objetivo de atender às várias aplicações e nichos de negócios. “A Espuma de Poliuretano foi um dos primeiros produtos dessa linha, que, recentemente, teve a inclusão de Selantes e Adesivos”, encerra.



► WORKER

Item fundamental na construção civil, a Espuma Expansiva Poliuretano WORKER é ideal para a fixação de batentes de portas, janelas, aparelhos de ar condicionado e caixas elétricas, isolamento e preenchimento de rasgos, falhas e fissuras em paredes para tubulação de água quente e fria, entre outros. Também é utilizada para



Rinnai

A mais completa linha de
aquecedores de água a gás



www.rinnai.com.br

É fácil
confiar
em quem
está sempre ao
seu lado.

GRANDES LANÇAMENTOS SOPRANO
PARA PORTAS E ESQUADRIAS DE ALUMÍNIO



FECHOS, LINGUETAS E CONTRAFECHOS

Ideais para janelas e portas de correr de alumínio, trazem toda a segurança, qualidade e versatilidade Soprano. São 3 versões de fechos, com 2 opções de acionamento: toque e manual/automático, além de 3 modelos de conchas cegas, 10 modelos de linguetas e 10 modelos de contrafechos.



FECHADURAS TETRA DE EMBUTIR

Um novo mix completo de fechaduras para portas de alumínio, ferro e aço, brocas 20x53 e 29x53, além de modelos selecionados de fechaduras broca 40x53. São fechaduras compatíveis com cilindros convencionais (PY/PK) e com o novo cilindro tetra de embutir substituível Soprano.



PRODUTO
PATENTEADO
SOPRANO



fixação, preenchimento de espaços vazios, isolamento térmico e acústico. O gerente de Comércio Exterior da marca, Diogo Sling, reforça que o produto apresenta excelente aderência a vários materiais, como madeira, alvenaria, PVC, cerâmica, alumínio e ferro. “É fabricado na Europa, com matéria-prima de alta qualidade, um diferencial em relação a outros fabricantes”, ressalta. O produto vem em embalagens de fácil manuseio, com bico aplicador, nas versões 290ml, 425ml, 485ml e 735ml e, para o uso profissional, possui a embalagem de 750ml, cuja aplicação é realizada com o auxílio da pistola aplicadora.

“No segmento de espuma expansiva, a marca teve grande aprovação por parte dos clientes por causa da qualidade do produto. Item básico para edificações e construções, a Espuma Expansiva Poliuretano Worker não é afetada pela sazonalidade nas vendas, sendo comercializada o ano inteiro”, continua o executivo. De acordo com ele, é importante que o revendedor esteja preparado para orientar o consumidor sobre as aplicações e qualidades dos produtos. “Realizamos treinamentos para capacitação das equipes, gerando aumento de vendas e fortalecendo o relacionamento com clientes”, conclui.



VEDACIT

O destaque é o Expacit, espuma de poliuretano monocomponente pronta para uso, com alto poder de expansão e aderência. O produto preenche as cavidades com uma espuma semirrígida, com grande poder de vedação e resistente às intempéries. Além de vedar, proporciona excelente isolamento termoacústico. É indicado para isolamento e preenchimento de fendas, buracos e aberturas em geral, como encunhamento de alvenaria, chumbamento de batentes e esquadrias, instalações de ar condicionado e caixas de força, luz, telefone e isolamento de tubulação. Depois de endurecido, pode ser cortado, lixado e pintado com tintas sem solvente. Bruno Pacheco, gerente de Produtos da Vedacit, está otimista para este ano.

“Não existe sazonalidade nas vendas do Expacit. Para esse produto, mesmo com toda a instabilidade do mercado brasileiro, a tendência é fechar melhor que no ano passado”, diz. E destaca a importância do balconista nas vendas. “O vendedor/balconista tem papel fundamental no auxílio dos produtos. Muitas vezes, os consumidores vão às compras pela solicitação de um profissional da área, como, por exemplo, o pedreiro, e por se tratar de um produto técnico, quando chegam à loja precisam de um auxílio”, explica.

VONDER

Em atividades de acabamento na construção civil, a espuma poliuretano é considerada item essencial. Entre as vantagens de utilização, destacam-se o perfeito acolchoamento, adaptando-se a todas as necessidades e aos espaços necessários, além de elasticidade e resistência. Por tudo isso, um item de alto giro no PDV especializado em construção civil.

A Espuma Expansiva de Poliuretano VONDER está disponível em embalagem de 500ml/493g, com excelente rendimento, de



Maior índice de entregas sem faltas.

Rapidez e eficiência nas entregas.

Área de atuação: Estado de SP.

Principais marcas do mercado.

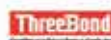
Fracionamos embalagens.

Agradecemos
a todos por
mais esta
conquista.



Distribuidor Atacadista
de Produtos para Pintura
Imobiliária e Automotiva,
Hidráulica, Ferragem,
Ferramenta e EPI.

marcas parceiras



☎ 11 3687-4850

☎ 11 94322-7328

✉ vendas@ccrdistribuidora.com.br



ESPUMA DE POLIURETANO



até 32 litros. É indicada para vedar, fixar, preencher, selar e calafetar, com adesão sobre vários tipos de materiais, como: metais, madeiras, alvenaria, concreto, cerâmica, mármore, entre outros. A utilização é, principalmente, na montagem de batentes de portas e janelas, acabamentos em instalações de aparelhos de ar-condicionado, entre outras, pois contribui para a eliminação de vibrações e ruídos. Entre as principais características, o fato de não encolher e não ceder às variações climáticas. A Espuma Expansiva de Poliuretano da VONDER tem cura total entre 12 e 24 horas após aplicação e possui válvula reutilizável, evitando que a espuma seque na mangueira de aplicação.

CASCOLA

A marca Cascola, pertencente à empresa multinacional Henkel, dispõe de soluções em diversas categorias de adesivos e selantes: desde as tradicionais colas de contato e cola branca à base de PVA até os adesivos de montagem com alta tecnologia (de agarre imediato, é ideal para substituir a utilização de pregos e parafusos), além de uma linha completa de selantes e espuma expansiva.

“Para destacar um produto à base de poliuretano, podemos mencionar Cascola Espuma Expansiva, produto à base de poliuretano expandido, indicado ao preenchimento de espaços,



tais como: ar-condicionado, sistemas hidráulicos, exaustores, fixação de batentes, entre outros. Rende até 30 litros e possui alta aderência, sem encolher, sem deformar com o passar do tempo e sem perder a adesão. O produto aceita acabamento depois da cura, podendo ser lixado, polido, furado ou pintado e, entre outros benefícios, apresenta secagem rápida, o que impacta diretamente na alta produtividade e agilidade no trabalho do profissional”, informa Claudio Amadio, gerente da Cascola. A Cascola acredita na importância dos profissionais vendedores/balconistas para auxiliar os clientes na aquisição do produto ideal às necessidades de cada um, uma vez que esses profissionais estão em contato direto com os produtos disponíveis no mercado e tem um conhecimento mais abrangente dentro do varejo e próximo aos clientes sobre as características e os diferenciais de cada produto.

“Cabe ressaltar”, diz Amadio, “que a Cascola investe, fortemente, também, no relacionamento com a revenda e seus respectivos profissionais. Nos pontos de venda, o nosso objetivo é apresentar ao revendedor toda linha de produtos e suas aplicações, tornando-o apto a explicar ao consumidor as características e os diferenciais de cada um dos nossos produtos por meio de treinamentos e materiais de apoio. A comunicação é muito im-

ESPUMAS COM QUALIDADE PROFISSIONAL PARA TODO TIPO DE APLICAÇÃO



LÍDER MUNDIAL

SOUDAL

BUILD THE FUTURE
WWW.SOUDAL.COM

portante para impactar o target. Por isso, investimos em materiais de pontos de vendas, ações de relacionamento, aproveitando datas comemorativas, como o mês do marceneiro, por exemplo, treinamentos e ferramentas digitais. Cada vez mais, o público tem buscado informações no ambiente digital, tendência que nos fez criar um aplicativo que possibilita acesso às nossas soluções e orientação de aplicação, além da página no Facebook e do portal da marca Cascola, que também oferece dicas aos profissionais.”

TEKBOND

O diretor, Eduardo Mano, informa que a empresa está completando a linha de Espumas Expansivas, aumentando as opções de tamanho para serem usados conforme suas necessidades. Na linha de silicones, estão lançando três produtos para completar a linha: Silicone Multiuso 50gr, com uma embalagem mais prática para o consumidor e aos lojistas, conseguindo expor os produtos de maneira mais adequada; Silicone Maxx (Alta Performance), com um altíssimo grau de pureza, podendo ser utilizado até em aquários. Disponível nas embalagens de 50gr e 280gr.

As vendas vão bem, obrigado, como informa Mano: “Atualmente, a empresa cresce na construção mais de 70% no segmento. Apesar do número ser alto, estava dentro dos nossos planos para 2018. Nosso mix de produtos é variado, mas, a grande maioria não sofre sazonalidade, com pequenas exceções como o Veda Calha.”

O vendedor/balconista é de extrema importância para a Tekbond, destaca Mano: “Este ano, iremos fechar com mais de 1.300 treinamentos e quase 20.000 pessoas treinadas, nosso maior objetivo é capacitar os vendedores a identificar quais os melhores produtos e aplicações para o nosso usuário final, criando assim um vínculo de confiança junto à marca e aos nossos lojistas.”

GARRAÃO DE ÁGUA NUNCA MAIS!

Lançamento



ESTE PRODUTO NÃO ACOMPANHA SUPORTE.



PURIFICADOR ECONOMY FIT

Cód.: 916-2455

PARA:
SUPORTES
BÁSICOS
E BASES
REFRIGERADAS

Substitua já o garrafão de água mineral!

Economia, praticidade e tecnologia em um único produto!



- Retenção de partículas.
- Redução do cloro livre.
- Retenção de micropartículas.
- Refil de troca rápida: é só girar e trocar!
- Cada refil equivale a 200 garraões de água de 20 litros.

Código: 903-0535



*Considerando um preço médio de R\$ 12,00 por garrafão e subtraindo o preço de compra do Purificador Economy Fit.



/hidrofiltrosBR



@hidrofiltros



/hidrofiltros



/hidrofiltros



hidrofiltros_br

(54) 3213.6300 • www.hidrofiltros.com.br



A LEPRI É UM ATELIER GRANDE

José Lepri Neto faz parte da terceira geração da Lepri Cerâmica, empresa fundada pelo avô, em Tambaú, interior de São Paulo. A quarta, com os filhos Ludmila, Carlos Neto e Lincoln já está assumindo. Em dezembro, a Lepri comemora 100 anos, mas, o ano inteiro, foi de comemoração e muitos lançamentos.

A história da empresa é similar a outras tantas que ajudaram a construir o Brasil. Há 99 anos, o imigrante italiano da Toscana, José Lepri trazia para o Brasil todo o conhecimento adquirido nessa região, considerada o berço da cerâmica na Itália, e inaugurava a cerâmica São José. A fábrica iniciou suas atividades produzindo tijolos e ladrilhos, e, mais tarde, completou o portfólio desenvolvendo, também, produtos para casa, como louças de mesa, vasos, filtros de água e vasos sanitários, além de telhas e manilhas, sempre priorizando qualidade e inovação. Os filhos, e, posteriormente, os netos, nasceram e cresceram em meio às cerâmicas, ao mesmo tempo em que adquiriram todo o conhecimento e o legado de José Lepri no ramo.

“Ele veio da Ilha de Elba, tradicional região fabricante de cerâmica. É uma ilha que fica em frente a região da Toscana, onde tem muitas cerâmicas rústicas. Então, acreditamos que ele tenha trabalhado nas cerâmicas da região de Piza ou Chianti, por isso o know how de fabricar cerâmica quando veio, como imigrante, para o Brasil”, conta Neto.

A família era grande. O avô, empreendedor trabalhou na lavoura de café, na região com muita argila, mais fácil de trabalhar do que hoje. Pelo fato das habilidades manuais, foi muito fácil fazer tijolos, vasos e, depois, manilhas para tubulação de água e esgoto.

Lepri Neto nasceu em Tambaú e se dividiu entre Tambaú e São Paulo, onde a Lepri tem um belo showroom nos Jardins, região de classe média alta de São Paulo. Dos sete filhos, Lepri Neto foi o que demonstrou maior aptidão para dar continuidade aos negócios cerâmicos. Fez curso de cerâmica no Senai, em São Caetano, SP, e, também, cursos rápidos na Itália, na Alemanha e no Japão. “A cerâmica está na minha vida”, diz.

“Eu nasci dentro da fábrica e, também, brincava com meus outros seis irmãos entre os fornos, por isso, meu caminho

“Eu nasci dentro da fábrica e, também, brincava com meus outros seis irmãos entre os fornos, por isso, meu caminho natural seria dar continuidade ao negócio fundado pelo meu avô e continuado pelo meu pai. Praticamente, apenas eu segui na fabricação.”

**JOSÉ LEPRI NETO, DIRETOR
Presidente Lepri Cerâmica**



natural seria dar continuidade ao negócio fundado pelo meu avô e continuado pelo meu pai. Praticamente, apenas eu segui na fabricação. Tenho barro no DNA. Eu, sempre, quis fazer revestimento cerâmico. Como o meu avô era empreendedor, ele deu uma fábrica a cada filho. Telha para um, piso para outro e ajudou os maridos das filhas com outros negócios. Queria ver todos os filhos bem, uma autêntica cultura italiana.”

Lepri Neto conta que o seu pai ficou com a fábrica de manilhas e telhas. “Chegamos a fazer o maior tubo do Brasil, com 3 metros de diâmetro, para vender às empresas de saneamento. Mas era um mercado muito complicado e resolvi abrir uma fábrica de piso, exatamente no ano que foi inaugurado o Shopping D&D, em São Paulo, faz 26/27 anos”, conta.

A primeira loja foi no D&D Shopping, na região Sul de São Paulo e destinado a ser um showroom de empresas de decoração. “Vi uma propaganda fantástica de página inteira de um jornal de grande circulação que dizia: ‘sabe onde o seu concorrente vai estar no ano que vem? No D&D Shopping.’ Aquilo despertou minha curiosidade e comprei um ponto para abrir a minha primeira loja em São Paulo. E estamos até hoje.” A outra loja fica na Al. Gabriel Monteiro da Silva.

A partir de 2006, a Lepri passou a utilizar materiais recicláveis para fazer os próprios pisos, como conta Lepri Neto.

“Começamos com os vidros das lâmpadas fluorescentes, que têm difícil descarte e até ganhamos um prêmio por ser um produto sustentável. Quando eu era presidente da Associação Brasileira de Cerâmica, uma entidade técnica, eu falava que a cerâmica era um caminho natural à reciclagem, para restos das obras de outras empresas. Começamos com resíduos de lâmpadas fluorescentes porque é um fundente; depois fomos para as telas de computador, que também têm difícil destinação, após o ciclo de vida, e, agora, estamos fazendo produtos com a lama de Mariana, da Samarco. Este DNA da inovação e da sustentabilidade está intrínseco na Lepri Cerâmica”, conta.

A Lepri tem máquinas nacionais e importadas para fazer as cerâmicas rústicas. Possuímos uma extrusora muito grande para alimentar a nossa linha de piso. Fazemos pisos de 1,30m de comprimento por 1,00m de largura, muito bonitos e gostamos de tamanhos grandes. Quando começamos a fabricar os produtos grandes, ninguém queria, porque são difíceis de ser assentados. Mas, a tendência é partir para as peças de grandes dimensões. Fica muito mais bonito.”

A Lepri é a maior fabricante de pisos rústicos do Brasil. “A participação do piso rústico no mercado já representa cerca de 40% do total vendido e, quando começamos, era apenas de 6%. Outras em-

Garthen® LANÇAMENTO **3 EM 1**

ROÇADEIRA MULTIFUNÇÃO

• **COSTAL**

PIONEIRA NO BRASIL



10 Posições



Com apenas uma máquina você tem tudo o que precisa para deixar o seu jardim ainda mais bonito.



Motocultivador - GMC-6500

Á gasolina

Potência do Motor: 6,5hp

Capacidade do tanque: 3,6

Profundidade do coret: 150 à 300mm

Imagem ilustrativa

presas, também, estão fabricando pisos rústicos, pois o mercado está consumindo. Olhamos o revestimento cerâmico rústico como top de mercado.”

► VENDAS

“Trabalhamos com vários segmentos de distribuição. Temos duas lojas próprias em São Paulo e cerca de 70 representantes em todo o Brasil, vendendo para home centers e butiques de pisos. Os home centers querem, cada vez mais, marcas para agregar valor e possuímos parceria muito forte com a Leroy Merlin no segmento de home center. O segmento que estamos buscando, agora, é o das lojas médias, e a ideia é expandir às lojas onde possamos apresentar o nosso produto da maneira correta. Bom para nós, fabricantes; bom para a loja, que tem um bom produto para vender; bom para o consumidor, que terá mais opções de comprar.”

► MERCADO

“Nossas vendas estão dentro da normalidade. O que subiu, bastante, foram os custos, cada dia maiores. Energia elétrica e o gás para os fornos aumentaram muito; o frete, com o problema da greve dos caminhoneiros, aumentou os nossos custos. Mas, não podemos reclamar.”

► EXPOREVESTIR

“Este foi o nosso melhor ano (2018), na ExpoRevestir. O nosso estande foi muito visitado e, agora, a Lepri tem um divisor de águas. Antes e depois dessa Revestir. Acertamos em tudo, tanto em produto, quanto a lançamentos das régua grandes e cor terracota, que nunca sai de moda, como em atendimento. Temos uma cor, chamada raku que é, exatamente, a dos japoneses, que faziam, há mil anos. E conseguimos as tonalidades dependendo da queima dada nos fornos.”

► O RÚSTICO

“Quem gosta de rústico não troca. Quem não gosta, não adianta, não vai

comprar. Então tem arquitetos que preferem e o indicam bastante, mas, eu costumo brincar e comparar com as corridas de cavalo. Quem gosta vai no jóquei, mas, quem não gosta, nem passa perto. É assim também, no rústico. Apesar de que já há a tendência de combinar peças rústicas com o clean. E pode combinar com madeira, porcelanato etc.

► CINZAS

“Também temos produtos fabricados com cinzas, as chamadas low ceramic. Pegamos essas cinzas das olarias da região de Tambaú, lavamos a cinza e fazemos esmaltes biológicos para os nossos produtos, exatamente como fazia, no Japão, há milênios. Se você tiver um prato feito com esmalte biológico, você não terá nenhum problema de saúde, porque a cinza é vidro, sem nenhuma sujeira. Gosto muito de trabalhar com esmalte biológico. Costumo dizer que a Lepri é um ateliê grande, pois nos preocupamos em trabalhar com matéria-prima descartada, retirada do meioambiente e que não faz nenhum mal à saúde das pessoas.”

► FÁBRICA

“Nossos fornos são moderníssimos, até comandados por computador. E

quatro tipos de fornos: a lenha, a óleo (pouco utilizado, atualmente), elétrico (produtos com acabamento especial) e a gás, que faz a maior parte da produção. Utilizamos cada forno dependendo da programação de vendas.”

► FUTURO

“Estive na apresentação de uma empresa de software, a Totvus, e veio um palestrante norte-americano, da Singularity University, e falou muito sobre como será no futuro. Na opinião dele, os carros vão ser autônomos, não vai ter mais telefonista, e outras coisas, mas, o que vai ficar, são as casas mais sofisticadas onde as pessoas preferirão passar mais tempo, buscando o bem-estar. Então, por isso, temos observado que, cada vez mais, as pessoas ficam dentro de casa. E não é só por segurança, mas, também, para curtir o próprio cantinho. E a pessoa quer ter, cada vez mais, um produto exclusivo. No começo da palestra eu fui diminuindo de tamanho, ficando chateado com tanta tecnologia, computadores. Mas, quando ele falou o que iria sobrar no futuro: produtos exclusivos, as coisas feitas naturais, e sob encomenda, eu cresci, e fiquei feliz, porque é, justamente, o que estamos fazendo.”



José Lepri Neto
com os filhos
Lincoln e Ludmila

UM OLHAR NADA **DISCRETO**

As esquadrias são responsáveis por permitir a melhor iluminação do ambiente. Ajudam a economizar energia e, ainda, protegem do frio ou do calor excessivo. Os fabricantes investem no design e no conforto térmico, além de se colocar dentro das normas para que seus produtos sejam fonte de lucro para os revendedores.



ASTRA

Os produtos em destaque da linha de esquadrias da Astra são as portas de lambri com acabamento de madeira. “Nossas portas de lambri são feitas de alumínio reforçado, com perfis tubulares que garantem maior resistência em comparação a portas de alumínio comum. Esse tipo de porta é ideal para entrada de casas, pois é resistente a intempéries, não deforma, não estufa com umidade e nem permite ataque de cupins, além de ser resistente contra impactos”, garante o diretor Comercial Joaquim Coelho. Ele resalta a opção de acabamento de madeira. “Além de todos os diferenciais citados, o modelo conta com textura e aparência que imita madeira, garantindo visual diferenciado. Também, temos a opção de uma nova tendência crescente no mercado: a substituição de maçanetas por puxadores. Nossos puxadores são de aço inox para resistir às intempéries”, continua.

O executivo explica que, na embalagem dos produtos há um adesivo que mostra que se trata de um item frágil por conter vidros. “Também, colocamos manual com cuidados na instalação, lado correto para ficar na área interna, informações sobre resistên-

cia à região de ventos etc.”, detalha. Coelho afirma que a Astra sempre procura colocar o produto físico em expositores para que o cliente final possa abrir as janelas e portas, conferir os deslizares de folhas de janelas e venezianas e, assim, tomar a decisão de compra. “Como esquadrias são bens de consumo feitos para durar por muito tempo e proteger contra ventos e infiltração de água, ainda, procuramos ter nossa marca nos expositores para trazer a confiança ao consumidor de uma marca presente há 60 anos no mercado e com mais de 20 anos de experiência na fabricação de esquadrias”, ressalta.

ATLÂNTICA

“Hoje, nossas esquadrias da Linha Magnum são os produtos que apresentam grande potencial de mercado, uma vez que o consumidor está na constante busca por peças de maior valor agregado e requinte”, declara o gerente de Vendas da Atlântica, Leandro Scoco.

Ele alerta que o mercado de esquadrias populares está muito saturado. “Infelizmente, muitos fabricantes abrem mão da qualidade e da durabilidade do produto para participar de uma guerra de preços que não é

sadia. Com nossa Linha Magnum, conseguimos ser muito competitivos em um nicho onde estão presentes apenas fabricantes sérios e comprometidos respeitando as normas técnicas e a satisfação dos clientes. Com componentes de ponta como fecho por clique, batedor de borracha e tecnologia de todas as folhas móveis, esses produtos são o carro-chefe na estratégia de ampliar nosso market share”, anuncia.

Para o gerente, em virtude de ser de um produto de alto valor agregado e relevante participação no orçamento total da obra, as esquadrias devem receber uma posição de destaque na loja. “Além dos tradicionais cavaletes fixos, recomendamos o uso de ilhas, ações de estacionamento e de frente de loja. Ter esses itens no tabloide também é uma estratégia fundamental para atrair o cliente ao setor e exponenciar as chances de conversão de vendas”, orienta.

BRIMAK

A Metalúrgica Brimak, fundada em 1969, é uma das pioneiras na fabricação de esquadrias padronizadas de aço. “Na época, o produto substituíam, gradativamente, o emprego das esquadrias de madeira para áreas externas, com vantagens como segurança, durabilidade, tecnologia e preservação do meio ambiente”, conta o diretor Comercial Marcos Peli. “Naquela época, existiam apenas outras três indústrias, todas já extintas, fabricando esse tipo de produto. Em 1998, acompanhando a tendência do mercado, e por causa da saturação de indústrias de esquadrias de aço fabricando não-conformidades, a Brimak passou a fabricar esquadrias padronizadas de alumínio, sendo a primeira indústria do setor de esquadrias padronizadas a fabricar produtos de matérias-primas distintas. Na época, apenas outras oito fábricas disputavam o mercado de esquadrias de alumínio”, continua o diretor.



Para o executivo, atualmente o mercado de esquadrias de alumínio padronizadas está totalmente saturado, com mais de 200 fabricantes. “A história se repete”, afirma. “Da nossa linha de esquadrias de alumínio, oferecemos produtos com acabamento branco, preto e corten, com design diferenciado e produtos que atendem às normas técnicas vigentes. Possuímos, também, uma linha completa em esquadrias de PVC, que permite o atendimento a todas as NBRs, incluindo as mais novas exigências de desempenho acústico e térmico para a construção civil. São produtos inovadores, como a porta Pivotante Híbrida, com batente e montantes da folha de PVC, reforços de aço e lambril de alumínio”, detalha Peli.

“As Janelas de PVC proporcionam -30dB Rw e economia estimada média de R\$ 28,00/mês por ambiente climatizado a 8h/dia”, destaca. “Além disso, fabricamos também nossa própria linha de puxadores de alumínio, que além de equipar nossas portas mais luxuosas, estão disponíveis nas revendas de material de construção”, continua.

Para o diretor, as sazonalidades são típicas do setor, além da regionalidade. “O mercado da construção civil, por motivos óbvios, encontra-se muito desaquecido. Acredito que será um dos últimos setores da economia a apresentar melhoras, mas não podemos ficar de braços cruzados assistindo ao empobrecimento de nosso país”, finaliza.



FIXTIL

A Fixtil disponibiliza ao mercado de construção várias linhas de acessórios para janelas, portas e portões. Adriana Lopez, gerente de Marketing da empresa, acredita que a venda de acessórios complementa as vendas de esquadrias, portas e portões dos home centers, hipermercados e lojas de materiais de construção. “Isso porque o cliente ou o vendedor da loja, sempre incluirá na lista de compra os acessórios que envolvem a segurança dentro do imóvel, entre os quais: tranquetas, fechos para as esquadrias, ferrolhos com porta cadeados etc.”, explica.

De acessórios para janelas, a gerente resalta o 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. Outros modelos da marca são as tranquetas e os fechos para esquadrias de madeira, com acabamento niquelado e disponíveis em tamanho padrão, apropriados às janelas de abrir.

Em acessórios para portas, destaca-se o Ferrolho porta-cadeado, que acompanha parafuso madeira cabeça chata, com acabamento zincado, e está disponível nas medidas 2 e 41 polegadas. Há, ainda, o Ferrolho chato, que acompanha parafuso madeira chata, 2,5mm x 12mm, com acabamento zincado, nas medidas de 2 ffi e 4 polegadas. Por fim, há o fecho pega-ladrão para portas, dobradiças bicromatizadas e zincadas.

JAP

O destaque da Jap é a janela com persiana integrada. “Dentre os diferenciais, vale destacar as medidas maiores, de até 2 metros, enquanto o mercado trabalha até 1,5 metro, além da disponibilidade de acionamento manual, por interruptor ou controle remoto, e perfis arredondados”, enumera Simone Correia Ferreira, supervisora de Vendas.



Para a supervisora, a melhor forma de exposição dos produtos é quando as peças são colocadas em dry-wall. “Essa estratégia mostra ao consumidor final exatamente como o produto ficará em sua casa”, encerra.



LIZARD

A linha quadriculada é um dos grandes destaques da Lizard, segundo o diretor Superintendente da empresa, Alexandre Marques. “Trata-se de uma linha moderna, decorativa e muito funcional. Adequa-se, perfeitamente, a quase todos os estilos de construção, conferindo bom gosto e modernidade na residência aliado a um alto nível de acabamento”, declara. Além dos atributos visíveis ao cliente, o executivo reforça o atendimento às normas vigentes. “Esse é um compromisso da EBEL em toda a linha de produtos, além de características como estanqueidade de água, conforto térmico e acústico, diferenciais percebidos pelos clientes que buscam mais qualidade e retorno de investimento”, prossegue. Para as revendas, Marques indica que existem algumas iniciativas no sentido de melhorar a exposição das esquadrias de alumínio. “Acreditamos que um nível maior de informação, aliado a uma exposição visual mais adequada e limpa seria a ideal”, informa. Para ele, equipes de venda bem informadas são essenciais para que o consumidor possa fazer a distinção entre marcas que prezam por qualidade e normas. “Nossos engenheiros trabalham para levar o máximo de cada um desses atributos nas peças que fabricamos”, finaliza.



SASAZAKI

A Sasazaki tem no portfólio de produtos duas linhas de destaque em esquadrias: a Prátika, de aço, e Alumifort, de alumínio.

A Linha Prátika é composta por portas e janelas

prontas para instalação, pintadas na cor branca de esmalte acrílico e com vidros colocados. “Essa linha traz a segurança do aço com economia de tempo e de mão de obra. Além disso, reúne produtos que recebem os mais avançados tratamentos anticorrosão do mercado: pré-tratamento nanocerâmico e proteção cataforese, que garantem maior durabilidade às peças”, afirma Leonardo Kozo Sasazaki, presidente da Sasazaki e do Conselho Deliberativo da Indústria.

Entre os destaques dessa linha estão as Portas Sociais sem Seteira, indicadas para uso em entradas sociais residenciais ou comerciais. “Os modelos da Sasazaki possuem frisos de aço inox e puxador do tipo curvo, de aço inox, com 70cm, que conferem ainda mais beleza ao ambiente”, ressalta Leonardo. “Quanto às Janelas Venezianas e a Porta-Balcão de correr Multiflex são modelos com acabamento perfeito, tela mosquiteira opcional e o sistema de regulagem permite controle de iluminação e ventilação na palma da mão”, continua.

O portfólio de produtos Alumifort reúne portas e janelas feitas de alumínio com design moderno e acabamento sofisticado. “Todos os modelos possuem vários diferenciais tecnológicos, entre eles, vedações de borrachas tipo EPDM dos dois lados do vidro, que proporcionam durabilidade e excelente desempenho à exposição solar, ao

ozônio e às variações de temperatura, além de guia inferior do tipo cascata, que evita a entrada de vento e água de chuva. Saem de fábrica com pintura de acabamento e vidro instalados”, detalha o presidente.

Para as revendas, o executivo reitera que a Sasazaki sempre investiu em relacionamento e apoio às lojas de material de construção e de esquadrias que comercializam os produtos fabricados. A empresa oferece treinamentos com informações específicas a fim de capacitar as equipes de vendas, ajudando-as a estar mais bem preparadas para atender aos consumidores no momento da compra. “Além dos treinamentos, como parte do suporte, a Sasazaki promove ações regionais nas revendas, dispõe de promotores de vendas e oferece várias opções de showrooms, em tamanhos adequados para atender a pequenos, médios e aos grandes lojistas”, lembra.

ICASA

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

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

FIXADO COM ÂNCORA!

A QUALIDADE E CONFIANÇA QUE VOCÊ JÁ CONHECE.



CBN



Chumbador versátil para ancoragem em todo tipo de material base.

LINHA COMPLETA EM SISTEMAS DE FIXAÇÃO



ANCORAGEM
MECÂNICA



ANCORAGEM
QUÍMICA



FIXAÇÃO À
PÓLVORA INDIRETA



SISTEMA
A GÁS



SILICONES, SELANTES
E ESPUMAS

LIGUE: (19) 2136.4455

vendas.canais@ancora.com.br

www.ancora.com.br



ÂNCORA
SISTEMAS DE FIXAÇÃO



O presidente da empresa afirma que, por conta do cenário atual do país, muitos consumidores seguem cautelosos e aguardam um momento mais favorável para a compra de materiais de construção, como esquadrias. “Mas, temos a expectativa de um crescimento nas vendas, principalmente nos últimos meses deste ano.”

Ele anuncia que, para 2018, a indústria visa o aumento da competitividade, por meio do uso racional de recursos, elevação da produtividade, modernização do parque de máquinas, sem abrir mão da qualidade dos produtos, do atendimento às necessidades dos clientes e às normas de fabricação. “Apostamos na inovação e manteremos os investimentos nesse sentido. Seguiremos, ainda, com as melhorias dos processos produtivos e das diferentes linhas de portas e janelas, e em formação e manutenção de parcerias fortes que promovam o crescimento dos negócios. Desta forma, acreditamos que conquistaremos e atenderemos, plenamente, às necessidades do mercado.”

UDINESE

A Udinese, do Grupo ASSA ABLOY, lança o Udiconnect®, solução gratuita para automação de persiana integrada que promete revolucionar o mercado da construção. Aderente ao conceito de Internet das Coisas (IOT), funciona por WIFI e pode ser controlada por um aplicativo que pode ser baixado em qualquer modelo de smartphone. A tecnologia permite múltiplos acessos quando liberados previamente via registro. “Estamos bem otimistas com o lançamento do Uniconnect®, pois além de garantir comodidade para ambientes residenciais ao permitir a programação da abertura e o fechamento de persianas a distância, oferece algumas facilidades

estratégicas para empreendimentos comerciais, uma vez que facilita a renovação do ar condicionado fora do horário do expediente”, conta Robson Donato, gerente de Marketing da Udinese.

O gerente ressalta que a grande vantagem da inovação é a flexibilidade de uso. Além de abrir e fechar as persianas, o usuário pode conceder acesso a outros convidados e criar cenários a fim de programar dias e horários para abertura ou fechamento automático, como acordar com a luz natural programando a abertura para o mesmo horário do seu despertador. Ainda, se quiser estender o sono no final de semana, é só criar um cenário específico com horário de abertura um pouco mais tarde. “O acionamento por controle remoto até pouco tempo era a maneira mais tecnológica de controlar as persianas de uma residência. Hoje, o conceito de Internet das Coisas permite que vários itens do nosso dia a dia estejam conectados na rede e com o Udiconnect”, conta Donato.

CRV

“A CRV procura buscar inovações, criando linhas distintas que atendem aos públicos mais exigentes em todas as camadas sociais”, explica Silvio Aruda, Comercial da empresa. No aço

convencional, a Porta laminada Standard é destaque de vendas, e o mesmo sucesso pode ser apontado para nossas Portas de Correr da Linha CRV.

“Na linha Ideal, que é o nosso aço branco, temos a galvanização como aliada, colocando nossa Porta Pivotante em destaque. No alumínio, além da Porta Lambri Pivotante, dispomos de portas de correr, janelas e venezianas de três folhas móveis que, mês a mês, vem ganhando espaço no mercado! Agora, chegamos com mais uma inovação no alumínio, a Linha SMART chega para ser um produto mais leve, porém, muito mais reforçado”, informa.

Explica que existe sazonalidade em todos os segmentos, e, para o de esquadrias, também. “No entanto, a CRV vem buscando alternativas e inovações com possibilidades de vencer as dificuldades deste momento de retração do mercado nacional.”

E recomenda aos revendedores um binômio que precisa ser exposto, sempre: “Qualidade e Rapidez na entrega. Estes qualificadores, sendo bem trabalhados, com boa exposição de nosso material no ponto de venda e uma equipe interna que conheça de fato nossos produtos, é uma receita segura para boas vendas,” acrescenta.



75 anos da Sasazaki

Completando 75 anos em 2018, a Sasazaki é considerada a empresa de portas e janelas de aço e alumínio que mais lança inovações.



Foi a primeira empresa do setor de esquadrias metálicas a obter a certificação NBR ISO 9001, pelo Sistema de Gestão da Qualidade. Também, foi a primeira indústria a atender ao Programa de Certificação de Esquadrias para Edificações, uma garantia de que o Sistema de Gestão da Qualidade e os produtos da marca atendem às normas vigentes e foram avaliados e certificados por uma empresa certificadora acreditada pelo INMETRO - Instituto Nacional de Metrologia, Qualidade e Tecnologia.

“A Sasazaki é uma empresa que vem ultrapassando gerações e que, em seus 75 anos, manteve o espírito empreendedor e inovador dos fundadores. Celebramos o Jubileu de Brilhante em 2018, como líder do mercado de portas e janelas de aço e alumínio. É uma raridade uma empresa 100% nacional celebrar 75 anos de mercado. São poucas as companhias que chegam a esse patamar. Isso é fruto de um trabalho feito com responsabilidade social e pautado por ética, respeito, honestidade e transparência com colaboradores, lojistas, construtoras,

fornecedores, canais de distribuição e demais parceiros, valores e princípios incorporados à história da marca. Ou seja, a Sasazaki não mede esforços para atuar sempre norteada pelos pilares da sustentabilidade (Social, Ambiental e Econômico) e cumprir as obrigações com funcionários, fornecedores, consumidores etc.”, conta, orgulhoso, Leonardo Kozo Sasazaki, presidente da Sasazaki e do Conselho Deliberativo da Indústria.

Estes 75 anos da Sasazaki foram marcados pela transformação, pela perseverança e pela visão de mercado. Em 1975, a empresa desenvolvia soluções para o homem do campo, porém, por imposição dos fenômenos climáticos e sazonalidade da agricultura, os fundadores tiveram de mudar os rumos da empresa. Foi assim que começou a fabricação de esquadrias metálicas. Hoje a Sasazaki é a maior fabricante desse segmento.

Em 2018, a Sasazaki criou uma logomarca especial para celebrar os 75 Anos. Moderna, rejuvenescida e com foco no futuro, representa os avanços da indústria ao longo do tempo,

mas sem perder a tradição e os valores inerentes à marca.

Também como parte das comemorações, a Sasazaki lançou o novo site - www.sasazaki.com.br - e se posiciona como referência em conteúdo quando o assunto é esquadrias. Nele, buscamos facilitar a pesquisa de produtos. O objetivo é ajudar o consumidor na escolha da melhor solução, esclarecer dúvidas e facilitar a decisão de compra. No site, a Sasazaki também definiu áreas específicas para lojistas e construtoras, com conteúdos para pesquisa e manuais para download, que colaborem à melhor prestação de serviço.

Leonardo diz que a empresa quer manter um planejamento estratégico para 2018 e os próximos anos. “É um marco referencial para que a Sasazaki siga com uma visão de liderança consciente e continue sua história de sucesso. Mas, olhamos também para o dia a dia, pois temos como foco atender às necessidades e as demandas de consumidores, lojistas, arquitetos e demais especificadores. Determinação, sinergia, resiliência são palavras de ordem que temos que exercitar diariamente”, diz.



Expectativas para 2019

“Queremos que, em 2019, e nos próximos anos, a empresa continue a ser uma marca de referência e inovação no mercado da construção civil. Para isto, atuaremos sempre com respeito e ética, pois o empreendedorismo, em qualquer negócio, só se sustenta sobre estes conceitos. Uma das lições que aprendemos nestes anos de trabalho foi que a qualidade tem de estar presente em todo o processo, desde o ambiente de trabalho até o pós-venda. Por isso, buscamos filosofias e sistemas que melhorem este aspecto de forma contínua. Em agosto, lançamos o filme Omiyage, presente em agradecimento em nossas mídias sociais. Este vídeo apresenta os valores e os desafios superados pelos fundadores da empresa num formato inovador para o segmento, o branded content”, finaliza Leonardo Kozo Sasazaki.



www.radialind.br

[f /radialindustria](https://www.facebook.com/radialindustria)

[g+ /radialindustria](https://www.google.com/search?q=radialindustria)

SUA CASA COM
O NOSSO

Requinte!



Um dia na argamassa



A mais moderna fábrica de argamassa da Votorantim Cimentos vai muito bem, obrigado. Em visita monitorada para jornalistas, a unidade localizada em Cajamar, São Paulo, abriu suas portas para mostrar o processo de fabricação da argamassa Matrix, para grandes obras. “A fábrica de Cajamar ocupa uma área de 40.000 m², tem capacidade produtiva mensal de 36 toneladas e fabrica 19 tipos de Argamassas Básicas En-sacado e a Granel. Praticamente automatizada, apenas 63 funcionários cuidam da produção”, conta Adriana Celestino, gerente da Unidade. A matéria-prima, a areia, é fabricada

na unidade. Isso mesmo, fabricada! “O produto bruto, proveniente da cimenteira Larfarge, situada próxima da Votorantim, é moído até ter a textura de grãos de areia. O que garante a qualidade da matéria-prima”, informa Tiago Oliveira, coordenador de Operações de Argamassa.

O processo é muito simples. A areia é transportada para grandes silos onde são misturados cal e aditivos (o segredo guardado a sete chaves), a fim de obter a argamassa.

Atualmente, apenas parte da produção de Votomassa – argamassa para fins residenciais vendida em sacas de 5kg – é produzida em Cajamar.



Acompanhe
nossas
redes sociais

f rendicolla
@ rendicolla

UMA COMPLEXA
DE ADESIVOS
PARA DIFERENTES
NECESSIDADES

COLOU?
NÃO SOLTA MAIS!

42 3252.3051



www.rendicolla.com.br

ACQUABIOS, sucesso em 10 anos!



A Acquabios foi fundada em 2008, com o objetivo de fornecer filtros purificadores de água com qualidade, preços competitivos e segurança, proporcionando a todos bem-estar e qualidade de vida por meio da popularização do uso de filtros purificadores de água. Conta com a experiência e o pioneirismo de seu sócio, atuante no segmento desde 1994. Neste período, esteve à frente do desenvolvimento no mercado interno da tecnologia Melt Blown, anteriormente disponível apenas no exterior. Além de ser detentor de diversas patentes de produtos comercializados atualmente no mercado de filtros. Em 2011, a Acquabios certificou seus produtos junto ao INMETRO atendendo a Portaria 093 de 12/03/2007.

“Dispomos de um departamento exclusivo de engenharia para buscar desenvolver os melhores produtos além de um SAC para oferecer soluções rápidas e eficientes aos consumidores dos nossos produtos. Com muita dedicação, reconhecidos no mercado de filtros e purificadores, atualmente nossa linha está presente nos mais diversos estabelecimentos comerciais e nos principais pontos de vendas de todo o país. Atualmente, toda a gestão da empresa segue as Normas da ISO 9001:2008 e os processos de fabricação dos produtos estão de acordo com a Norma ABNT NBR 16098:2012”, comenta Ademir Rech, diretor da empresa.

Rech informa que o sócio iniciou a trajetória como empresário de sistemas para filtração de água em 1994, e desde então trabalha com o propósito de inovar e mudar a maneira de fabricar e fornecer filtros ao mercado. “Desde o início deste trabalho, o grande sonho da Acquabios era fornecer equipamentos eficientes para purificar água a uma classe social menos favorecida, àqueles que preci-

sam de água pura, mas sem condições de comprar filtros de água gelada ou consumir água mineral, envasadas em bombonas, por exemplo. Foi assim que o slogan da empresa surgiu: MAIS SAÚDE PARA VOCÊ E SUA FAMÍLIA, e, assim, uma gama de produtos domésticos de baixo custo de aquisição e manutenção, sem abrir mão da praticidade e eficiência. Até aquele momento o mercado oferecia torneiras com filtro na cor branca, e nada além disso, ou, de soluções bem simples que não agregavam nada ao décor da casa, ou ao acabamento doméstico, por isso o design foi muito bem pensado e criamos uma paleta de cores modernas para nossos produtos, marca registrada do nosso jeito de fabricar até hoje”, diz.

Em apenas 10 anos, a Acquabios atingiu a marca de mais de um milhão de itens entregues ao mercado. Rech destaca que a maneira de atuar no mercado é única, com foco em excelência no atendimento. “Nossa marca é reconhecida por beleza, design moderno e cores incríveis. Somos reconhecidos e estamos entre as empresas mais lembradas do segmento de filtração e já fomos premiados entre os melhores produtos do ano. O futuro é um cenário em elaboração, pautado na inovação, na criação de novas soluções, nos novos hábitos de consumo e no jeito de comprar dos nossos clientes. O futuro nas tendências do mercado quanto à maneira de vender é um grande desafio, pois o modo que o consumidor compra está mudando e é preciso se adequar, adaptar-se e sair na frente”, encerra Rech. Para 2019, lançará novos produtos que complementarão a linha de produtos da empresa, e novidades no que se refere à inovação. “Nosso foco está em nossos clientes”, finaliza Rech.



PRIMA
touch
TEMPERATURA
CERTA NA PONTA
DOS DEDOS

2
em
1

Possibilidade
de instalação
em bancada
ou parede



Bica Giratória
Praticidade e
facilidade
na utilização



Tecnologia Touch
Água na temperatura
certa com um toque



Facilidade
na instalação
e troca da resistência

ANEL LUMINOSO COMO
INDICATIVO DE TEMPERATURA

LED

Zagonel
Tecnologia eficiente



LOJA DE GUARULHOS É MODERNIZADA

A Norte Tem, tradicional loja de Guarulhos, na Grande São Paulo, rejuveneceu. E ganhou nova paginação, realizada pela Candossim e Cabana Arquitetos Associados. A proposta foi realizar uma reforma com o que há de mais moderno e conceitual em arquitetura para o segmento comercial. Partindo da necessidade dos sócios da Norte Tem, em adequar o negócio a atual realidade e perfil dos seus clientes, os profissionais desenvolveram trabalho de consultoria que também abrangeu o atendimento técnico especializado com indicações para a contratação de novos colaboradores, além de reforma nos escritórios que são utilizados no atendimento de profissionais especializados e construtoras.

“A participação da Candossim e Cabana foi muito importante, pois fez concretizar um projeto que estava na mente de um dos sócios há uns três anos. Tínhamos interesse em trabalhar com o escritório de arquitetura devido a experiência e referência no mercado. Pudemos alinhar grandes ideias com a Margaret e o Celso, durante todo o processo para realizar um projeto funcional, adequado ao melhor atendimento dos nossos clientes, fornecedores e parceiros. As mudanças e estratégias irão, com certeza, nos ajudar a potencializar nossas vendas”, comenta Fabrício Falcão, sócio da Norte Tem. A Norte Tem possui cerca de 100m² e o trabalho da Candossim e Cabana foi desenvolvido com foco para otimizar ao máximo a exposição dos produtos com um portfólio para atender as necessidades dos clientes.

O mix de produtos é composto por mais de 5 mil itens, em parceria com grandes marcas, que possibilitam a construção de um imóvel, desde o alicerce até o acabamento, ou seja, desde material básico, ferragens, hidráulica, elétrica a revestimentos, pinturas, louças, metais, além de ferramentas diversas.

NOVA REALIDADE DO CONSUMIDOR

A Norte Tem cresceu com o distrito onde está instalada, na rua Gopouva, desde sua inauguração, há 30 anos, quando ainda não havia muitos imóveis e construções no local. Com isso, a loja foi responsável e é reconhecida por contribuir para a formação do bairro, pois era a única a fornecer materiais básicos para que os futuros moradores pudessem construir suas casas. Atualmente, o perfil, assim como as exigências dos clientes já são outros, o que fez os donos investirem no know how dos profissionais da Candossim e Cabana na criação de novo conceito com aumento de oferta e variedade de produtos e ambiente mais convidativo. “Hoje, o consumidor desse segmento busca por diversidade de materiais e acabamentos, itens para pequenas reformas, pintura, decoração etc. Por esse motivo, nós decidimos investir e criar um novo formato em ambiente mais aconchegante e isso só foi possível com a consultoria da Candossim e Cabana, sempre muito atualizados nas tendências para o varejo. Nosso plano é abrir mais duas lojas até 2020 e a matriz foi reformada para ser modelo de identidade”, reforça Falcão.



TEMPLO
DISTRIBUIDORA DE MATERIAIS ELÉTRICOS

**A MELHOR OPÇÃO PARA ABASTECER
O SEU NEGÓCIO**



**ATENDIMENTO
PERSONALIZADO**
Com consultores de vendas
especializados.



**PRODUTOS DE
QUALIDADE**
Trabalhamos com as principais
marcas de elétrica do mercado.



**MELHORES CONDIÇÕES
E PREÇOS!**
Flexibilidade na negociação.



**VENDA
FRACIONADA**
Compre exatamente
a necessidade da sua loja.



**ENTREGA RÁPIDA
EM ATÉ 24HS**
Para Capital e Grande SP

Nossos Parceiros

legrand

**Schneider
Electric**

bticino

IRIEL

OUR LUX

MEG

hydra

SIEMENS

HDL

LIGUE: +55 11 3641-0707

Rua Waltrudes Correa, 390 - Pq. São Domingos - São Paulo



CLIQUE AQUI



CANTINHO ESPECIAL

O site da Brasilit é pensado, única e exclusivamente, para que os seus clientes encontrem todas as informações necessárias em um único lugar, de maneira prática e rápida. E, agora, deram um up grade no cantinho online, recheando o espaço com muitas novidades.

A página traz vários recursos que vão ajudar e tirar dúvidas para a obra. Entre eles, está o Guia Fácil. Essa ferramenta permite acessar rapidamente os arquivos de instalação e conteúdos exclusivos de todos os produtos. Basta selecionar os arquivos que quer enviar, indicar quem irá recebê-los e, pronto. Basta entrar no site, que você terá tudo organizado online e, o melhor, pronto para download ou compartilhamento.

E, para aqueles que sempre estão em dúvida da quantidade certa de produto sua obra precisa, é possível usar também o Cálcula Fácil. Nele é possível saber, exatamente, qual a metragem correta de material que precisa, evitando desperdício e aquele incomodo de ter que guardar resto de obra em sua casa. As novidades não param por aí. Pensando, também, nos arquitetos, engenheiros e projetistas que desejam mais facilidade na hora de planejar as suas obras, foi criada a Biblioteca BIM, recurso que permite a visualização do ciclo de vida de uma obra em sua totalidade, desde os estudos de viabilidade até a eventual demolição.

LANÇAMENTO **KOMEKO**

AQUECEDORES À GÁS 25D/DI



Ideal para regiões quentes

pois funciona a partir de 30°C. Dessa forma, a água fica com uma temperatura agradável e proporciona economia de energia, já que não é necessário misturar água quente e fria na hora do banho.



GARANTIA
contra defeitos
de fabricação.



ÁGUA QUENTE É **KOMEKO**

komeco.com.br





viajando pelo BRASIL

Confira as datas e os locais das principais feiras do segmento

GREENBUILDING BRASIL

Conferência Internacional e Expo 2018
De: 5 a 7 de novembro
Local: Salão Principal da FIEP, Curitiba, PR
<http://expogbcbrasil.org.br/>

M&T EXPO

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

2019

EXPO REVESTIR

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

FEICON BATIMAT

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

FEIRA CONSTRUSUL

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

CONCRETE SHOW

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

12ª INTERMACH 2019

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

ABRAFATI 2019

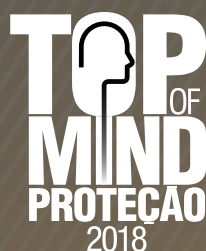
EXPOSIÇÃO INTERNACIONAL DE FORNECEDORES PARA TINTAS
De: 01 a 03 de outubro
Local: São Paulo Expo Center, SP
www.abrafati.com.br

CURITIBA VERDE

Terceiro estado brasileiro com maior número de registros de certificações, com 89 edificações, Curitiba sediará, de forma inédita, o principal evento de construção sustentável da América Latina. A 9ª Greenbuilding Brasil Conferência Internacional e Expo será realizada entre os dias 5 e 7 de novembro, no Salão Principal da Federação das Indústrias do Paraná (FIEP). O evento oferecerá conteúdo técnico de científico aos profissionais, gestores

públicos e acadêmicos de áreas como construção, arquitetura, engenharia, design, agrobusiness, sustentabilidade, habitação, planejamento urbano e outras. Serão apresentadas mais de 40 Sessões Educacionais (palestras, apresentação de trabalhos técnicos), além de workshops, eventos de networking e visitas técnicas em edifícios de destaque. Confira os principais destaques abaixo. A edição de 2018 será realizada simultaneamente a outros dois eventos, a 5ª edição do Smart Energy Paraná, voltado à eficiência energética e energias renováveis, e o ASHRAE Brasil Chapter, sobre a eficiência energética em edificações. Esses eventos têm por objetivo debater a importância da utilização de fontes renováveis de energia para o desenvolvimento, disseminar conhecimento técnico sobre o tema e promover a geração de negócios. Segundo Felipe Faria, diretor executivo do Green Building Council Brasil (GBC Brasil) e presidente do Comitê dos GBCs das Américas pelo World Green Building Council, a sinergia entre os eventos é positiva e vai agregar valor à indústria de construção. “Essa edição do Greenbuilding Brasil será marcante, uma vez que tornamos o evento itinerante e a primeira cidade será Curitiba”, afirma. Ainda de acordo com o executivo, a escolha foi referenciada pelo protagonismo da região, que lidera o percentual de projetos certificados LEED Platinum, além de ser pioneira nas certificações GBC ZERO ENERGY e GBC CASA e CONDOMÍNIO.

— 1º LUGAR —



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

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



Seja um revendedor:

faleconosco@marluvas.com.br

(32) 3693-4043

marluvas.com.br

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

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

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

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



MARLUVAS

CALÇADOS PROFISSIONAIS

A força da história.

ESPALHAR A
CONSCIENTIZAÇÃO.

*Essa é a essência
de quem está presente
em todos os cantos..*



CÂNCER DE MAMA: QUANTO ANTES DESCOBERTO, MAIS CHANCES DE SER CURADO.

A melhor maneira de vencer o 2º tipo de câncer mais comum entre as mulheres é com o diagnóstico precoce. Por isso, é muito importante fazer a mamografia de acordo com a orientação médica. Previna-se.

* Imagens meramente ilustrativas.