

ESPECIAL

ED. 351/352 | DEZ/JAN 2020 | ANO XXXII
WWW.GRUPOREVENDA.COM.BR

1
A NÚMERO
UM DO
SEGMENTO

REVENDA TAMBASA

70 Anos

A incrível história do maior atacadista de materiais de construção

TIRAGEM
DESSA EDIÇÃO
30 MIL
EXEMPLARES

**MELHOR PRODUTO DO ANO A FESTA
E MAIS: CAMINHÕES E FERRAMENTAS**





TAMBASA



UMA PARCERIA DE SUCESSO

O Grupo Tambasa leva nossos produtos aos quatro cantos do país! Procure um representante Tambasa e coloque mais lucratividade e Garra em seu negócio!

TAMBASA
ATACADISTAS

GB
ATACADISTA DISTRIBUIDOR

ARMARINHO
SANTOLINI

O BRASIL

EVOLUIR



www.garraproductos.com.br garraproductos

TAMBASA

70 ANOS DE TRADIÇÃO NO ATACADO NACIONAL.

Com certeza foram muitos desafios superados com ética, competência e muita paixão pelo trabalho. Setenta anos são 25.550 dias e comemorar essa marca não é para qualquer um. Parabéns pela conquista e que venham muitos e muitos anos pela frente.

Uma homenagem:



Nesta marca você pode confiar
www.tron.ind.br

FUNDADOR

José Wilson Vieira de Andrade
jwilson@revenda.com.br

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)

HEAD DATAMKT CONSTRUÇÃO

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

DIRETOR EDITORIAL

Roberto Ferreira (roberto@revenda.com.br)

DIRETORA COMERCIAL

Juliana Tagliapietra (juliana@revenda.com.br)

GERENTES DE CONTAS

Carla Melo (carla.melo@revenda.com.br)
Marli Moço (marli@revenda.com.br)
Regina Mallol (regina.mallol@revenda.com.br)
Solange Castilho (solange@revenda.com.br)

ADMINISTRATIVO

Mislene Fernandes (mislene@revenda.com.br)

FINANCEIRO

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

TECNOLOGIA

Carlos Contucci (carlos@revenda.com.br)

INTELIGÊNCIA DE MERCADO

Jéssica Oliveira (jessica.oliveira@revenda.com.br)

ESTAGIÁRIAS

Laís Rodrigues (lm@revenda.com.br)
Mileni Alexandre (im@revenda.com.br)
Thais Mesquita (im@revenda.com.br)
Ana Flavia Tomazela (im@revenda.com.br)
Andrea Dutra (im@revenda.com.br)

DEPARTAMENTO JURÍDICO

Dr. José Paulo Palo Prado

ASSINATURAS

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

REDAÇÃO, ADMINISTRAÇÃO E PUBLICIDADE

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

REALIZAÇÃO:

AJUCIDEIA
design

estudioduplaideiadesign.com.br

EDITORA: Alessandra Cacioli

REVISÃO: Luis Carlos Barbosa

FOTOS: Shutterstock

NOVA
REVENDA

NO RUMO II

O ano termina e, ao menos, há um norte para o Brasil. Bom ou ruim, vamos saber lá na frente.

O que importa é a volta da confiança do empresário brasileiro. O segmento da construção civil foi um dos mais afetados pela instabilidade política dos últimos dois anos, quando cessaram os investimentos, os lançamentos de imóveis residenciais e as obras de infraestrutura, os grandes consumidores de mão de obra, ou seja: geradores de emprego.

O nível de desemprego vem caindo, mês a mês, em 2018. Claro que ainda estamos longe dos bons tempos de economia pujante, forte, otimista. Mas, aos poucos, o bonde vai voltando aos trilhos e, ao que tudo indica, vem uma longa reta pela frente. E nem precisa de túnel para ver que há luz adiante.

O segmento de materiais de construção sobreviveu, nos últimos dois anos, graças às mais de 130 mil lojas espalhadas pelo Brasil. O consumidor visitou, e comprou, como nunca. Afinal, melhor esperar o aquecimento da economia, ou o título de campeão do seu time de futebol do coração, sentado num sofá na sala com nova pintura, com telhado reformado e portas e janelas que funcionam. Também os atacadistas distribuidores de materiais de construção contribuíram para a melhora. Levaram, para muitos lugares inimagináveis por grande parte da indústria, seus produtos.

Mais um ano se passou e este texto, publicado na edição 339/janeiro de 2019 se mantém atual em janeiro de 2020.

Nosso país não mudou nada em um ano?

Com exceção do segmento de materiais de construção, nossa expertise, que apresentou bons números ao longo do ano, injetando ânimo no empresariado, praticamente nada mudou (também tivemos a tão esperada aprovação da reforma da Previdência). Tá certo, Lula saiu da prisão, condenados em segunda instância já podem recorrer, recorrer, recorrer... E nada acontece (para os que não têm medida de prisão preventiva, é bom esclarecer).

E, assim, vamos vivendo em um mundo de ilusões, de esperança e, o que é pior, sem perspectiva de melhora.

Mais um ano se passou e continuam os corvos de plantão dizendo que a mídia impressa vai acabar. Que agora o mundo é dominado pelos *influencers* digitais, os blogueiros, os internéticos. Claro que houve um aumento do número de brasileiros conectados, inclusive em nosso segmento, que estão utilizando as mídias digitais para melhorar o desempenho do seu negócio. Mas, recente pesquisa realizado pelo **Grupo Revenda**, com lojistas de bairro nas regiões Sul, Sudeste, Centro-Oeste e Nordeste, apontou que o velho e bom papel (panfleto) e o carro de som, continuam tendo a preferência em várias regiões.

Até quando? Não sabemos. Mas em um universo de mais de 130 mil lojas de materiais de construção espalhadas pelo Brasil, e que responderam por mais de 130 bilhões de reais de faturamento, as redes sociais ainda continuam sendo o velho e bom boca a boca.

Bom ano

Boa leitura

Roberto Ferreira

Mês/Tiragem	Revenda	Anamaco
Maio	15 mil	8 mil
Junho	15 mil	8 mil
Julho	15 mil	10 mil
Agosto	15 mil	10 mil
Setembro	15 mil	10 mil
Outubro	15 mil	?
Novembro	15 mil	?

Revenda

EDIÇÃO 351/352 | DEZ/JAN2020 | ANO XXXI



Foto: Divulgação



8

ENTREVISTA TIGRE

Otto von Sothen fala dos investimentos e planos da empresa



20

ESPECIAL TAMBASA 70 ANOS

A história do maior atacadista do Brasil contada em detalhes



68

CAMINHÕES

As novidades que rodam nas cidades e estradas

MELHOR PRODUTO DO ANO

A festa de premiação do 23º Melhor Produto do Ano

84



108

FERRAMENTAS

Produtos que não podem faltar nas lojas



120

FIXAÇÃO

As novidades são muitas. Confira!



124

FITAS ADESIVAS

Cada vez mais práticas

PRODUTO **JIMO** QUALIDADE COMPROVADA



FOI DADA A LARGADA

TOP OF MIND

Revenda Construção

A votação para o **Top Of Mind Revenda Construção 2019** começou no dia 7 de janeiro de 2020 e se estenderá até o dia 19 de fevereiro. Serão 32 dias úteis para que as pesquisadoras do **Grupo Revenda** possam realizar estimadas 100 entrevistas por dia para obter o resultado final dos mais votados pelos revendedores de todo o Brasil.

Esta edição do Top Of Mind Revenda Construção terá 77 categorias divididas em 10 segmentos, a saber: Material de Acabamento, Itens para Banheiro, Itens para Cozinha, Esquadrias e Ferragens, Ferramentas, Material Hidráulico, Material Básico, Material Elétrico e Tintas e Acessórios. Atacadistas e Veículos de Carga estão no segmento Especiais.

O resultado final será divulgado na edição 357/junho, da revista **Revenda Construção**.

Lembrando que o **Top Of Mind Revenda Construção** é uma pesquisa de lembrança da marca.



ELETROSSERRAS

Fácil manuseio, segurança, ergonomia e máximo desempenho para o corte de lenha, galhos e podas em geral!

LANÇAMENTOS



EAV 1600



Trava do gatilho

Freio de segurança/guarda de proteção



FREIO AUTOMÁTICO

Mais segurança em caso de rebote



EAV 2000

Reservatório com visor do nível do óleo

Pino pega-corrente:
Maior segurança para o operador



AJUSTE FÁCIL

de tensão da corrente

Assista aos vídeos e siga a VONDER nas redes sociais!



@vonderferramentas



Conheça também os novos Podadores de Galhos, Aparadores de Cerca Viva e Trituradores Forrageiros!

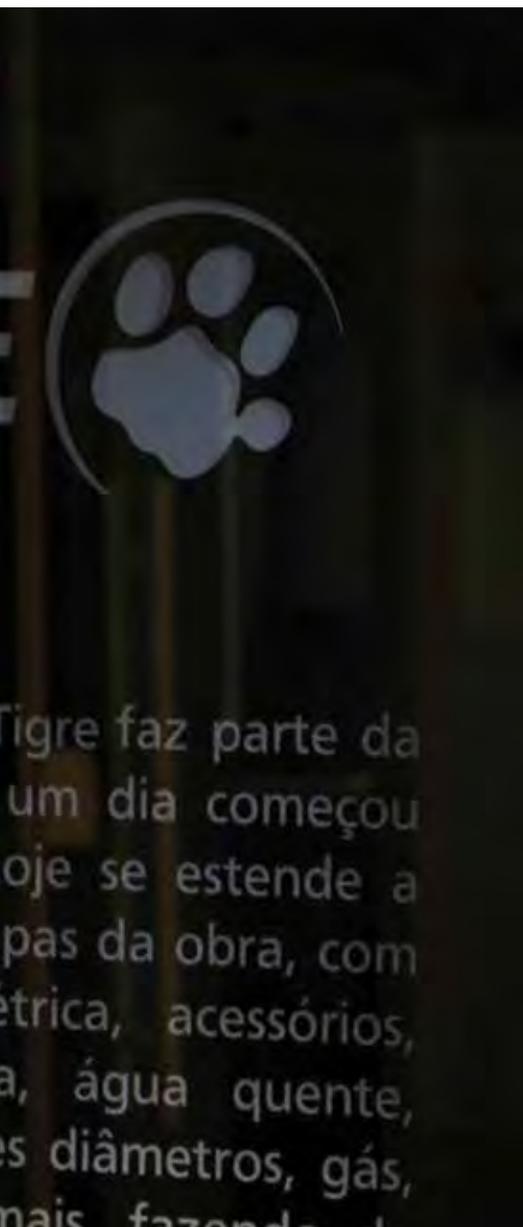
É bom trabalhar com

vonder®

Com os equipamentos certos, o trabalho tem muito mais energia! A escolha é sua e a qualidade é VONDER!



“O PROBLEMA É O
GIGANTISMO
DO ESTADO”



Alguém genial construiu este *case* de sucesso. Infelizmente, não fui eu...”

Assim começa a entrevista com Otto von Sothen, CEO do Grupo Tigre há pouco mais de seis anos. Bastante informal, o executivo de 57 anos, nascido no Rio de Janeiro, mas criado no mundo até os 14 anos, quando acompanhou o pai, diplomata de carreira alemão, por diversos países.

“Aprendi a falar espanhol e alemão muito antes do português, que praticava em casa com a minha mãe, mas não sabia escrever”. Casado há 30 anos (“com a mesma mulher”, frisa), tem dois filhos - o filho trabalha com energia solar e a filha é estilista de moda.

Otto von Sothen chegou à companhia ainda sob os ventos favoráveis do crescimento da economia, que, em 2013, seu primeiro ano no grupo, cresceu 2,3%. Mas a partir de 2015, com o PIB despencando, teve de buscar outras alternativas para não deixar a empresa ser abalada pela crise. Com a entrada em novos negócios, a Tigre reduziu os efeitos de uma economia em declínio. Em 2 anos, a empresa conseguiu com que 15% de sua receita viessem de produtos que não faziam parte do portfólio.

Otto é graduado em Economia pela Universidade Federal do Rio de Janeiro e tem MBA pela J. L. Kellogg Graduate School of Management de Evanston (IL). Antes da Tigre, presidiu a Diageo, a maior empresa de bebidas destiladas do mundo por dois anos. Foi ainda presidente da PepsiCo Alimentos, no Brasil e no exterior.

Nesta entrevista exclusiva para a revista **Revenda Construção**, Otto von Sothen fala do mercado, novos produtos, desafios e da importância da marca Tigre no mundo dos materiais de construção.

■ **Revenda Construção – Por que a Tigre?**

Otto Von Shoten – Vim de um segmento que não tem nenhuma relação com materiais de construção e até hoje, confesso, não é a minha zona de conforto.

Vim para a Tigre por 3 razões: a primeira foi a possibilidade de fazer a diferença. É

uma empresa maravilhosa, onde se pode aprender processos, implantar novos negócios e, isso me chamou a atenção, a possibilidade de liderar por meio das pessoas, não usando-as.

A segunda foi a força da marca. Não é apenas a marca com mais força em tubos e conexões do mercado da construção civil. É uma marca de maior *recall* da construção civil. Qualquer que seja o segmento para o qual você olhe, ela está presente.

Terceira: a cereja do bolo é o perfil da família fundadora, da qual você não escuta falar, não aparece na mídia, que tem uma história de vida fantástica como empreendedora. Gente como a gente. E a oportunidade de trabalhar com acionistas em uma empresa com capital fechado foi outro motivador, uma nova experiência com Conselho de Administração. E uma grande diferença: não tinha mais Nova Iorque ou Londres de onde o dinheiro vinha... Tem que gerar aqui mesmo.

■ **Revenda Construção – Mas não chegou em um bom momento de mercado, certo?**

Cheguei num momento bem difícil, foi no pior momento possível. Mas desafios foram feitos para serem superados.

■ **Revenda Construção – Qual foi a maior dificuldade que encontrou?**

Todo modelo de sucesso tem prazo para expirar porque o mundo, hoje, muda com uma velocidade sem precedentes. Se você não se atualiza, em dois anos estará totalmente fora do contexto. Mudam os hábitos do consumidor, etc. A receita do bolo da Tigre foi maravilhosa, mas permitiu, através de um preço *premium*, criar um guarda-chuva que possibilita a entrada de outros competidores do mercado com preço mais competitivo. Quando você pergunta para o consumidor sobre a imagem de marca, a palavra que primeiro vem à mente é “qualidade”, “não vai dar problema”, “posso esquecer”. O grande desafio da nossa engenharia é fazer produtos de qualidade. O segundo é certificar e procurar estabelecer normas para os segmentos,



“Quando você pergunta para o consumidor sobre a imagem de marca, a palavra que primeiro vem à mente é “qualidade”, “não vai dar problema”, “posso esquecer”. O grande desafio da nossa engenharia é fazer produtos de qualidade. O segundo é certificar e procurar estabelecer normas para os segmentos, isso impede a entrada de aventureiros no negócio, produtos fora de norma e gerar problemas para o consumidor. O terceiro é a capacitação dos encanadores, para nós o público mais importante. É o cara que define o jogo e escolhe qual vai ser o produto a ser utilizado na obra.”

OTTO VON SHOTEN,
CEO do Grupo TIGRE

isso impede a entrada de aventureiros no negócio, produtos fora de norma e gerar problemas para o consumidor. O terceiro é a capacitação dos encanadores, para nós o público mais importante. É o cara que define o jogo e escolhe qual vai ser o produto a ser utilizado na obra, pois o consumidor não tem a menor ideia do que utilizar e nós capacitamos de 80 a 100 mil profissionais por ano, muitos à distância e muitos deles dentro dos nossos clientes. E, por último, a comunicação direta com o consumidor final. Construir uma marca de um produto que ninguém vê, que está dentro da parede. O consumidor conhece o produto pelo nome, mas não o vê. Enfim, gerou uma oportunidade de arbitragem quando você tem um preço muito elevado e qualidade. Na minha visão, a Tigre se acomodou um pouco neste sucesso.

■ Revenda Construção – Quanto maior a empresa, mais dificuldade para se locomover?

Outros entrantes foram ganhando parti-

cipação no mercado, principalmente nos anos de ouro, de 2008 a 2013. Em 2014, vem o segundo evento importante, que eu chamo de “crise Dilma”, que, basicamente, gerou o caos de desemprego que persiste até hoje. Cheguei em setembro de 2013 e o Felipe Hansen, que é o presidente do Conselho, assumiu em março de 2014 e começamos a alinhar planos de retomada de mercado. O segundo ponto é que você começa a guerra de preços, que não era um fator importante, até então, e que passa a ser quase que determinante no mercado.

■ Revenda Construção – E como agir na crise em uma empresa tão enraizada, com forte imagem no mercado?

Primeiro, ficou muito claro, para mim, que o consumidor, quando experimenta pela primeira vez o produto pelo qual pagou barato, por ser sensível a preço, dificilmente ele volta a comprá-lo. Então, isso tem consequência para estratégias futuras. Esse consumidor vai impactar nas suas futuras vendas e você não vai poder mais contar com ele.

A nossa estratégia acaba sendo a da diversificação dos negócios. Sem abandonar nossas raízes, os tubos e conexões, onde somos fortes, mas entendendo que a gente precisa diversificar, não só do ponto de vista de negócio, mas da geografia também. Esta parte já estava bastante adiantada, pois temos negócios em todos os países da América do Sul, com exceção da Venezuela, e nos Estados Unidos, onde, há alguns anos, temos fábrica de conexões e operação comercial muito forte. E, de alguma maneira, isso ajuda a dispersar o risco-país. Construímos um plano estratégico, tentando entender onde estava a força da Tigre. E sua fortaleza está em ser uma empresa que conduz água.

■ Revenda Construção – Como o consumidor enxerga a Tigre?

Nas pesquisas que fizemos com consumidores, ficou bem claro que eles entendem que a Tigre é uma empresa de condução de água e a gente pensava que era uma empresa transformadora de plástico. Era uma visão da porta para dentro, diferen-

LAVADORAS DE ALTA PRESSÃO

Praticidade, potência e economia de água, com máximo poder de limpeza em atividades domésticas, semiprofissionais ou profissionais!

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



ÁGUA PODE FALTAR. NÃO DESPERDICE.



código: 68.64.140.127

Assista aos vídeos e siga a VONDER nas redes sociais!



/vonderferramentas



Baixe um aplicativo leitor de QR CODE e assista ao vídeo das Lavadoras de Alta Pressão pelo seu smartphone!



www.vonder.com.br

Sempre utilize equipamentos de proteção individual VONDER

É bom trabalhar com

vonder®

Um trabalho bem feito começa com a seleção dos melhores equipamentos! A escolha é sua e a qualidade é VONDER!



“Nas pesquisas que fizemos com consumidores, ficou bem claro que eles entendem que a Tigre é uma empresa de condução de água e a gente pensava que era uma empresa transformadora de plástico. Era uma visão da porta para dentro, diferente daquela do consumidor. Isso deu um estalo, o famoso “ahá!”. Refletimos sobre este entendimento e criamos alguns eixos estratégicos. ”

**OTTO VON SHOTEN,
CEO do Grupo TIGRE**

te daquela do consumidor. Isso deu um estalo, o famoso “ahá!”. Refletimos sobre este entendimento e criamos alguns eixos estratégicos. O primeiro foi a condução de água, o DNA da Tigre. Identificamos outros que impactam o nosso negócio, que chamamos de conforto e estética: o consumidor quer, cada vez mais, receber as pessoas em casa e, por isso, torná-la mais aconchegante - por diversas razões, mas podemos listar a questão da segurança, além de estar cada vez mais caro sair. E isso afetou as empresas de materiais de construção. Outro eixo foi a industrialização da construção, pensando em como você traz produtividade para o canteiro de obras, facilitando a vida da construtora, entregando coisas semi-prontas.

Procuramos trabalhar nestas frentes. Na condução de água, fizemos uma aposta comprando o controle de uma pequena companhia, uma *startup*, de Indaiatuba, interior de São Paulo, com soluções de tratamento de esgoto. Com isso, levamos a condução para um passo além. São quatro rapazes que fundaram uma empresa, mas vimos nela uma oportunidade de negócio gigantesca. Em termos de saneamento

ainda estamos no século 19. Infelizmente, 96% do saneamento no Brasil é operado por empresas estatais e não há dinheiro para fazer investimentos então continuamos vivendo este filme de terror, em que a população não tem acesso a esgoto tratado, o que é uma vergonha.

■ **Revenda Construção – Então, saneamento é um campo ainda com muito potencial para os fabricantes?**

Um dos negócios no qual entramos foi o de estações de tratamento de água e esgoto, com a construção, aluguel e venda, para os segmentos da indústria, condomínios verticais e *shoppings* e para o segmento residencial. Água é, paradoxalmente, um bem renovável, mas escasso – e há uma perda que chega a mais de 30%! Veja o caso de Santa Catarina, por exemplo, onde 90% da população ainda utiliza fossa! Estado, teoricamente, desenvolvido, onde estão localizadas as maiores indústrias de tubos e conexões, um contrasenso. No Morumbi, bairro de São Paulo onde, inclusive está o Palácio do Governo do Estado, a maioria dos mo-

radores, da classe A, ainda utiliza fossa.

Esta empresa, para nós, personifica o que queremos. Trata-se de uma estação de purificação da água descartada que pode voltar ao reuso, imprópria apenas para o consumo potável - tanto que colocamos um corante para destacar. É um negócio que cresce esponencialmente, em cima de uma base pequena, e tem segmentos importantes: industrial, que visa tratar a água descartada pelas indústrias; comercial, para condomínios verticais com muitas unidades; e o terceiro, aquele que eu vejo como o grande negócio, que é o residencial, não regulamentado, mas onde está o maior potencial. Temos uma solução, chamada *home fun*, para uso familiar, e acreditamos que possa chegar ao varejo de matcom custando entre R\$ 3.000,00 e R\$ 3.500,00. Estamos testando com operadoras privadas de saneamento para, em breve, colocar no mercado.

■ **Revenda Construção – Como se tornar conhecido em um segmento novo?**

Contamos com nossa força ativa de vendas, mas também tem o boca a boca. Nosso sistema funciona por meio de um proces-

QUEM COMPARA
QUALIDADE
**SEMPRE PEDE
LAMESA.**



MAIS SEGURANÇA
E TRANQUILIDADE
PARA SUA OBRA

LAMESA
CABOS ELÉTRICOS

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

so biológico, que traz toda a água descartada para um contêiner, faz o tratamento com bactérias e a água volta para a indústria, reduzindo a captação de água nova em 30%. Recuperamos dois terços da água descartada em indústrias e *shoppings*. Ainda é um negócio pequeno, mas os números desse segmento têm triplicado a cada ano. Nenhum outro produto tem essa taxa de crescimento no nosso portfólio.

■ **Revenda Construção – E ser uma empresa inovadora aos 80 anos?**

Basicamente, somos abertos aos estímulos externos e estimulamos o empreendedorismo dentro da companhia. Quando olhamos para a Tigre, vimos que as possibilidades poderiam ir muito além dos tubos e conexões e materiais de construção. Era como se tivéssemos uma Ferrari na garagem e não a usássemos.

■ **Revenda Construção – A sinergia com outros negócios do grupo deverá ajudar nas vendas da Tigre Metais?**

Sim, hoje temos cerca de 10 mil clientes atendidos diretamente. Eles já compram Tigre, então o potencial é grande também para as compras da Tigre Metais. Por sinal, quando decidimos entrar nesse segmento, fizemos uma pesquisa com os consumidores e vieram três tipos de respostas. Uns disseram que fazia sentido, pois a Tigre já conduzia água e, nesse caso, conduziria da parede para fora. Outros afirmaram que já tinham visto a Tigre Metais, só que a marca ainda não existia. No terceiro grupo estavam as respostas mais engraçadas: “Vocês estão esperando o quê? Até pra mim, que sou leigo, faz sentido, por que não pensaram nisso antes?”. Quase uma bronca.

Entendemos qual era a fórmula e adquirimos a Fabrimar, uma ação mais rápida, pois construir do zero uma fábrica de metais representava um risco muito grande. É um negócio que tem uma nova dimensão e estamos mexendo com *design*, um tema muito mais subjetivo e que não estava em nosso DNA. Nosso engenheiro pensa na funcionalidade, no desempenho

do produto. Fabrimar é uma marca muito tradicional, com forte atuação no Rio de Janeiro, onde 6 em cada 10 metais são Fabrimar. E se encaixa tanto em nosso negócio de condução de água quanto no conforto estético. Para nós, é um jogo novo e ainda estamos aprendendo. 70% a 75% da fabricação dos nossos metais ainda está no Rio de Janeiro, em outros mercados vendemos com a marca Tigre. Para acelerar a expansão, fazemos uso da força da marca, e o consumidor transfere essa fortaleza dos tubos e conexões para os metais.

“Fabrimar é uma marca muito tradicional, com forte atuação no Rio de Janeiro, onde 6 em cada 10 metais são Fabrimar. E se encaixa tanto em nosso negócio de condução de água quanto no conforto estético. Para nós, é um jogo novo e ainda estamos aprendendo. 70% a 75% da fabricação dos nossos metais ainda está no Rio de Janeiro, em outros mercados vendemos com a marca Tigre.”

**OTTO VON SHOTEN,
CEO do Grupo TIGRE**

■ **Revenda Construção – Qual é o posicionamento que a empresa quer para Tigre Metais?**

O posicionamento em que estamos trabalhando é o da escolha inteligente. Vai ter as mesmas qualidades do líder, ou líderes de mercado, com preço melhor. Não temos a pretensão de ter um produto para o público classe AA, nem colocar em butiques de banho. Por enquanto, vamos atender ao segmento A e AB, mas acreditamos na força da marca, que vai provocar muita experimentação por parte dos consumidores. Por fim, temos a capilarização para expandir a marca. Ainda temos capacidade ociosa, no futuro vamos ver como fica, mas claramente vai haver necessidade de expansão. Abrimos um escritório na China, há 3 anos, que representa cerca de 5% de todo o nosso

faturamento, trazendo produtos fabricados lá. A China tem absolutamente tudo, desde produtos de altíssima qualidade e luxo até o mais popular. Os grandes *players* europeus do segmento de metais também têm produtos feitos na China e muitos dos lançamentos feitos este ano foram trazidos de lá. Utilizamos o escritório chefiado por uma pessoa que atuou muitos anos em nossa área de Pesquisa & Desenvolvimento para atestar a qualidade dos produtos.

■ **Revenda Construção – Vocês estão incomodando?**

Não, imagina, seria muita pretensão. Acho, sim, que a Tigre tem uma grande oportunidade de crescimento, porque, 70% do nosso negócio ainda é no Rio de Janeiro e o potencial é muito grande. E o Rio de Janeiro passa por uma situação dramática de falta de crescimento nos últimos anos em nosso segmento. O médio varejo tem de 3 a 5 marcas de metais em estoque e o investimento destes comerciantes não é pequeno, então são discussões que ainda precisam amadurecer. Chegamos em mais de 40 mil pontos de venda, então...

■ **Revenda Construção – A Claris representa um mercado totalmente diferente para a Tigre?**

Qual é o problema de Claris? Foi o nosso posicionamento. Os principais responsáveis pela não performance da Claris fomos nós mesmos. Porque a Claris não faz uso dos dois principais ativos de que dispomos: a marca e os principais canais. Já começou torto. E aí focamos na classe A, de produtos sob medida, apostando no fato de termos um produto superior ao dos concorrentes de alumínio e ferro, muito utilizado em países de primeiro mundo. Só que aqui o preço é mais alto para um nicho de mercado classe A e, vendendo por meio de revendas exclusivas e butiques, estamos falando de 70 revendas. Então, quando entramos em uma crise como o Brasil entrou, acontece o que aconteceu. Podemos virar a chave? Podemos. Podemos virar o jogo? Podemos. Podemos massi-

Há mais de 20 anos proporcionando
variedade, praticidade e qualidade.



BRASFORT®



BRASFORT_BRASIL



BRASFORTFERRAMENTAS

www.brasfort.net.br



“Os principais responsáveis pela não performance da Claris fomos nós mesmos. Porque a Claris não faz uso dos dois principais ativos de que dispomos: a marca e os principais canais. Já começou torto. E aí focamos na classe A, de produtos sob medida, apostando no fato de termos um produto superior ao dos concorrentes de alumínio e ferro, muito utilizado em países de primeiro mundo. Só que aqui o preço é mais alto para um nicho de mercado classe A e, vendendo por meio de revendas exclusivas e butiques, estamos falando de 70 revendas..”

OTTO VON SHOTEN,
CEO do Grupo TIGRE

ficar? Podemos. Podemos colocar a marca Tigre? Claro que podemos. Tudo isso pode ser feito, a questão é que, no final, se resume a decisões de investimento e outras escolhas, mas, no momento, isto não está no topo da lista. Teríamos que investir muito, mas não é o momento. A nossa aposta está na condução de água. Então, é uma escolha consciente, não é uma prioridade. Não está em nosso Top 3 para investimentos.

■ **Revenda Construção – Quais são os top 3?**

Nesse momento, tubos e conexões continuam sendo, claro, um segmento muito importante; metais também é estratégico; e o das estações de tratamento, que tem o maior potencial de crescimento.

Também entramos forte no segmento de acessórios e de torneira de ABS, que está com desempenho muito bom, com mais de 2 milhões de unidades vendidas - já somos o número 2 deste mercado, um negócio que cresce rapidamente. Quando decidimos colocar foco, o negócio vai muito bem. E estamos bem.

■ **Revenda Construção – O segmento de ferramentas para pintura tende a crescer? Representa quanto no grupo?**

É um negócio que não era o nosso foco até recentemente, que não estava sendo muito trabalhado e retomamos de maneira importante e temos tido um crescimento grande, basicamente apostando em distribuição. Tinha uma força de vendas

separada, mas hoje em dia é o vendedor Tigre que vende, também, Ferramentas. O faturamento quase que dobrou nos últimos anos. Temos um concorrente de peso, muito competente e pelo qual temos muito respeito, mas estamos na briga, com portfólio completo, sem queima de preço, o que é bom para o varejo, ao contrário de tubos e conexões, onde, às vezes, a queima de preços acontece.

■ **Revenda Construção – Como é estar atrelado aos mercados de água e saneamento em um país onde a escassez de água é cada vez mais preocupante e o saneamento ainda é para poucos?**

Dar às pessoas um propósito para estarem na empresa. Muitas focam na necessidade de retorno sem se preocupar se as pessoas estão ali por um propósito maior. No nosso caso, esse problema acaba sendo parte da solução. As pessoas sabem que estão em uma empresa que se preocupa com a conservação da água, por exemplo. Sou presidente do conselho do Instituto Trata Brasil, uma ONG que tem como propósito a universalização do saneamento básico. Essas causas estimulam a nossa inovação. Por outro lado, dão um propósito às pessoas que estão conosco.

■ **Revenda Construção – É possível ser inovador nesse mercado?**

Conseguimos desenvolver uma base universal, que possibilita ao consumidor fazer a compra sem ter de se preocupar em saber qual é a marca do registro que tem na parede de casa. Nos produtos concorrentes, você precisa de um adaptador. Nenhum outro concorrente tem. Agora, passaremos a ter a solução completa, tanto para cozinha quanto para banheiro, dentro e fora da parede. Vamos buscar a liderança. Temos a mesma base de clientes, então vai facilitar a expansão da marca.

■ **Revenda Construção – Como avalia o momento atual da nossa economia?**

Todos nós estamos cansados de crise e,

MELHOR PRODUTO DO ANO

Fita Crepe para Pintura
Imobiliária (427)



O seu reconhecimento só comprova
que a **tradição** e a **qualidade** andam juntas!

SAC ADERE
0800 701 29 03
Segunda a sexta
das 9h às 16h

f /aderefitas
@adere_fitasadativas



Escaneie o QR
Code e acesse
www.adere.com

ADERE[®]
Colou, tá colado.

100%
COM VOCE



principalmente, nós em matcom estamos há cinco anos seguidos com números negativos, diferente do PIB geral que teve dois anos ruins e agora está se mantendo, baixo ainda, é verdade, mas se mantendo.

■ **Revenda Construção – Mas o mercado de reposição está bem?**

Sim, é verdade, mas você tem dois segmentos importantes, incorporação e infraestrutura, que estão zerados. As pessoas estão cansadas de crise e tivemos uma queda de consumo muito grande. As pessoas estavam receosas de perder o emprego e botaram o pé no freio no consumo. Começo a ver uma mudança este ano, os números de desemprego começam a cair e a retomada de consumo é real. Visitei alguns clientes e eles se mostraram mais otimistas. As pessoas estão começando a separar a política do dia a dia. Começo a perceber isso. Querem, de fato, voltar a ter uma vida normal e isso movimenta o país.

■ **Revenda Construção – A Tigre faz parte da Artemisia. É movimento social para o futuro?**

É um movimento que parte dos empresários para fazer alguma coisa pelo Brasil. Se a gente for esperar ações do governo, ficaremos sentados. Não é nem porque o governo não quer. Não tem dinheiro! Quando vemos, nos noticiários, pessoas morrendo nas filas de hospitais, isso é real.

Acontece mesmo. Não tem dinheiro. Enquanto não cair a ficha de que a causa-raiz dos problemas é o gigantismo do estado que está por trás de todos os problemas... É preciso reduzir pela metade o gigantismo. É preciso reduzir as despesas obrigatórias. O que não pode é os empresários olharem para este cenário de desigualdade e não fazerem nada. Temos os nossos programas, mas a Artemisia, uma iniciativa da Gerdau que nós, a Votorantim e a Vedacit adotamos, para criar moradias dignas para os brasileiros.

■ **Revenda Construção – A Tigre poderá entrar em outros segmentos para ser a mais completa indústria da construção civil?**

Como falei, o nosso DNA é condução de água, não importa se com produtos de PVC, cobre ou outro qualquer. Isso não significa, evidentemente, que sempre seremos uma empresa de condução de água, pois temos as ferramentas para pinturas e outros, mas sem perder o foco inicial.

■ **Revenda Construção – Ainda faz parte de outros conselhos, como o Trata Brasil?**

Fui presidente, durante quatro anos, do conselho do Trata Brasil e da Abrammat. Entreguei os dois (rs). A Abrammat hoje é uma associação extremamente ativa, aparece bastante em defesa da conformidade técnica e fiscal e muito focada na indústria

4.0, muito bem recebida pelo governo em função de sua característica multissegmento. Ainda sou conselheiro da Melita e da Bauducco, empresas de consumo.

■ **Revenda Construção – Visitar as revendas é importante?**

Procuro estar nas fábricas pelo menos uma vez por ano - e são 11 fábricas no Brasil e 13 no exterior. E visito muitos clientes, de qualquer tamanho. Faço, inclusive, questão de visitar revendas que não são clientes da Tigre para entender porque não são. E, às vezes, eu consigo trazer novos clientes. O que eu tento fazer é transitar com as pessoas, independentemente do nível delas. Estive recentemente em Contagem, Minas Gerais, e fui visitar a loja GMinas, o cliente chamou o prefeito para mostrar uma placa comemorativa da minha presença. Não por minha causa, mas pela liturgia do cargo que represento. Em outro cliente, o Panorama, em Foz do Iguaçu, o dono pediu para tirar uma foto comigo. E no seu celular tinha uma foto dele com o Amauri Olsen, que foi CEO há mais de 10 anos. Em São Luís, na loja Potiguar, o dono estava muito chateado com a Tigre. O importante foi reconhecer o erro, se desculpar e não mais pisar na bola. Hoje, o Marcelo, da Potiguar, participa do nosso Conselho de Clientes. Se você não sai da casinha e não visita o mercado, não vai saber o que está acontecendo.

■ **Revenda Construção – Qual é a previsão para o segundo semestre?**

Tradicionalmente, o segundo semestre é melhor que o primeiro. Este ano não deve fugir muito disso. Independentemente de quem governe, não tem alternativa a não ser lidar com os problemas do déficit fiscal. É insustentável manter déficits de R\$ 150, 160 bilhões por ano. Não importa a ideologia, é preciso reduzir gastos, porque não tem de onde tirar. O primeiro semestre vai exigir que o governante faça algumas reformas. Mas isso não deverá ter impacto nos nossos negócios, porque os investimentos públicos, hoje, estão no fundo do poço.

PARAFUSADEIRAS A BATERIA

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

• 3 funções de operação: parafusadeira, furadeira sem impacto e furadeira com impacto

• 2 velocidades

• Regulagem para 18 posições de torque

• Velocidade variável

• Cabo com revestimento emborrachado

• Acompanha maleta com 74 acessórios

• LED

• Indicador de carga da bateria

• Carregador bivolt automático (100 V~ - 240 V~)



PFV 074

www.vonder.com.br

Sempre utilize equipamentos VONDER de proteção individual VONDER



Assista aos vídeos e siga a VONDER nas redes sociais!



@vonderferramentas



Conheça a linha completa de Parafusadeiras a Bateria VONDER!

É bom trabalhar com


vonder®

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

TAMBASA
ATACADISTAS

70 Anos

UMA
GRANDE

FAMÍLIA





Além de toda a modernidade, agilidade e visão do futuro, a TAMBASA é uma empresa de alma familiar, alimentada por vínculos de harmonia e bem-estar comum, onde cada colaborador é visto como parte de uma grande família. Investindo na formação humana, a empresa recicla e atualiza os funcionários mais antigos, treina e prepara os novatos, acreditando, sempre, que os melhores diamantes estão dentro da própria mina.

Utilizando a filosofia empresarial de portas abertas, os gestores da TAMBASA estão sempre disponíveis a todos os colaboradores, permitindo que as ideias, os problemas



e as soluções fluam pela empresa com grande facilidade. Um modelo simples de gerenciamento, baseado na escuta, em que cada ação é executada para o benefício de todos. Este é e sempre será o nosso diferencial. Essência vitoriosa que faz de nossa empresa um dos maiores atacadistas brasileiros, sempre em crescimento. Informatização da força de venda. Os representantes têm o es-

toque na ponta dos dedos: ao buscar no *tablet* o produto, são exibidas todas as informações disponíveis: imagem, preço, condições especiais de comercialização, fornecedor, embalagem etc. O controle informatizado evita erros: em uma única ligação, o representante transfere seus pedidos, atualiza dados de produtos, clientes, pedidos atendidos, comunicações, promoções, lançamentos, limites de crédito, duplicatas etc.

HISTÓRIA



Miguel Bartolomeu começou consertando botinas nas fazendas

Em 1915, Miguel Bartolomeu, um jovem sapateiro de 20 anos, deixou sua casa, em Santana do Guaraciaba (MG), com um pé de ferro, um pedaço de couro e o sonho de vencer na vida.

Unindo criatividade a seu espírito de empreendedor, ele não abandonou a profissão que herdara do pai, fez muitas botinas por encomendas, entregando-as a cavalo de fazenda em fazenda. Passou a vender rapaduras, toucinho de porco, picolés, até dar início a um comércio de tecidos, botões e aviamentos, em 1936.

Em 1949, o Brasil vivia um momento raro de democracia após o fim do Estado Novo e a derrocada de Vargas. Em Minas Gerais, especialmente na capital, as obras, notadamente a construção civil, continuavam em expansão. O processo de industrialização ganhava espaço com o governador JK e Minas transformou-se em um importante polo de atração, tanto de pessoas do interior mineiro quanto de migrantes de outros Estados da Federação.

Neste ano, a “Tecidos e Armarinhos Miguel Bartolomeu S/A” iniciaram suas atividades no varejo. Situada em Ponte

A nossa história é parte da sua.



70 Anos
TAMBASA
ATACADISTAS®

Parabéns, Tambasa,
pelos 70 anos de juventude,
parceria, inovação e coragem
para vencer desafios.
A sua grandiosidade é
orgulho para o Brasil.



SAIBA
MAIS
SOBRE
NÓS



SAOROMAO.COM.BR

FERRAMENTAS
SAOROMÃO São Romão
Desde 1949

De Profissional para Profissional

Instalações da
Rua Peçanha



Vista aérea das
instalações iniciais
em Contagem



Nova, MG, a empresa logo passou a atuar no atacado, devido à grande demanda de produtos vindos de outros Estados. Na década de 1960 não existia a Ceasa. Os atacadistas de secos e molhados de Belo Horizonte estavam localizados, principalmente, na Rua dos Guaicurus. Já os de aviamentos, roupas e tecidos, concentravam-se na Rua dos Caetés e na Avenida Santos Dummont, sendo quase todos os negócios conduzidos por sírios, libaneses e turcos. O crescimento da capital e de seus arredores atraiu muitas empresas e fez com que novos investimentos aportassem na cidade. Em 1969, então, a Tecidos e Armarinhos Miguel Bartolomeu S/A transferiu sua matriz para Belo Horizonte, na Rua Peçanha, que mais tarde viria a receber o nome TAMBASA. Com registros e pedidos datilografados e o livro de preços

impressos no mimeógrafo, as tabelas de alterações de preços eram passadas via telefone aos representantes. As transmissões de mensagens a longas distâncias eram feitas por telex e o cadastro dos clientes era feito por meio de fichas arquivadas em fichários.

Em 1988, três anos depois, a nova sede da empresa na BR040, tomava forma. Nessa época, os pedidos de venda eram passados pelo fax, mais tarde tirados pelos *palmtops*, durante as visitas dos representantes em todos os cantos do país e, em vista da falta de internet em muitos pontos do Brasil, os pedidos eram passados por telefone. Muitas entregas eram feitas por balsas, e bicicletas, devido às dificuldades encontradas pelos motoristas em alguns trechos. A sede da TAMBASA, em Contagem, tinha 10.000m² de área construída.



**23º PRÊMIO
MELHOR
PRODUTO
DO ANO**

Obrigado pelo seu reconhecimento



ADVANCED
1º LUGAR
SEGMENTO
CHUVEIRO ELÉTRICO



LZ 1600D
1º LUGAR
SEGMENTO
SISTEMA DE
AQUECIMENTO A GÁS



ACQUA BELLA
1º LUGAR
SEGMENTO FILTRO
E PURIFICADOR DE
ÁGUA



LOREN EASY
1º LUGAR
SEGMENTO
TORNEIRA ELÉTRICA



LORENZETTI
1º LUGAR
SEGMENTO
TORNEIRA DE PLÁSTICO



LORENZETTI
1º LUGAR
SEGMENTO
TORNEIRA EM ABS



LOREN ONE C29
2º LUGAR
SEGMENTO
TORNEIRA PARA
COZINHA



LOREN FLEX
3º LUGAR
SEGMENTO
METAL SANITÁRIO



LOREN WAY
4º LUGAR
SEGMENTO
ACESSÓRIOS PARA
BANHEIRO

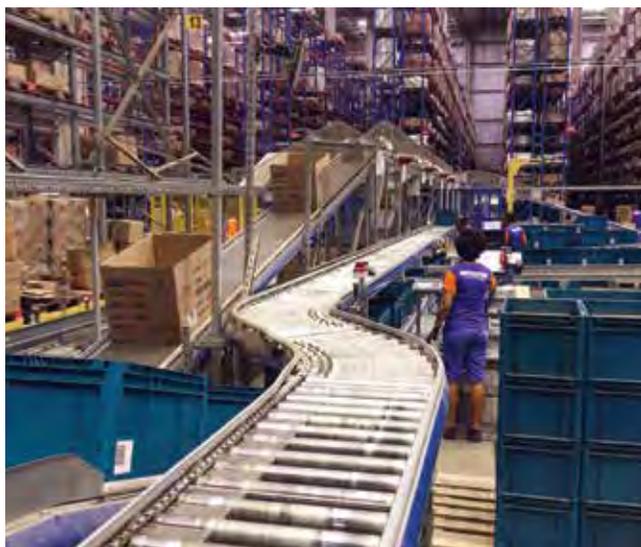


**COMBO
LOREN ONE**
4º LUGAR
SEGMENTO
LOUÇA SANITÁRIA

Como era a Tambasa em 2001 e, em 2005, com a primeira grande ampliação



Instalações atuais (ao lado) e esteira para transporte de produtos



Em 2001, os vendedores já estavam equipados com *notebooks*, o sistema de envio de pedidos era *online* e o depósito da TAMBASA contava com 20.000 m², mas o espaço ainda não era suficiente. Sendo assim, em 2005, o depósito foi ampliado para 63.000 metros quadrados.

Atacadista por vocação, a TAMBASA conquistou e ampliou seus mercados com a mesma estratégia com que se desenvolveu: prospecção permanente de novos e melhores negócios, acompanhando as flutuações e tendências do mercado, mas sem esquecer da segurança de nunca dar um passo além de seus próprios limites. Esta solidez é garantia transmitida a todos seus clientes como uma consequência direta da solidez do clã familiar.

TAMBASA
ATACADISTAS ®

DESEJAMOS AINDA MAIS SUCESSO E QUE NOSSA PARCERIA
CONTINUE SEMPRE CRESCENDO!

TAMBASA
ATACADISTAS ®

GRUPO
FOXLUX

PARABÉNS TAMBASA POR SEUS
70 ANOS!

Famastil® **FOXLUX**

GRUPO
FOXLUX

Em 2012, os representantes começaram a ter acesso ao sistema de vendas por meio dos *tablets*. No final de 2012, a TAMBASA ATACADISTAS investiu na compra de outro terreno, ao lado do já existente, de 110.000 m², onde foi construído um novo galpão, aumentando a área de estocagem em mais 27.000 metros quadrados com pé direito de 24

metros de altura, todo robotizado. Com isso, a capacidade de armazenamento dos produtos dobrou, com movimentação e armazenamento automatizada. Enfim, passa a ter 330.000m² de terreno, dois galpões um com 63.000m² e outro com 27.000m² (este robotizado), interligados por 2,5km de esteiras.

TAMBASA



Primeira loja na rua Ponte Nova

Existem empresas que resistem às crises, que superam os obstáculos do mercado, que se renovam e crescem sem sobressaltos. São empresas com raízes profundas, plantadas em solo firme, administradas com cautela e alguma ousadia. A história da TAMBASA é um desses modelos exemplares de associação de segurança e dinamismo, tradição e progresso.

Desde a sua fundação, em 1949, como uma pequena loja em Ponte Nova, Minas Gerais, a Tambasa foi marcada pelo es-

pírito da solidariedade familiar: Miguel Bartolomeu contou com o trabalho da esposa e dos filhos para fazer prosperar a, então, Sociedade Comercial Miguel Bartolomeu.

Uma empresa de alma familiar, isto é, alimentada por vínculos de harmonia e bem estar comuns, muito além da consanguinidade. Algo difícil de encontrar num mundo dividido. Este bem precioso é legado a uma segunda geração: o comando passa, agora, aos filhos, e destes, aos netos. Capitaneada por Gerson, Gilton e Gil, juntamente com as



TAMBASA
ATACADISTAS



PARABÉNS TAMBASA pelos **70 anos**

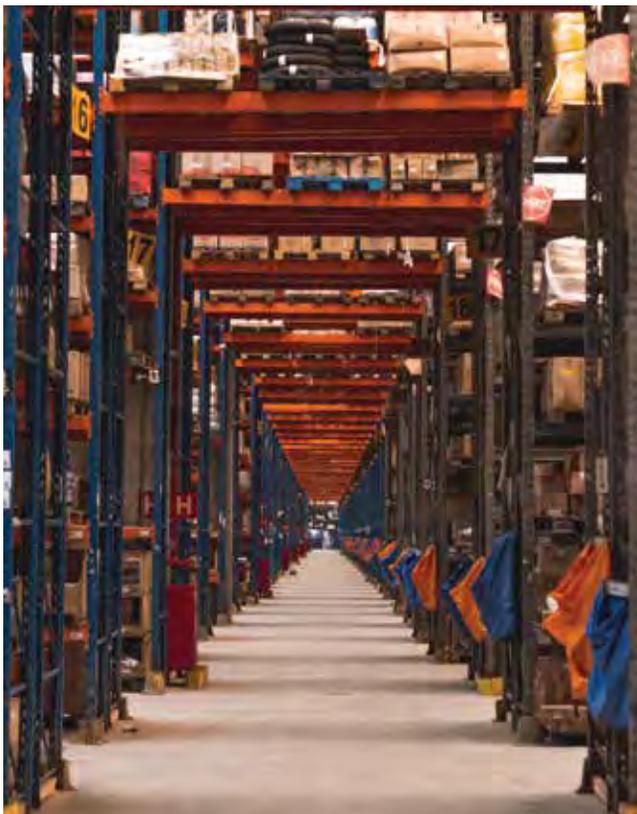
Agradecemos pela parceria
que fortalece nosso
compromisso, nossos valores
e garante o sucesso de nossa
história de **75 anos de Brasil.**

sherwin.com.br





A família Bartolomeu reunida para a foto histórica



Armazenamento de produtos

irmãs Geralda, Geni, Gessy e Gesmair, muda-se para Belo Horizonte.

A árvore se expande em seus galhos, mas o tronco já ganhou mais firmeza, e os frutos não tardam. A gestão passa para terceira geração, que é a responsável pela atual administração da empresa.

Em 2005 teve início a ampliação do galpão, totalizando 63.000 m² de área construída. Toda estrutura foi desenvolvida com um único objetivo: atender melhor o cliente. Logística de ponta, aumento da produtividade, informatização da força de venda, *Electronic Data Interchange*, *Warehouse Management System*, roteirização digital foram algumas das inovações implementadas na ampliação. Nunca se esquecendo do mais importante: gente e personalidade.

“Não se pode deixar que o tamanho da empresa a torne maior que o nosso coração. As pessoas devem ser sempre mais importantes”, destaca Alberto Azevedo.

O sucesso tem sinônimo: clientes, representantes, funcionários, fornecedores e produtos. Possuir uma equipe de colaboradores muito especial: um *blended* de profissionais do mercado e prata da casa. A empresa busca sempre descobrir diamantes dentro de sua própria mina, motivando as pessoas a se desenvolverem dentro de sua estrutura. Assim,

TAMBASA
ATACADISTAS

Mundial
Prime



A Aeroflex parabeniza a
Tambasa pelos seus

70
Anos

Que nossa parceria
permaneça e se fortaleça
por longos anos



um separador de produtos torna-se um grande gerente; um preposto assume uma área de vendas. Outros sinônimos de sucesso:

Reciclar - pessoas com mais de 20 anos de empresa continuam sempre produtivas e com ideias avançadas.

Novidade - novos funcionários são observados, assim sempre se ventila a estrutura.

Portas abertas - uma filosofia de estar disponível aos diversos níveis permite que as ideias, os problemas e suas soluções fluam pela empresa com grande velocidade.

A Tambasa atua, principalmente, em três grandes segmentos:

- DO CAMPO – 10%
- DO LAR – 30%
- DA CONSTRUÇÃO – 60%

Principais mercados geográficos: Minas Gerais (33,1%), Bahia (18,5%), São Paulo (7,78%), Rio de Janeiro (5,1%), Espírito Santo (6%), Pará (5,3%), restante nos demais estados. A empresa emprega 2.725 funcionários e 3.500 representantes comerciais autônomos.

TECNOLOGIA



Modernas instalações em um galpão com pé direito de 24 metros

O maior avanço tecnológico dos últimos 50 anos chega ao mercado atacadista brasileiro.

A TAMBASA amplia, mais uma vez, suas instalações com um galpão de 27.000 m² e pé direito de 24 metros, onde já está instalado o mais avançado sistema de automatização do processo de estocagem e separação de pedidos. Um conjunto de equipamentos totalmente informatizados compostos por robôs que permitem uma separação rápida e inteligente dos pedidos.

PARABÉNS TAMBASA PELOS SEUS 70 ANOS.

Crescemos admirando
essa história e temos orgulho
de fazer parte dela.

TAMBASA
ATACADISTAS®

stam



O sistema é composto por:

Transelevadores: responsável pelo movimento dos paletes, facilitando e agilizando a separação de produtos de alto giro. Comporta 5.000 paletes.

Miniload: sistema de movimentação em caixas plásticas que alimenta o processo de separação. O sistema é composto, inicialmente, por 135 mil caixas. Estas caixas alimentam



BAUTECH

PRODUTOS BAUTECH, COLORINDO
E IMPERMEABILIZANDO O BRASIL



A Primeira
Manta Líquida
do Brasil



BASTON

SOLUÇÕES COMPLETAS EM AEROSSOL

Gustavo Malucelli Bacila

Presidente - Baston Indústria de Aerossóis

Em nome da **Baston**, eu só posso agradecer à **Tambasa** pela confiança que deposita em nossos produtos.

A **Tambasa** é um dos nossos maiores clientes, uma empresa exemplar, dinâmica, objetiva, sincera e fácil de trabalhar. Simplesmente são importantíssimos para nós.

Tem estampada na sua cara a humildade através das atitudes e exemplos dos seus comandantes.

São justos, rigorosos nas negociações, pontuais, corretos e com isso oferecem sempre o melhor negócio aos seus clientes.

Tenho orgulho de ser fornecedor e amigo pessoal. Também procuro me espelhar nesta família vitoriosa.

Parabéns **Tambasa**, por tudo o que proporciona a nós fornecedores e a todos os seus colaboradores e clientes.



”



o sistema de *flow-rack*, no qual os colaboradores trabalham em estações *pick by light*. Este direciona os colaboradores por meio de luzes que indicam o local e a quantidade de produtos a serem separados em cada estação de trabalho.

Cuby: Equipamento mais moderno no mundo no quesito movimentação e armazenagem de

estoque, 30 robôs, um em cada andar e 2 elevadores de altíssima velocidade.

Parabéns Tambasa pelos seus 70 anos.

Desejamos sucesso, prosperidade e muitas cores a comemorar.





Com uma relação forte e duradoura,
a Atlas tem orgulho de fazer parte
da história da Tambasa.

**AGRADECEMOS
A PARCERIA
DISTRIBUINDO
NOSSOS PRODUTOS
COM EXCELÊNCIA,
ATENDENDO A
MILHARES
DE VAREJISTAS
DO BRASIL.**



Produto ao separador: outra funcionalidade do sistema é o *pick to tote*, que envia automaticamente produtos de médio giro para uma estação de trabalho na qual o colaborador separa os produtos e os coloca nas caixas dos clientes.



Esteiras: após a separação dos pedidos, as caixas são transportadas por esteiras até os boxes de expedição para serem carregados nos respectivos veículos. No total, são mais de 2,5 km de esteiras.

Tambasa, uma empresa que aprende com o passado a fazer o futuro.

Condor 90 anos
Todo cuidado para você e sua casa.

Qualidade muito **além**
das expectativas.
Vendas, também.



Os produtos Condor para pintura imobiliária são sucesso entre profissionais e lojistas. **Faça seu pedido e aproveite.**

E, se você tem CNPJ, pode comprar também em nosso e-commerce: **www.condorpinces.ind.br**

Baixe o app:
Catálogo Mundo Condor

**CADA ITEM TEM SUA IMPORTÂNCIA, MAS É COM
A UNIÃO DE TODOS QUE SE FAZ UM GRANDE CONJUNTO.**

**ASSIM COMO EM UM
AMBIENTE PERFEITAMENTE
PLANEJADO, A PARCERIA
DA CENSI COM A TAMBASA,
HARMONIZA DEDICAÇÃO,
TRABALHO E VISÃO NO
FUTURO.**

**PARABÉNS
TAMBASA
PELOS SEUS
70 ANOS
DE MUITO
SUCESSO**

 /CensiBrasil
www.censi.com.br

CENSI

Rua Bahia, 4385 - Salto Weissbach Blumenau/SC
+55 47 3331-0500 - vendas@censi.com.br



MECANISMOS INTELIGENTES DE ENTRADA
E SAÍDA DE ÁGUA PARA CAIXAS ACOPLADAS.



ENGATES E CONEXÕES PARA GÁS, ÁGUA FRIA E QUENTE.



TUBOS EXTENSÍVEIS PARA SIFÃO.



REPAROS PARA VÁLVULAS DE DESCARGA.



MVS E REPAROS PARA REGISTROS
E TORNEIRAS.



CONEXÕES, EXTENSÕES E AUMENTOS.



BONS NÚMEROS

A Tambasa está em todo território nacional. Entrega em **5.403** cidades dos **5.570** municípios brasileiros.

Por ano, seus caminhões percorrem o equivalente a **5.148** voltas em torno da Terra. Atualmente, a

TAMBASA conta com uma área de **330mil** m² quadrados: um depósito com **63mil** m² e outro, com

27mil m² de capacidade de armazenamento. Um mix de produtos de mais de **29mil** itens, **3.500**

representantes, **2.725** funcionários, **50** caminhões próprios e cerca de **9500** terceirizados, além de uma

cartela de clientes ativos em aproximadamente **199MIL**.

A **TAMBASA** possui 2 filiais no estado de Minas Gerais, uma em **Contagem**, na BR 040 – CEASA-MG, telefone: (31) 3394-0104, outra em **Montes Claros**, na Avenida Dulce Sarmento, 1592 – Vera Cruz, telefone: (38) 2104-6000, além de 19 centros de distribuição localizados em vários estados do Brasil.

Ecologicamente correta, possui ETE, estação de tratamento de esgoto onde todo esgoto produzido é tratado antes de ir para o meio ambiente .

Possui Área de Preservação Permanente (APP) em sua sede, área protegida, coberta por vegetação nativa, com a função ambiental de preservar os recursos hídricos, a paisagem, a estabilidade geológica e a biodiversidade, facilitar o fluxo gênico de fauna e flora, proteger o solo e assegurar o bem-estar das populações humanas.

Responsabilidade social: Contribui para hospitais como o do Barreiro (Hospital do Amor), Hospital da Baleia e o de Ponte Nova.

Parabéns

Tambasa pelos seus 70 anos.

Que nossa ALIANÇA se fortaleça a cada dia.



MSD SAÚDE ANIMAL
**A CIÊNCIA PARA ANIMAIS
MAIS SAUDÁVEIS**

ELEITA PELA
6ª VEZ CONSECUTIVA
A MELHOR EMPRESA PARA
SE TRABALHAR NO SETOR



0800 70 70 512
www.msd-saude-animal.com.br



O QUARTETO

FANTÁSTICO



Ivan Trivellato, Gerson Bartolomeo, Antônio Miguel Bartolomeu e Alberto Portugal Milward de Azevedo

A Tambasa é comandada por quatro primos, conhecidos como “quarteto fantástico”. Com funções bem definidas e bem afinados, eles se reúnem no início da semana para alinhar as prioridades e tomar decisões. Todos são primos, fazem parte da terceira geração do fundador

da Tambasa e respondem pelas seguintes diretorias: Alberto Portugal Milward de Azevedo, diretor de vendas e tecnologia da informação; Antônio Miguel Bartolomeu, diretor financeiro e logística externa, Gerson Bartolomeo, diretor de compras e logística interna; e Ivan Trivellato, diretor de compras.

70 ANOS
TAMBASA
PARABÉNS



Obrigado pela parceria.

TOPs D **TOPs D**
GARDEN TRADIÇÃO EM SEMENTES
SEMENTES PARA SUA VIDA

19 3514-7330 • www.agristar.com.br

CURTA NOSSAS REDES SOCIAIS AGRISTARDOBRASIL

GOZILLA

DISCO DIAMANTADO EXTRAFINO

PERFEITO PARA CORTES EM 45°
E CORTE RETO NO PORCELANATO



EXCELENTE ACABAMENTO



RESISTENTE E DURÁVEL



GOZILLA

PARABÉNS, TAMBASA!

www.gozilla.com.br | 11 2894 2300 | @11 96216 4950 | @11 96742 6461





Alberto Portugal Milward de Azevedo, diretor de vendas e tecnologia da informação.

VOANDO ALTO COM OS PÉS NO CHÃO

“Em 1990, a Tecidos e Armarinhos Miguel Bartolomeu S/A (Tambasa) faturava R\$ 33 milhões por ano. Deve encerrar 2019 com faturamento de R\$ 3,366 bilhões, valor 12,2% acima do registrado em 2018. Em 2020, estima também crescer dois dígitos.

Em 2018, a empresa faturou R\$ 3 bilhões e 1 milhão, o que representou um avanço de 12,9% frente a 2017). É um número muito fantástico e estamos muito felizes.

O desempenho positivo no faturamento é atribuído ao atendimento amplo aos clientes e à grande variedade de produtos trabalhados. Hoje, a Tambasa conta com 3,5 mil representantes comerciais que atuam em todo o País, atendendo a 199 mil clientes ativos. A empresa possui 2,7 mil funcionários e realiza cerca de 165 mil vendas mensais. Os produtos são entregues em 5.403 municípios brasileiros. Ao todo, são 19 centros avançados de distribuição.

Somos uma equipe, diretores, colaboradores e representantes. É um conjunto de ações sincronizadas na mesma direção. Para os nossos representantes, temos uma meta que é sempre desafiadora, porém exequível, e isso é motivador, poise eles sabem que cada vez mais alcançarão outro patamar. Para o cliente, a cara da empresa não são os diretores, mas o vendedor que está com ele no dia a dia e o motorista que chega com a entrega das mercadorias que ele comprou. O profissional que trabalha no faturamento sabe que um dia ele pode se tornar gerente, assim, ele se empenha. Não adianta ter uma boa estrutura, tecnologia, informação e preços bons se as pessoas não fizerem acontecer. Aqui, nós maximizamos as qualidades de cada um da nossa equipe. Não é apenas um cérebro comandando várias mãos; são diversos cérebros comandando centenas de mãos.

Conforto e
Segurança

www.pluzie.com.br

f pluzieoficial

Pluzie
Materiais Elétricos

ACABAMENTO E VERSATILIDADE
QUE TRAZEM UMA COMPOSIÇÃO HARMONIOSA

TELA DE FIBROCEM. HIDROFUGADA

www.infibra.com.br

VENDAS E SAC
sac@infibra.com.br
+55 19 3573 6400
0800 707 3420

f in infibra www.infibra.com.br

50 ANOS
INFIBRA

Soluções para o assentamento

Pisos cerâmicos e porcelanatos



  @cortagoficial
www.cortag.com.br

CORTAG
REVOLUTION TOOLS



Gerson Bartolomeo, diretor de compras e logística interna.

CRESCENDO DOIS DÍGITOS, SEMPRE.

“Na planta de Contagem, o investimento de R\$ 26 milhões em 2019 incluiu a aquisição de mais um Cuby (sendo 30 robôs, um por andar e 2 elevadores de altíssima velocidade) e a instalação de um sistema de esteiras que interliga os robôs da empresa, ampliando a velocidade de caixas de 1.250 para 5.000 caixas por hora. O equipamento é capaz de gerenciar e armazenar 10 mil novos produtos, isso vai abrir uma gama enorme para novos itens a serem trabalhados. Hoje, trabalhamos com cerca de 30 mil itens. Dos itens trabalhados, 60% são da construção civil, 30% de itens variados para o lar e 10% de artigos para o campo. A empresa busca atender a demanda total dos consumidores, por isso, trabalha com um *mix* para cada setor. Temos uma capilaridade muito importante, então, sempre estamos crescendo na ponta, no número de vendedores, no número de motoristas que fazem as entregas, investindo na logística e no número de produtos. São vetores importantes que permitem o crescimento da empresa. Colocam-se mais representantes buscando mais clientes. A empresa também investiu cerca de R\$ 2 milhões na campanha de aniversário de 70 anos. Ao todo, a Tambasa distribuiu mais de 70 prêmios a clientes e vendedores,

entre os quais 25 automóveis e 45 motos. Os vendedores receberão também 70 prêmios, dentre eles 10 carros. Além disso, a Tambasa ampliou a área de atuação do aplicativo 1.000 Obras, o app da reforma e construção, fomentando o mercado nacional da construção civil.

O 1.000 Obras é um aplicativo que conecta lojas de materiais de construção e profissionais aos consumidores finais. Com pouco mais de 1 ano do seu lançamento, possui cerca de 15.000 usuários cadastrados na plataforma que movimentou em torno de R\$ 2,5 milhões no último ano.

Para 2020, as expectativas são positivas. Além do trabalho desenvolvido, fatores como a aprovação da reforma da previdência e a queda dos juros são importantes para um cenário econômico mais favorável no País, o que pode estimular o mercado atendido pela Tambasa. A perspectiva é crescer dois dígitos no faturamento em 2020.”

PARABÉNS PARA OS 70 ANOS DO NOSSO PARCEIRO

TAMBASA
ATACADISTAS®

Agradecemos a longa parceria e parabenizamos a todos que fazem parte dessa história de muitas conquistas.

**CONTEM COM TINTAS EUCATEX
PARA COMEMORAR MUITOS
ANIVERSÁRIOS!**

www.tintaseucatex.com.br



Confie na *tradição*

Não se chega ao marco de **70 anos de história** sem muito comprometimento, transparência e confiança. Para a **Soprano** é um prazer ter um cliente que também acredita que para a existência de qualquer relação sólida, é necessário confiar.

Parabéns, Tambasa!

70 Anos
TAMBASA
ATACADISTAS®



soprano.com.br [sopranoBR](https://www.facebook.com/sopranoBR) [canalsoprano](https://www.youtube.com/canalsoprano)

[sopranobr](https://www.instagram.com/sopranobr) [Soprano](https://www.linkedin.com/Soprano)

SOPRANO
A vida é melhor para quem confia





Ivan Trivellato,
diretor de compras.

PORTAS ABERTAS

“Entra presidente e sai presidente do Brasil e estamos crescendo entre 10% e 12% todos os anos. Estamos sempre de portas abertas para os nossos clientes, representantes e fornecedores e fazemos negociações volumosas para atrasar o repasse de aumento. A empresa saudável nos permite este tipo de negociação.

A compra é sempre feita em cima do giro. Se vendemos 1.000 compramos 1.000; se compramos 10.000, temos de vender 10.000. A negociação é direta, ligou resolve na hora e isso facilita muito o relacionamento com os fornecedores. Comecei na Tambasa em 1968, tenho 51 anos de casa, e passei por todas as áreas da empresa, até fazendo limpeza de banheiro e café. Por isso, conheço a empresa de ponta a ponta. Já fui de tudo e costumo dizer que ‘se vai entrar no negocio, tem que saber tudo’.

Temos 1.800 fornecedores e trabalhamos com cerca de 30 mil itens. Nosso foco é o depósito de material de construção, cooperativas, produtos de veterinária e muita utilidade doméstica que vendemos para supermercados. O nosso sistema de tecnologia foi desenvolvido por nós mesmos, e faz reposição, giro dos produtos, cobrança. Costumo dizer que a porteira tem varetas e não podemos retirar nenhuma para não perder a força.

Meus dois filhos, Bruno e Rafael, que são a quarta geração do fundador, estão trabalhando na empresa e estão na área de compras. A satisfação de ver a empresa crescer é muito grande. Em 1983 a gente tinha uma área de 2.400 m² de depósito e começamos pelejando, com logística carente, e poucos clientes. É gratificante fazer parte da grande família Tambasa, isso vai nos motivando a fazer mais negócios, gerar mais volume de compras e vendas. Digo sempre que já inventaram a roda, então agora temos de dar velocidade à roda. O sucesso do passado não vai trazer sucesso no futuro se a gente não trabalhar para isso. Sempre aprimorando para poder fazer as tarefas rapidamente. Ainda hoje eu visito alguns clientes, em Belo Horizonte, para sentir como está o comércio e faço questão de utilizar a barbearia que temos dentro da Tambasa. É o melhor termômetro para saber como estão os nossos funcionários”.



TAMBASA E GRUPO PERLEX

Histórias de sucesso



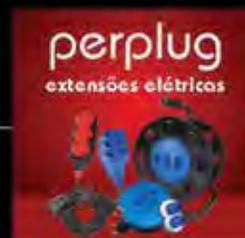
Parabenizamos nosso parceiro pelos 70 anos.

As histórias de sucesso de empresas vencedoras não acontecem por acaso.
São frutos de trabalho, perseverança, aprendizado, estudo, sacrifício e,
acima de tudo, amor pelo que está fazendo.

O Grupo Perlex, parabeniza nosso parceiro pelos 70 anos.
Chegaremos lá, com a mesma garra e determinação..

EMPRESAS DO
GRUPO PERLEX

57 Anos



Na hora da obra,
escolha qualidade.
Vá de Tambasa, vá
de Amanco Wavin.

Desde 2006, Amanco Wavin e Tambasa assumiram uma parceria que vai muito além da obra. Juntos, proporcionamos facilidade e praticidade para toda obra, e muita tranquilidade para os nossos clientes. Parabéns, Tambasa, nosso parceiro, pelos 70 anos de história. E que os próximos sejam de mais sucesso ainda.

TAMBASA
ATACADISTAS®



NICOM

"O Gigantão da Construção"



**TAMBASA
PARABÉNS!
PELOS SEUS
70 ANOS!**



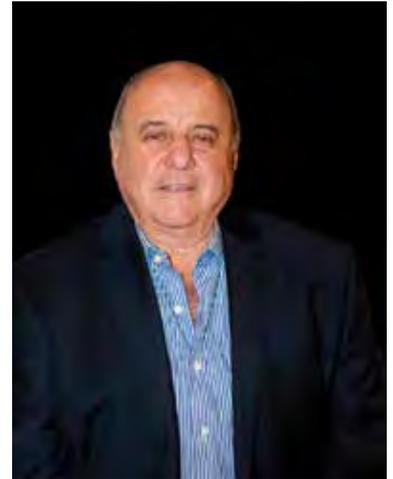
TIGRE

R. ÁTICA, 47 - VILA ALEXANDRIA, SÃO PAULO - SP, 04364-040
TELEFONE: (11) 5033-2000!

RUMO AO NORDESTE

“Estou na empresa desde 1971. Em 1981, quando assumi a área financeira da Tambasa, meu antecessor não pertencia à família e empresa era uma tomadora de recursos. Conseguimos colocar os pagamentos em dia e assim continuamos com o bom trabalho, crescendo e continuando a descontar títulos. Conversando com o Ivan, disse que deveríamos sair do banco, diminuir um pouco o estoque e a começar a trabalhar para nós, ao invés de trabalhar para os bancos. Foram meses assim, a partir de então conseguimos continuar com recursos próprios, enxugamos o estoque e os recursos começaram a sobrar. Bolamos uma estratégia de investimento próprio: todos os dias poupávamos um valor que correspondia a 5 salários. O propósito era comprar um terreno próximo do Ceasa, de 50 mil metros quadrados. No final de 1988, compramos a área e construímos um galpão de 11 mil metros quadrados, 3 mil metros quadrados de mezanino, 1500m² de administrativo e 700 metros de refeitório. Em 1991 mudamos para Contagem e, em 1996, vimos que o imóvel estava pequeno e encontramos uma área de 238 mil metros quadrados. Depois, compramos mais 107 mil metros, e mais uma área de reserva de 160 mil em que vamos construir. Agora, estamos tentando comprar outra área de 160 mil metros. Atualmente a empresa está capitalizada e trabalhamos com os pés no chão. Abrimos uma filial em Montes Claros e o nosso objetivo é abrir um grande CD no nordeste.

Emitimos 6 a 7 mil notas por dia, 26 dias por mês. Fechamos o faturamento semanal no sábado à noite e abrimos no domingo à noite. Temos 199 mil clientes ativos em todo o Brasil, emitimos 300 mil boletos por mês. Tenho três filhos trabalhando na empresa, o Gustavo, no financeiro, a Grazielli, em compras e a Grace em contas a pagar e financeiro”.



Antônio Miguel Bartolomeu,
Financeiro e Logística Externa.

É DO ANIMAR

**TÃO BOM QUANTO VER
A TAMBASA COMPLETAR
70 ANOS É PODER
PARTICIPAR DA FESTA.**

Parabéns, Tambasa, por sua história de sucesso. Que a nossa parceria seja cada vez mais forte.



ÚNICO NO BRASIL – UM DEPÓSITO ROBOTIZADO PARA OS

“FRACIONADOS”



Sistema SSI Schaefer

A Tambasa adquiriu um sistema automatizado de separação de pedidos de uma empresa alemã chamada SSI Schaefer.

Este sistema trabalha com o que há de mais moderno no mundo. Trata-se de um sistema totalmente informatizado e é composto por robôs que permitem uma separação automatizada e inteligente de pedidos.

O sistema é dividido em três subsistemas:

1 - Transelevadores (dois): Sistema que movimenta paletes, facilitando e agilizando a separação de produtos de alto giro, tem capacidade para aproximadamente 5.000 paletes.

2 - Mínload (quatro): sistema de movimentação em caixas plásticas que alimenta o processo de separação. O sistema é composto por 135 mil caixas que representam um volume referente a 22 dias de estoque. Estas caixas alimentam o



PARABÉNS
TAMBASA
PELOS 70 ANOS DE
TRADIÇÃO E BONS
NEGÓCIOS!



LIXAS TATU
TRADIÇÃO EM ABRASIVOS
K296 FERRO/AÇO TRIONITE
IRON/STEEL TRIONITE
TELA ESMERIL TRIONITE

Lixa indicada para uso em superfícies metálicas em geral, remoção de ferrugens e tintas orgânicas em metais e desbaste de massa plástica. Também recomendada para o acabamento de metais e plásticos. É indicada para uso em ferramentas metálicas em geral, remoção de ferrugens e tintas orgânicas em metais e desbaste de massa plástica.

lixastatu.com.br

f in @ /lixastatu

TRADIÇÃO EM ABRASIVOS



RADIAL

o MELHOR
CUSTO-BENEFÍCIO
DO MERCADO!



NOVIDADE!
FITA ISOLANTE
ANTI-CHAMA

- Disponível em 3 Tamanhos (5,10 e 20 M).
- Proporciona perfeita isolamento, sem riscos de choques elétricos.

CONTATO
www.radial.ind.br
sac@radial.ind.br



Esteira transportadora

sistema de flow-rack, no qual os colaboradores trabalham em estações no sistema pick to light. Este sistema funciona direcionando os colaboradores através de luzes que indicam o local e a quantidade de produtos a serem separados por estação de trabalho.

Outra funcionalidade do sistema é o pick to tote (dois) que envia automaticamente produtos de médio giro para uma estação de trabalho na qual o colaborador separa os produtos e os coloca nas caixas do cliente. Após a separação dos pedidos,

apenas 2 separadores trabalham gerando um alto nível de produtividade e assertividade.

Os tempos de separação reduzem bastante, pois, devido à alta informatização do sistema, as atividades ocorrem de forma assertiva e no tempo correto.

Alguns outros dados:

- Quantidade de itens = 14.500 SKU
- Quantidade de peças separadas por dia = 250.000
- Quantidade de linhas de pedidos dia = 60.000

as caixas são conferidas através do peso, lacradas e transportadas por esteiras até os boxes de expedição para serem carregadas nos respectivos veículos.

3- Cuby – Este equipamento possui capacidade de movimentar 600 caixas por hora, ou seja, 3 vezes mais rápido que o miniload. O Cuby da Tambasa possui 100 metros de extensão e 15 metros de altura, podendo armazenar mais de 20 mil caixas de estoque.

Esse equipamento foi planejado para atender 10 mil SKUS'S diferentes, separados no sistema PTT (PICK TO TOTE, o produto é levado ao separador), onde

PARABÉNS TAMBASA 70 ANOS

É com enorme alegria que parabenizamos a **TAMBASA**, e seu trabalho de excelência, pela grandiosa marca de 70 anos de mercado.

Que nossa parceria seja cada vez mais forte!



BLUKIT.COM.BR



/canalblukit



@canalblukit



/canalblukit

ACENDE BRASIL



ILUMI
MATERIAIS ELÉTRICOS

Há 22 anos construindo história
com o atacado brasileiro.

COMO FUNCIONA A LOGÍSTICA



Mais de 200 mil toneladas de produtos armazenados

Soluções inovadoras em equipamentos de proteção individual e segurança (EPI).



IMBAT

EQUIPAMENTOS DE PROTEÇÃO INDIVIDUAL



LUVAS
TRICOTADAS

LUVAS
TATO

LUVAS
IMPERMEÁVEIS

LUVAS
QUÍMICAS





Funcionário faz a conferência por leitura de código de barras

Mensalmente, mais de 200 mil toneladas de produtos chegam de todos os cantos do país. A conferência é feita por meio de leitura de códigos de barras dos quais os dados são lançados dentro do sistema, facilitando a distribuição e a organização de produtos dentro do depósito.

Após a transmissão do pedido de vendas para a empresa, as ordens de pedidos são distribuídas eletronicamente aos colaboradores através dos coletores onde são informados sobre a quantidade e a localização das mercadorias dentro do galpão.

Os produtos são recolhidos, separados e embalados com cuidado e eficiência e programados para as rotas mais rápidas até sua entrega. Ao serem colocados nos caminhões, os pedidos são novamente conferidos e despachados.

Todos os motoristas possuem canal aberto para comunicação com a empresa, agilizando e minimizando as dificuldades nas entregas. Através do SAM (Serviço de Atendimento ao Motorista), as dúvidas e solicitações são sanadas, mantendo sempre a empresa em contato com seus entregadores.

**PARABÉNS
TAMBASA**



brs amaral
representações

Variada linha de produtos de qualidade e com inovações nos segmentos de EPI's, construção, impermeabilização, agroindústria, e muito mais. Todas essas linhas de produtos você encontra na TAMBASA ATACADISTAS.





A Tambasa faz parte da história da Aeroflex desde o nosso início. Foi a primeira grande empresa a acreditar em nós e no, então, pouco conhecido aerossol. A Tambasa teve a visão de investir neste

segmento de produtos que, ano a ano, ganha mais espaço nas prateleiras dos materiais de construção. Isso foi importante para o mercado e, principalmente, contribuiu muito para a Aeroflex ser o que é hoje.

MARCIO MIKSZA

Diretor Comercial da Aeroflex/Mundial Prime

Nós da Amanco Wavin desejamos parabéns para a Tambasa pelos 70 anos de excelência em distribuição em todo o Brasil, uma história construída com base em uma operação sólida. Estamos muito contentes e celebramos esse momento especial junto com a Tambasa, nossa parceira desde 2006. Que os próximos sejam de mais sucesso ainda!

ADRIANO DE FREITAS
ANDRADE

Diretor Comercial
AMANCO WAVIN



Crie grandes
MOMENTOS



FICA FÁCIL



IRWIN®
É OUTRO NÍVEL™



PARA OS QUE
SEMPRE
SE MANTÊM
FIRMES



A Tambasa é um dos maiores Atacadados do Brasil. Ela tem uma grande missão de girar a economia, pois beneficia a nossa população ao gerar empregos e ao contribuir para o desenvolvimento do País. É com grande alegria e satisfação que a Papaiz ASSA ABLOY agradece a Tambasa, que deposita sua confiança

em nosso trabalho e profissionalismo. Nós nos empenhamos ao máximo para alcançar a qualidade que a Tambasa busca. Nós esperamos que a parceria seja duradoura e que nosso trabalho sempre corresponda com as expectativas da Tambasa. Mais uma vez, obrigado por nos impulsionar a sempre desempenharmos nosso melhor trabalho!

CLAUDIO PAPAIZ

Diretor de Unidade de Negócios da Papaiz



Parabenizamos o excelente trabalho desenvolvido pela Tambasa ao longo destes 70 anos junto ao varejo e mercado

de Matcon. Um parceiro deste porte exige que a indústria se aprimore e mantenha um alto nível de serviço, nos ajudando a alcançar ainda mais presença nos PDVs. A Atlas deseja vida longa e sucesso à Tambasa.

JOSÉ MARCIO ATZ
Diretor Geral da Atlas



PARABENIZAMOS A TAMBASA POR TODAS AS CONQUISTAS ALCANÇADAS AO LONGO DE SEUS 70 ANOS DE SUCESSO, SUPERANDO DESAFIOS E SOMANDO CONQUISTAS. A GAMMA TEM ORGULHO E SATISFAÇÃO DE TÊ-LOS COMO PARCEIRO.

GAMMA
FERRAMENTAS



www.gammaferramentas.com.br

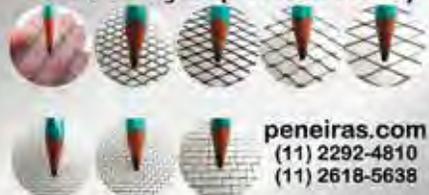


Não Revende?
Tá perdendo.



Folha Nutritiva
Cis do Arto
pode variar

**Peneiras Profissionais
100% Aço (Aro&Tela)**



peneiras.com
(11) 2292-4810
(11) 2618-5638

Opção Aro com Altura de 3CM e 5CM
Diâmetros 20 / 25 / 30 / 40 / 55 / 70
8 tipos de Tela

TELAS EXPANDIDAS		tipo	Altura 3cm	Altura 5cm
TELAS EXPANDIDAS		tipo CAFE	0240CM	0270CM
		tipo FELIÃO	0240CM	0270CM
		tipo AREIA	0240CM	0270CM
		tipo ARROZ	0240CM	0270CM
		tipo FLUBA	0240CM	0270CM
TELAS TRANÇADAS		tipo ARROZ	0220CM	0250CM
		tipo FLUBA	0220CM	0250CM
		tipo Fluba	0220CM	0250CM
		tipo Fluba	0220CM	0250CM
		tipo Fluba	0220CM	0250CM



Agradeço à Tambasa pela confiança depositada em nossos produtos. Uma empresa exemplar que sempre oferece o melhor. Tenho orgulho de ser fornecedor e amigo pessoal. Também procuro me espelhar nesta família vitoriosa. Parabéns por tudo o que proporciona a nós e aos seus colaboradores e clientes.

GUSTAVO MALUCELLI BACILA
Baston



Feita para durar! Um legado de motivação pela busca do progresso na estrutura fundamental da organização. Parabéns pelos 70 anos Tambasa!

BRUNO AMARAL
Diretor da BRS Representações

Quem acompanha a Tambasa rapidamente percebe que a empresa não se tornou a maior atacadista do Brasil por acaso. Todo o processo é impecável, sem medo de arriscar, sempre buscando inovação e/ou experimentando novas técnicas para evoluir e continuar à frente no mercado. É incrível como uma empresa de cunho familiar conquistou o nível de excelência e profissionalismo em que a rede atacadista se



encontra. A nossa história com a Tambasa tem apenas cinco anos, porém, é tempo suficiente para ela ser um dos nossos principais clientes. Com seriedade, dedicação e respeito mútuo, tenho certeza que essa nossa história irá perdurar por muitos anos. Nós, da Censi, desejamos os parabéns para a Tambasa e todos os envolvidos, que esses 70 anos de sucesso se multipliquem e que esse trabalho sensacional seja continuado por todo o país.

ANTHONY SCHAFFER DE ATHAYDE
Gerente Comercial da Censi

Fazer parte do sucesso da Tambasa nos enche de orgulho. Parabéns Tambasa por seus 70 anos. Esperamos que esse sucesso continue por muitos e muitos anos.

RAPHAEL BIGIO
DRYKO Impermeabilizantes



O relacionamento do Grupo Foxlux com a Tambasa começou há 17 anos. O primeiro pedido negociado contemplava 3 itens da linha de Fitas Isolantes. Ele marcou a história de nossa empresa, pois foi preciso mudar a maneira de trabalhar. Inclusive, na época, foram necessárias várias adaptações para atendê-lo. Muitos processos internos e melhorias foram realizados para buscar a excelência no atendimento da Tambasa, que hoje é nosso principal cliente. E após este marco conseguimos replicar o padrão de eficiência para nossa carteira de clientes. Ter a Tambasa como cliente, e hoje com mais de 370 itens cadastrados, é um desafio diário.

Não apenas pelo seu tamanho, mas pela responsabilidade. A base de sucesso do nosso relacionamento com essa, que figura entre os maiores atacadistas do Brasil, se deve às culturas e formas de trabalho similares que temos. Acreditamos nos mesmos valores, ideais e na constante busca pela eficiência total. Certamente podemos dizer que nos espelhamos na Tambasa, em sua trajetória vencedora. Desejamos ainda mais sucesso e que nossa parceria permaneça nesta crescente constante.

Parabéns Tambasa por seus 70 anos!

PAULO S. VELLOSO RIBEIRO
Presidente do Grupo Foxlux

Ao longo de vários anos como parceiro fornecedor, testemunhamos a dedicação e o esforço de uma empresa que se tornou referência no mercado atacadista. Marcada pela história de um passado duro e aguerrido, usa um Pé de Ferro como símbolo de firmeza, humildade e persistência, que nos dias de hoje ajuda a forjar um futuro de novos desafios e conquistas. Parabéns à Diretoria e toda equipe Tambasa.

HERMÍNIO BARBOSA FOUTO
Presidente Garra Produtos



PAPAIZ

Gas Control

www.papaizgascontrol.com.br



NOSSA HISTÓRIA



Parabenizamos a **TAMBASA** pelos seus **70 ANOS.**

Uma história construída com dedicação e comprometimento.

A Carbografite se orgulha em homenagear a trajetória desse grande cliente.



(24) 2222-9900
www.carbografite.com.br

SIGA NOSSAS PÁGINAS



A Gozilla, fez questão de marcar presença nesta edição especial da revista Revista Construção, que comemora o aniversário de 70 anos Tambasa, empresa tão importante para o nosso setor e que nos inspira e motiva. Sem muito trabalho, suor, dedicação... nada disso seria possível. Expressamos o nosso respeito e admiração.

RENAN AMADOR CALDAS
Diretor Administrativo
FRANCISCO P.M. CALDAS
Diretor Comercial
Gozilla

Nós do grupo GMEG, temos orgulho de fazer parte desta bela história dos 70 anos de sucesso desta renomada empresa que é a TAMBASA. Parabéns a família TAMBASA!

WALMIR JUNIOR
Gerente Nacional de Vendas do GMEG



Parabéns a toda família e equipe Tambasa pelos seus 70 anos. Exemplo para todo o setor e cliente importantíssimo para todos os fornecedores: seja pela capilaridade, cobertura de território, volume e liquidez. Os produtos Ilumi chegam aos milhares de clientes Tambasa em todo o país, através do trabalho competente da equipe de vendas e logística impecável. Nós, da Ilumi, sentimo-nos orgulhosos de participar desta história de sucesso.

PAULO SÉRGIO RODRIGUES
Diretor Comercial do Grupo Ilumi e Itec



“Uma jornada de 70 anos é mais que reflexo de credibilidade, é reflexo dos valores construídos em 7 décadas e renovados ano após ano. Nos sentimos honrados em participar de uma parte da construção desta história e reconhecer o grande trabalho que a Tambasa faz para levar nossos produtos a locais inimagináveis. Parabéns, Tambasa!”

VALDICIR KORTMANN
Vice-Presidente Krona Tubos e Conexões



“A Lorenzetti é parceira da Tambasa há mais 30 anos e os motivos são inúmeros. O principal fator é a sinergia com os próprios valores da Lorenzetti, como tradição e confiança, unida à tecnologia a favor do cliente, voltada para a força de vendas, o que assegura os resultados! Parabenizamos à Tambasa pelos 70 anos, convictos de que a nossa parceria se manterá por décadas e décadas.”

ANTÔNIO ULYSSES FONSECA
Gerente Nacional de Vendas da Lorenzetti



“70 anos de história é um grande marco para qualquer negócio no Brasil. Somente aqueles que respeitam seus clientes, colaboradores e amigos, podem desfrutar dessa alegria de existir e edificar um mundo melhor.”

A Marluvas parabeniza e agradece a Tambasa por esse sucesso.

DANILO OLIVEIRA
Marluvas



unipac
UMA EMPRESA DO GRUPO JACTO

milkan para o transporte de leite



milkan
Funil e Coador



milkan
Ordenhadeira



Tampas milkan



Modelo	Código
3/5/30 L - Tradição	280213
20 L - Tradição	280204
30/50 - Tradição	289850

Cocho para Sal

Capacidade: 50 kg
CxLxA: 1,91 x 0,40 x 0,19 (m)
Volume: 105 L



*Não recomendado para fe de contaminação

Cod. 129568

Caixa para massa Pramassa

CxLxA: 2 x 3 x 0,25 (m)
Volume: 280 L



Cod. 087944



Nós, da MSD Saúde Animal, temos orgulho de possuir a Tambasa como parceira de negócios. Por isso, gostaríamos de parabenizar a companhia pelos seus 70 anos de atividades no Brasil. Essa é uma trajetória de sucesso que merece o nosso reconhecimento. Agradecemos a parceria e nos colocamos à disposição para que, juntos, continuemos a atender com excelência ao crescimento do mercado de saúde animal no país.

DELAIR BOLIS
Presidente da MSD Saúde Animal



É uma alegria muito grande para nós da Ferramentas São Romão, no ano que completaremos 45 anos, poder presenciar esse grande momento na história da Tambasa. Parabéns, Tambasa, pelos 70 anos de juventude, parceria, inovação e coragem para vencer desafios. A nossa história é parte da sua. A sua grandiosidade é orgulho para o Brasil.

GERALDO FERREIRA
Presidente da Ferramentas
São Romão



Empenho, dedicação e portas sempre abertas para todos sempre foram os diferenciais do trabalho da Tambasa Atacadista. Por isso, quero parabenizar a todas as pessoas que fazem parte dessa grande empresa, que completa 70 anos de muito sucesso. O trabalho da Tambasa é inspirador e inovador. Estamos juntos desde o início, acompanhando de perto a sua trajetória, como uma das maiores redes de atacado do Brasil. Em 2020 continuaremos a nossa parceria para tornar a Sherwin-Williams ainda mais presente em todo o país.

LUIZ PIVA
Diretor de marketing Brasil da Sherwin-Williams



Soluções e Produtos para Jardinagem

Para nós da Soprano é um prazer ter um cliente que também acredita que para a existência de qualquer relação sólida, é necessário confiar. Chegar a este marco é sinônimo de muito comprometimento e transparência. Parabenizamos a Tambasa por seus 70 anos de história.

PAULO GEHLEN
CEO Soprano



Para a Stam, é uma satisfação muito grande fazer parte da história da Tambasa. É uma empresa com raízes familiares como a nossa, que se modernizou e evoluiu junto com o mercado, mas não esqueceu suas origens e valores. Ter essa gigante como cliente e parceira é motivo de muito orgulho e inspiração para nós.

MARCIO TAVARES
Gerente Comercial
STAM



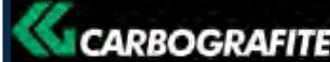
É uma satisfação muito grande fazer parte dessa história como parceiro Tambasa. Em nome do Grupo Yangzi, venho desejar muito mais sucesso e prosperidade. Que venham os próximos 70 anos.

GUGA ALMEIDA
Yangzi



50
anos
dimy

Tel. 11 4448-1186
dimy@produtosdimy.com.br
www.produtosdimy.com.br



PARABÉNS





TAMBASA

70 Anos



MUITO ALÉM DE RODAS

O transporte rodoviário é o principal sistema logístico utilizado no País - mais de 61% de toda a carga transportada no território nacional é feita por caminhões. Os números da indústria são promissores. A expectativa é que em 2019 sejam produzidos perto de 88 mil veículos pesados, um crescimento de 17% ante o ano de 2018.

Segundo dados da ANFAVEA - Associação Nacional dos Fabricantes de Veículos Automotores -, em 2018 foram licenciados 75.987 mil caminhões, um crescimento de 46,3% em relação a 2017. Os números mostram que a produção também fechou em alta: 27,1%, num crescimento de 83.044 mil em 2017 para 105.534 mil no ano passado.

A performance da indústria de transportes dá sinais da retomada da economia e vem se recuperando fortemente desde o declínio causado pela crise enfrentada nos últimos anos. As associações e empresas do segmento acreditam que os números

terão forte recuperação nos próximos cinco anos, com aumento da produção de caminhões e Veículos Urbanos de Carga (VUCs).

“O crescimento nas vendas de veículos pesados, em parte impulsionado pelos excepcionais resultados do setor agrícola, é um sinal positivo que o Brasil real apresenta para nossos políticos. O foco do país deve ser a competitividade e o aumento do PIB, fatores que irão reduzir o desemprego e impulsionar as vendas de caminhões e outros veículos, de forma robusta e consistente”, acredita Luiz Carlos Moraes, presidente da ANFAVEA.

MERCEDES-BENZ

A Mercedes-Benz foi a primeira marca a disponibilizar um caminhão, o Atego 2730 6x5 com direção autônoma na FENATRAN, considerado o maior salão de veículos comerciais da

TAMBASA

ANOS

O Grupo Legrand tem orgulho em parabenizar a Tambasa e toda a sua equipe pela trajetória única de dedicação, trabalho e conquistas.

Participar de sua história é um grande privilégio.
Sucesso hoje e sempre!



América Latina, realizado em outubro, em São Paulo. Fruto da parceria entre Mercedes-Benz e Grunner, empresa de tecnologia para o campo, o Atego 2730 6x4, foi o único caminhão com essa tecnologia que estará à disposição dos motoristas no Fenatran Experience.

Outra novidade da Mercedes-Benz no mercado brasileiro, o câmbio totalmente automatizado dos caminhões Accelo foi testado e aprovado pela Jamef, uma das maiores transportadoras de cargas fracionadas do País. O cliente vem utilizando o caminhão médio Accelo 1316 6x2 e o modelo leve 1016 com câmbio automatizado em serviços de entregas urbanas de encomendas urgentes e nas operações de transferência de carga entre suas unidades.

“O Mercedes-Benz Accelo, que sempre atendeu nossas expectativas, surpreendeu na versão automatizada, com bons resultados operacionais para a empresa”, afirma Michael Oliveira, diretor de operações da Jamef. “Há uma melhora no consumo, trazendo economia para a nossa operação de transporte. Além disso, essa tecnologia demanda menor custo de manutenção. Já o motorista ganha em conforto de dirigibilidade, melhor performance e produtividade”.



“Com o início das vendas, em abril de 2019, Accelo é a primeira linha de caminhões leves e médios a entregar o câmbio automatizado no mercado brasileiro”, diz Roberto Leoncini, vice-presidente de vendas e *marketing* caminhões e ônibus da Mercedes-Benz do Brasil. “Além disso, somos a única marca a oferecer câmbio automatizado para toda a linha de caminhões, reforçando a liderança em tecnologia e o pioneirismo no País”.

O câmbio automatizado sem pedal de embreagem é um item opcional para clientes do Accelo, que continuam contando

**Quem entende de obra sabe:
a TAMBASA é mestre em
construir parcerias duradouras
com bons negócios.**

TAMBASA
ATACADISTAS

Parabéns, pelos seus 70 anos!



GRUPO
Menegotti
80 ANOS



MENEGOTTI
MÁQUINAS PARA CONSTRUÇÃO CIVIL

0800 727 8033
menegotticonstrucao.com

com a versão de câmbio manual. Para o 815, está disponível o modelo Eaton 6106A. Para o 1016 e o 1316 é a versão Eaton 6206A. Estes câmbios de 6 marchas se caracterizam pelo ótimo escalonamento de marchas, com primeira reduzida de 6,20 e última marcha com overdrive 0,78, combinando excelentes partida em rampa e altas velocidades operacionais, tornando os caminhões aptos para trafegarem no intenso tráfego urbano, assim como em rodovias.

No caso do Accelo, a redução de consumo de combustível pode atingir até 3% em operações urbanas, graças à automatização e inteligência aplicada no câmbio. Dessa forma, o câmbio automatizado mostra-se a melhor solução para os caminhões que circulam nas cidades, onde as trocas de marchas são constantes, aliviando o estresse do motorista e tornando a condução muito mais segura.

O conforto da cabina é similar ao de um automóvel, assegurando bem-estar a bordo e produtividade. Entre seus diferenciais de mercado inclui-se a cabina estendida, que oferece melhor ergonomia e mais espaço para os ocupantes e para a acomodação de objetos. A Mercedes-Benz é a única marca a oferecer cabina estendida para a distribuição urbana, posicionando o Accelo entre os mais confortáveis do segmento.

Os modelos leves Accelo 815 (8.300 kg de PBT – peso bruto total) e Accelo 1016 (9.600 kg de PBT) e o médio Accelo 1316

(13.000 kg de PBT) são equipados com o motor mais robusto do mercado, o que é muito importante na distribuição urbana. O motor Mercedes-Benz OM 924 LA, de 4,8 litros, o mesmo utilizado nos semipesados Atego de 17 ton, que se destaca pela força, economia, robustez e durabilidade. O Accelo 1016 e o 1316 têm o maior torque da categoria, até 610 Nm, 10% a mais que seus principais concorrentes.

A linha Accelo tem as maiores plataformas de carga da categoria, com até 0,55 metro a mais que seus principais concorrentes nos modelos 815 e 1016, equivalendo a cerca de 3 m³ a mais de volume de carga. No modelo 1316 a diferença é de até 1,85 m, maior que o de seus principais concorrentes, o que equivale a 7 m³ a mais de volume de carga.

Devido a suas dimensões compactas, a linha Accelo é ideal para o trânsito intenso das grandes cidades. Algumas versões atendem às legislações de restrição de circulação, como o VUC (Veículo Urbano de Carga).

Vans

Robusta, inteligente, interativa e inovadora, a nova Sprinter traz muitas novidades tecnológicas inéditas no País, o que consolida sua posição de líder em inovação no mercado de Large Vans (3,5 a 5 toneladas de PBT – peso bruto total).

“Cada vez mais, a Sprinter se consolida no nosso País pela numerosa oferta de soluções de mobilidade para pessoas e car-

A SUA MELHOR ESCOLHA EM ABRASIVOS E SUPERABRASIVOS CORTE, DESBASTE E ACABAMENTO



Tyrolit do Brasil - Cabreúva/SP - Telefone: (11) 4529-8700





gas”, afirma Jefferson Ferrarez, diretor de vendas e *marketing* da Mercedes-Benz do Brasil. “Com sua agilidade e conforto de dirigibilidade, ela é ideal para entregas rápidas, especialmente nos centros urbanos, cada vez mais congestionados e complicados. A Sprinter assegura facilidade dentro dessa complexidade, circulando com desenvoltura e versatilidade em todas as situações, seja nas vias centrais, seja no interior dos bairros, em ladeiras e, também, nas curtas distâncias”.

Novamente, a Mercedes-Benz traz para o segmento de veículos comerciais leves inovações tecnológicas de segurança ativa, como os inéditos e exclusivos Assistente Ativo de Freinagem (ABA) e Assistente de Fadiga, além do Assistente de Subida em Rampa. “Com isso, o imbatível padrão de segurança da Sprinter, diferencial de mercado do produto, alcan-

ça um nível ainda mais alto, distanciando-se cada vez mais dos seus concorrentes”, diz Jefferson Ferrarez. “O ABA, por exemplo, revoluciona a segurança ativa no transporte urbano, com o padrão de segurança da Sprinter, equiparável ao dos automóveis Mercedes-Benz, reconhecido mundialmente. Estamos assim alinhados com várias tecnologias utilizadas hoje na Europa, todas itens de série”.

Com maiores potências, a Sprinter ganhou novos modelos do motor OM 651 CDI para sua linha de vans de passageiros, furgões e chassis com cabine para transporte de carga: 314 CDI Street (motor de 143 cv a 3.800 rpm e torque de 33,7 kgfm, entre 1.200 e 2.400 rpm), 416 CDI e 516 CDI (motor de 163 cv a 3.800 rpm e torque de 36,4 kgfm, entre 1.200 e 2.400 rpm). A versão 416 CDI traz mais uma importante vantagem para os clientes: seu PBT chega agora a 4.100 kg, o que resulta em 220 kg a mais em relação ao modelo 415, aumentando assim a capacidade de carga líquida do veículo.

Com o novo portfólio, a Sprinter continua oferecendo a maior linha de veículos comerciais leves para atender a todos os clientes e demandas do segmento. São 60 modelos à disposição do cliente, entre vans de passageiros, para transporte escolar, turismo, VIP, traslados e fretamento, furgões e chassis com cabine para distribuição urbana e transporte de carga e produtos, além da prestação de serviços.

TAMBASA 70 ANOS DE EXCELÊNCIA E COMPROMENTIMENTO

Só quem preza por seus clientes, faz parcerias com qualidade e uma trajetória de sucesso!
A DENVER se orgulha em contribuir na jornada da TAMBASA!



SAT São Paulo 11 4741 6000
Demais Regiões 0800 770 1604
Serviço de Atendimento Técnico

DENVER
IMPER SUA OBRA SEM UMIDADE

   
www.denverimper.com.br

SCANIA

A Scania apresenta os caminhões da sua nova geração. Entre os destaques, os primeiros caminhões movidos a GNV/GNL ou biometano do Brasil, que serão entregues a partir de abril de 2020. É o conceito de combustíveis alternativos 'Aqui e Agora' para o Brasil, ou seja, economicamente viáveis para a realidade e potencial do país.

“Para os clientes dos diversos segmentos da construção, a nova geração de caminhões da Scania é completa e atende a todas as necessidades. Nunca antes conseguimos ir tão profundamente nos detalhes da escolha ideal do produto, do serviço e da solução financeira. As especificações propostas significam a melhor solução para o transporte do cliente. Convido a todos para conhecer nossas Casas distribuídas por todo o Brasil”, afirma Silvio Munhoz, diretor comercial da Scania no Brasil.

A Scania já recebeu mais de 11 mil encomendas da nova geração de caminhões, após apenas oito meses desde o início oficial das vendas. Com isso, a fabricante, parceira líder na transição para um sistema de transporte mais sustentável, alterou sua projeção de crescimento no mercado de caminhões em que atua, acima de 16 t (semipesados e pesados), de 10 a 20% para um volume que ficará entre 40 e 50% superior a 2018.

“A nova geração de caminhões Scania nos enche de orgulho.



A nossa promessa de economia de combustível de até 12% em comparação com a geração anterior já está sendo ultrapassada por inúmeros clientes. Com apenas oito meses de vendas, já temos o R 450 como segundo caminhão mais vendido de toda a indústria e da categoria dos pesados”, afirma Roberto Barral, vice-presidente das operações comerciais da Scania no Brasil. De janeiro a agosto de 2019, a Scania emplacou 9.685 caminhões no mercado acima de 16t. Alta de 61,3% em comparação às 6.003 do mesmo período do ano passado. Um desempenho superior ao mercado acima de 16t que registrou 54.780 unidades (contra 36.155) e acréscimo de 51,5%. A participação subiu de 16,6% para 17,7%.

Nos pesados, o mês de setembro foi especial para a Scania.

SECALUX
A COMPANHIA DA SUA ROUPA



PARABÉNS TAMBASA!

Com muito orgulho comemoramos os **70 ANOS** dessa **Jornada de sucesso!**

Desejamos que a nossa parceria traga ainda mais prosperidade para as próximas décadas.

É sempre um prazer estar em sua Companhia!

Com as 1.291 unidades emplacadas, liderou o segmento. Já no acumulado do ano, são 9.599 caminhões, um aumento de 74,1% em comparação com as 5.515 de 2018, o maior dentre os concorrentes. A participação subiu de 23,2% para 25,1%, também a maior alta. A indústria computou 38.187 unidades ante as 23.728 do exercício anterior, num crescimento de 60,9%. Os destaques são os modelos pesados R 450 (3.912 unidades emplacadas e 10,2% de participação) e R 500 (2.051 unidades e 5% de participação).

O pacote Análise, que é gratuito por 10 anos, oferece relatórios semanais e mensais. Já o Desempenho, que oferece um custo muito competitivo no mercado, e permite acompanhamento em tempo real tanto do veículo como da forma de condução, individualmente, e garante um retorno imediato do investimento.

A solução Scania, ao possibilitar alternativas mais rentáveis, garante uma importante ferramenta para otimizar o trabalho de seus clientes. No dia a dia, ajuda o transportador a melhorar a performance e gestão da frota com o uso inteligente de dados e o trabalho em parceria e suporte com a rede de concessionárias da marca.

Por meio dos Serviços Conectados, os dados são enviados por um módulo (Communicator), instalados de fábrica nos modelos desde 2016. Para veículos produzidos a partir de 2012, é possível instalar o sistema, com valor competitivo e atraente.



MAN

O caminhão mais vendido da família Constellation 24.280 é líder entre os semipesados. Combinando as demandas das aplicações rodoviárias de curtas e médias distâncias, o Constellation 24.280 V-Tronic agora tem a nova transmissão automatizada Eaton MHD de dez velocidades.

O resultado é a máxima capacidade de controle nas trocas de marcha, redução de consumo de combustível de até 3% na média da frota com a padronização do consumo e mais facilidade de manobras em baixa velocidade e ré.

“Na Volkswagen Caminhões e Ônibus, nós observamos cuidadosamente cada segmento do mercado para



Uma história de sucesso pode remodelar o mundo.

A Norton parabeniza **os 70 anos da Tambasa** e agradece os anos de parceria, trabalho e grandes resultados.

www.nortonabrasives.com
f @ y Norton Abrasivos

Você encontra todo o portfólio Norton na Tambasa.



Reshaping
your
World.



desenvolver caminhões sob medida para as mais diferentes aplicações e, como não poderia deixar de ser, a construção civil está no nosso foco. Para fazer frente aos desafios que encontram em seu negócio no dia a dia, nós preparamos veículos que asseguram produtividade e alta disponibilidade, com baixo custo de manutenção. Seja em trajetos urbanos ou interurbanos para cargas menores ou extrapesadas, os caminhões VW e MAN combinam alta tecnologia e desempenho elevado, reconhecidos por sua robustez com custo total operacional diferenciado”, diz Ricardo Alouche, vice-presidente de Vendas, Marketing e Pós-Vendas da Volkswagen Caminhões e Ônibus.

Portfólio VWCO para construção civil

Todo o portfólio da Volkswagen Caminhões e Ônibus tem grandes diferenciais para a distribuição e entrega de materiais de construção. A empresa conta também com caminhões vocacionais especialmente para o segmento com suas linhas Constellation Constructor Betoneira e Basculante.

Delivery Express

O Delivery Express é o caminhão que entrega padrão de automóvel para a operação no dia a dia. Pode ser guiado por motoristas com carteira de habilitação B e trafegar em áreas onde a circulação é restrita a veículos maiores. O rodado simples na

traseira traz o benefício da cobrança de pedágio no valor de carro. O conforto é de automóvel, mas o trem de força faz frente aos principais concorrentes: tem motor Cummins ISF de 2,8 litros com tecnologia EGR, dispensando o Arla 32. Entrega 150 cv e um torque máximo de 360 Nm numa ampla faixa de rotações, com o melhor conteúdo da categoria.

Delivery 4.160

O Delivery 4.160 é o novo integrante da família no Brasil e vem com uma série de diferenciais para substituir o seu predecessor, o Delivery 4.150. A evolução faz parte da estratégia da Volkswagen de sempre estar atenta às oportunidades de maior ganho operacional para o cliente. O resultado se vê na nova configuração: torque 18% maior e 6% a mais de potência que seus concorrentes da mesma categoria. Além disso, a nova configuração aumenta em cerca de 350 quilos a carga útil homologada.

VW Delivery 6.160

Com a maior capacidade de carga e plataforma de sua categoria, o Delivery 6.160 se traduz em mais produtividade para o transportador. Como os demais integrantes da família, transporta, em média, até 10% a mais em peso e volume superior em até 15% frente à concorrência. Com conforto de automóvel, melhor manobrabilidade e robustez de caminhão, o veículo chega com o melhor custo operacional do segmento.



Imagens meramente ilustrativas



a forma inteligente de **diferenciar**
e aumentar a **lucratividade**
do seu **negócio!**



GueparBrasil



www.GUEPAR.com.br

PARABÉNS TAMBORA SA



SUCESSO E PROSPERIDADE



Delivery 9.170

Cada componente do novo Delivery 9.170 foi desenvolvido para proporcionar mais economia de combustível e maior capacidade de carga. Seu motor é o Cummins ISF de 3,8 litros e tecnologia SCR, com robustez ideal para cada aplicação, torque máximo de 600 Nm e 165 cv de potência. Está disponível também com transmissão V-Tronic, uma caixa Eaton automatizada, que traz conforto maior conforto ao motorista e rentabilidade aos empresários do setor.

Delivery 11.180

Indicado para entregas urbanas com agilidade, rapidez nos serviços rodoviários de curtas e médias distâncias, o novo Delivery 11.180 combina confiabilidade, robustez e o melhor desempenho da categoria. É equipado com motor Cummins ISF, de 3,8 litros e tecnologia SCR, com torque máximo a 600 Nm e 175 cv de potência.

Delivery 13.180 6x2

Primeiro modelo equipado com terceiro eixo da família, o Delivery 13.180 é também o veículo com maior capacidade de carga: tem peso bruto total (PBT) de 13,2 toneladas, configurado dentro da legislação de Veículo Urbano de Carga (VUC) para circular livremente nas cidades onde há restrição de tráfego. Seu motor Cummins ISF, de 3,8 litros e tecnologia SCR, foi desenhado com robustez sob medida e entrega de produtos

com alta densidade.

Constellation 14.190 e 17.190 Robust

Ideais para entregas urbanas, os veículos contam com motor MAN D08 de 4 cilindros, 186 cv e 700 Nm, sistema de emissões EGR e transmissão Eaton FS 5406-A de 6 velocidades. O Constellation 14.190 apresenta o PBT homologado de 14.000 kg, oferecendo 750 kg a mais de carga útil em comparação com o VW Constellation 13.190. Já o VW Constellation 17.190 tem um PBT homologado de 16.000 kg.

Constellation 17.260 Robust

Ideal para quem busca um custo de aquisição menor e atributos de campeão de vendas, tais como robustez e alta disponibilidade sem abrir mão do conforto. O veículo foi projetado para conferir facilidades no dia a dia: com 256 cv de potência e torque de 900 Nm, além do motor MAN D08, traz a confiabilidade e a robustez consagradas no mercado.

Constellation 24.260 Robust

Ideal para quem busca um custo de aquisição menor e atributos de campeões de vendas tais como robustez e alta disponibilidade sem abrir mão do conforto, o VW Constellation 24.260 Robust está ainda mais atrativo: equipado com a opção de pacote Robust, o veículo foi projetado para conferir facilidades no dia a dia. Com 256 cv de potência e torque de 900 Nm, o VW Constellation 24.260 com motor MAN D08 traz a con-

A **FRONTEC** parabeniza a **TAMBASA** pelos seus 70 anos de história e deseja sucesso a toda a sua equipe.

Somos uma indústria brasileira de produtos de fixação que preza pelo valor de fazer bem feito. Produzimos abraçadeiras e fixadores de alta qualidade.

Abraçadeira Standard e com proteção UV



Conheça também a nossa nova linha de produtos para instalações elétricas e hidráulicas:

Fixação com cola



Ref. FAB3636
FAB2020



Fixação com pino



Ref. F7810



Fixação com chumbador



Ref. F7880



Acesse os vídeos de aplicações
www.frontec.com.br

CAMINHÕES



fiabilidade e a robustez consagradas no mercado, além da tecnologia EGR, que dispensa o abastecimento com Arla 32, proporcionando um melhor aproveitamento do espaço no chassi, sem interferir na implementação das carrocerias.

Constellation 24.280

Combinando as demandas das aplicações rodoviárias de curtas e médias distâncias, o Constellation 24.280 V-Tronic chega agora equipado com a nova transmissão automatizada Eaton MHD de dez velocidades. O resultado é a máxima capacidade de controle nas trocas de marcha, redução de consumo de combustível de até 3% na média da frota com a padronização do consumo e mais facilidade de manobras em baixa velocidade e ré.

MAN TGX 29.480

O motor MAN D26 de seis cilindros e 12,4 litros garante um torque de 2.400 Nm em uma ampla faixa de rotações, o que proporciona maior capacidade de sustentação da velocidade em rampa e menor necessidade de troca de marchas. O caminhão tem, ainda, uma das maiores capacidades de tração do mercado e está equipado com freios de serviço a tambor nos eixos dianteiros e traseiros, seguindo a preferência do mercado. Por isso, atende todos os segmentos rodoviários de carga que precisam de um veículo traçado.

MAN TGX 28.440

O TGX 28.440 é equipado com o motor

MAN D26 de seis cilindros e 12,4 litros, o que garante um torque de 2.200 Nm em uma ampla faixa de rotações. Em termos práticos, isso é traduzido na menor necessidade de troca de marchas, resultando em conforto e na queda do consumo de combustível. A potência máxima do veículo já é obtida a partir de 1.500 rotações, mantendo-se constante até 1.900 rpm. O veículo é equipado com a transmissão automatizada MAN TipMatic, de 16 velocidades.

VW Constellation 25.360

O cavalo mecânico VW Constellation 25.360 tem novidades para o mercado brasileiro. O modelo normal de produção tem uma configuração técnica mais equipada, com os itens de série: cabine leito com teto alto, transmissão automatizada V-Tronic de 16 marchas, pacote de acabamento Prime e versão com transmissão manual ofertada como opcional. Indicado para composições de semirreboques com até três eixos distanciados (PBTC até 53 toneladas), o VW Constellation 25.360 está equipado com motor Cummins ISL de 8,9 litros, 360 cv e 1.600 Nm, com tecnologia SCR.

IVECO

A Iveco apresentou modelos do seu portfólio, dos leves aos pesados, disponíveis em concessionárias de norte a sul do pa-



is. Os modelos das linhas Daily, Tector, Hi-Road e Hi-Way são a prova de que a empresa continua investindo, desenvolvendo e aprimorando processos e produtos, colocando em prática o que os clientes desejam.

A montadora destacou a linha Daily, que em 2020 trará um novo conceito de veículo leve para o transporte urbano. Robustez com conforto de automóvel, tecnologia e segurança de ponta e o melhor custo operacional mantém o modelo como líder da categoria no Brasil.

“Os clientes que possuem um produto da IVECO contam com baixo custo de operação. Nosso portfólio está apto para suprir às necessidades do segmento de transporte de materiais de construção proporcionando robustez, conforto e economia de combustível. Nos últimos anos, a IVECO investiu muito na reformulação do portfólio, dos leves aos pesados, para acompanhar o crescimento do mercado de transportes do Brasil”, comenta **Thiago Carlucci, diretor**

de marketing da IVECO para a América do Sul.

Portfólio completo:

Thiago informa que a Iveco tem um amplo portfólio para transporte de materiais de construção, começando pelos veículos mais leves, com a consagrada

linha Daily (versão chassi-cabine e furgão), que alia robustez de caminhão com conforto de automóvel. Os pontos que fazem da linha Daily sucesso de vendas são a versatilidade e a robustez por meio da estrutura chassi, economia de combustível e conforto, que proporciona ao motorista uma direção suave no transporte urbano. O veículo funciona perfeitamente como VUC (Veículo Urbano de Carga) e é capaz de circular nos grandes centros urbanos, como na cidade de São Paulo, livre de circulação a qualquer hora do dia, o que facilita as operações dos clientes que trabalham no varejo e dependem de uma distribuição eficaz.

No segmento de médios a marca apresentou recentemente os novos Tectors, de 9 e 11 toneladas. São produtos pensados para as necessidades do cliente, com o melhor trem de força, cabine e custo operacional da categoria. Destaque para o baixo consumo de combustível e o conforto da cabine, que foi projetada



**PARABÉNS
TAMBASA,
PELOS 70 ANOS
DE TRADIÇÃO,
COMPETÊNCIA E
INOVAÇÃO.**



www.seteleguas.com.br



Cód.: 79195-4
Grampeador Pneumático
80/16 FIRE
Para Grampos 80
de 6 até 16mm

Cód.: 79194-6
Pinador Pneumático
F50 PRO
Para Pinos F de
15 até 50mm



Cód.: 86390-4
Pregador Pneumático
U500
Para Pregos em
Rolos de 25
até 50mm



Cód.: 86391-2
Pregos em Rolos
50mm
12 Rolos - 3.600 un
para Pregador Pneumático

CAMINHÕES



para proporcionar uma melhor experiência a bordo para os clientes. Já no segmento dos semipesados, o destaque é Tector Auto-Shift, com transmissão automatizada de 10 velocidades e funções exclusivas desenvolvidas pela IVECO, que faz com que a marca ofereça a melhor solução de automatizados do segmento. A linha Tector também é nova, seu novo visual está alinhado com o *design* de produtos global da marca. Há também o Tector 17-300 T, novo cavalo mecânico desenvolvido para aplicações de até 36 toneladas, com carreta de dois eixos, tendência no transporte rodoviário de cargas volumosas. A família Tector vai de 9 a 31 toneladas, com diferentes configurações de transmissão (automatizada e mecânica), de cabine (curta, leito, baixa e alta), e também de tração (4x2, 6x2, 6x4, 8x2 e trator). Fechando o portfólio da IVECO estão os pesados Hi-Road e Hi-Way, que fazem parte do segmento que mais cresce no mercado neste ano, com 63% de alta. O Hi-Road, com potências de 360 a 440 cavalos, tem uma cabine moderna e um visual semelhante ao seu irmão Hi-Way que, por sua vez, tem uma cabine maior e potência de até 560 cavalos. Ambos passaram por mudanças que fizeram desses produtos equipamentos ideais para o cliente que roda longas distâncias, precisa de disponibilidade do equipamento e a garantia de que terá sempre um serviço de qualidade onde estiver. São veículos extremamente adequados e competitivos para as demandas atuais do transportador.

DAF

“Com ótimo desempenho em diversas operações de longa distância, inclusive as voltadas ao mercado de construção e capacidade de carga de até 74 toneladas, o extrapesado XF105 é o carro-chefe da DAF no Brasil. O modelo é responsável por grande fatia do segmento entre fro-tistas, transportadoras e caminhoneiros autônomos. Já para médias distâncias, a DAF oferece o CF85, que nos permite atingir uma fatia de mercado na qual não atuávamos antes do seu lançamento. O modelo tem na versatilidade seu ponto forte, inclusive com duas versões fora de estrada, com CMT 125 toneladas”, argumenta Luis Gambim, diretor comercial da DAF Caminhões Brasil.

O DAF CF85 é designado para o transporte em pequenas e médias distâncias, um caminhão que se destaca pela robustez aliada ao conforto.

Suas configurações atendem diversos segmentos do mercado, como cegonha, transporte de químicos, carregamento de insumos agrícolas e cargas fracionadas. O CF85 também tem ótimo desempenho com carretas de três eixos juntos ou separados (vanderleia).

A DAF investiu ao todo mais de 50 milhões de euros no projeto de nacionalização e testes do CF85. Antes de ser lançado, o modelo passou por mais de dois anos de testes no Brasil. Foram mais de 700 mil quilômetros rodados em rodovias e estradas, submetendo o caminhão às mais rigorosas situações.

Destaques: robustez em todos os detalhes. Desenvolvido para o seu negócio, o CF85 está disponível nas versões 4x2 e 6x2, com duas opções de cabine, a Sleeper e a Space Cab. Totalmente adequado às diversas aplicações de transporte de curta e médias distâncias, a fácil manobrabilidade, somada ao baixo custo de operação e qualidade do caminhão, o



tornam um produto cada vez mais forte e robusto.

Interior: confortável e seguro; acabamento de primeira linha. O CF85 conta com diversos equipamentos, tais como ar-condicionado, preparação para climatizador de teto, controlador de velocidade, sistema de alto-falantes e muito mais: banco do motorista com suspensão a ar; a posição do banco, com ajuste Comfort Air, privilegia o acesso aos controles e visibilidade; maior conveniência na organização interna - é possível armazenar objetos sob a cama suspensa inferior e no maleiro superior. O CF85 está disponível com as potências de 360cv e 410cv. O bloco do motor é feito de ferro fundido vermicular impregnado com titânio, isto se reflete em maior rigidez, robustez, força, resistência e promove uma operação mais silenciosa.

Daf XF105

Construído para o transporte pesado e de longa distância, o XF105 é o primeiro modelo nacional da DAF, com a produção iniciada em 2013, dois anos após a instalação das operações da montadora holandesa no Brasil. O extrapesado tem capacidade máxima de carga de 74 toneladas.

É um caminhão para o transporte pesado, de longas distâncias. Todos os seus detalhes foram pensados para garantir a melhor rentabilidade para o seu negócio. O resultado é a redução de todos os

custos operacionais e de manutenção, combinados com a máxima robustez e desempenho na estrada.

VOLVO

“Consagrada em vários setores de veículos comerciais, a Volvo tem uma oferta de caminhões pesados e semi-pesados que atendem com excelência a todas as necessidades do segmento de materiais de construção. “Temos configurações do VM que são as melhores opções de transporte destes produtos”, diz Jeseniel Valério, gerente de engenharia de vendas da Volvo do Brasil.

Para o transporte urbano e regional, a Volvo oferece o VM 270cv 6x2 e o VM 330 8x2. “Estes caminhões têm tido uma grande aceitação no segmento de transporte de frações menores de carga nas entregas”, observa Valério. O VM é reconhecido no mercado também por sua excelente manobrabilidade e conforto e grande visibilidade. “Além do baixo consumo de combustível, que contribui decisivamente para diminuir o custo operacional da operação”, destaca.

Caixa de câmbio I-Shift

Os VM têm uma série de benefícios, a começar pelo fato de saírem de fábrica com a renomada caixa de câmbio eletrônica I-Shift, que proporciona uma série de vantagens: reduz substancialmente

PARABÉNS TAMBASA!



**Desejamos um mundo
de possibilidades
e sucesso
pra vocês!!**



**FAME - Presente
no aniversário
da TAMBASA e na
residência de
milhões de pessoas.**



**Temos orgulho
de participar
dessa história!
São 80 anos
de FAME
e 70 anos
de parceria
TAMBASA.**

**Parabéns pelos 70 anos
de empreendimento!**

Agradecemos e reforçamos
a parceria.



A marca do Brasil

www.fame.com.br

Tele vendas: 0800 704 34 44

CAMINHÕES



o consumo de combustível, diminui os custos com manutenção e aumenta a segurança e o conforto do motorista. Sem pedal de embreagem, a I-Shift facilita o trabalho do motorista. No modo automático, basta acelerar e frear. No manual, um simples toque em um botão troca as marchas. O manuseio é extremamente fácil e um amplo e bem posicionado visor no painel mostra em que marcha o veículo está.

Outro benefício é a cabine do VM. Projetada sob o conceito de célula de sobrevivência, a cabine é ampla, muito confortável e desenhada para ser ergonomicamente adequada para o trabalho diário no transporte. Além disso, o VM tem motores de 270 cv e 330 cv com algumas das maiores potências e torques da categoria. Se destaca também a configuração 8x2, que é de fábrica, com um segundo eixo suspensor, além da baixa tara, que contribui para levar mais carga. Cargas maiores

Da indústria para os depósitos de materiais de construção e para trajetos mais longos, a Volvo também tem uma excelente opção: o cavalo mecânico FH, com motores de 420 cv e 460 cv, nas configurações 4x2 e 6x2. “Com uma carreta carga seca de três eixos, o FH é a combinação ideal para transportar este tipo de mercadoria, com rapidez e precisão necessários nos atuais esquemas logísticos”, diz Valério. “O FH é um caminhão

consagrado no mercado brasileiro”, finaliza, ao citar alguns dos atributos deste caminhão: grande disponibilidade, motores potentes que permitem cumprir os rígidos horários do setor, baixo consumo de combustível, o conforto e a segurança.

CAOA HYUNDAI

“O setor de construção é um dos principais balizadores da economia e sua importância neste cenário mostra o caminho que o País percorre, pois gera empregos, consumo, mobilidade e diminui os problemas de saneamento básico”, destaca Uilson Chacon Campana, gerente nacional de vendas de caminhões. A CAO A Hyundai comercializa o caminhão leve HD 80, produzido na fábrica da CAO A Montadora, em Anápolis (GO). Ele foi desenvolvido para ampliar os já reconhecidos e consagrados atributos de qualidade, economia, fácil manutenção e excelente relação custo-benefício, do seu antecessor, o HD 78.

Com o lançamento do novo HD 80, a CAO A Hyundai reafirma a importância que o segmento de caminhões leves tem para a estratégia de crescimento da empresa no mercado brasileiro, disponibilizando um modelo projetado para atender plenamente os anseios e necessidades dos Clientes dos mais variados ramos de atuação, desde autônomos e



frotistas até órgãos do governo e grandes empresas.

Disponível em versão única de acabamento, este novo caminhão leve foi desenvolvido sobre um chassi bastante resistente, que possibilita ao cliente configurá-lo de acordo com as necessidades do seu ramo de atividade. Entre as diversas opções de implementos que podem ser instalados estão: baú carga seca, baú isotérmico, baú frigorífico, carrocera aberta, plataforma de guincho, cesto aéreo etc. Externamente, a cabine do Hyundai HD 80 conta com uma nova grade frontal, que confere modernidade ao *design* funcional já consagrado pelo seu antecessor. No interior, o modelo traz mais evoluções, como, por exemplo, quadro de instrumentos e console central redesenhados, manopla de acionamento do freio de estacionamento, que passou a ser pneumático, além da inclusão do computador de bordo.

O modelo sai de fábrica equipado com motor biturbo quatro cilindros, diesel 3.0 litros, com intercooler e sistema EGR – que dispensa o uso do ARLA 32 -, fornecido pela FPT Industrial. Esse propulsor tem a potência máxima de 170 cv a 3.500 rpm e torque de 40,8 kgf.m (400 N.m), entre 1.500 e 2.200 rpm, ou seja, potência e desenvoltura já podem ser observados a partir das faixas de rotações mais baixas, o que confere ao HD 80 força e agilidade para encarar o “anda

e para” das cidades.

O conjunto motor/câmbio foi desenvolvido com as mais modernas tecnologias, que ampliaram os já reduzidos níveis de consumo de combustível e emissões de poluentes. E, para aumentar a autonomia do HD 80 nas operações do dia a dia, o novo modelo passou a ser equipado com um tanque de combustível, confeccionado de material plástico, com capacidade para 150 litros de diesel.

Chassi: robustez e confiabilidade

O chassi do novo HD 80 é produzido em aço e conta com um sistema de travessas parafusadas e rebitadas, o que confere excelente resistência às forças de flexão e torção, de modo a assegurar um baixo nível de deformação durante toda a vida útil do veículo.

Os proprietários do HD 80 também contarão com as vantagens e comodidades proporcionados pelo plano de revisões programadas de fábrica com preços fixos, que já incluem os valores de peça e mão de obra. Com isso, os clientes saberão, de forma antecipada, os custos das revisões periódicas e, assim, podem programar esse gasto em seu orçamento.

Hyundai HR em alta há 12 anos

A camioneta Hyundai HR segue há 12 anos como líder absoluta de vendas em seu segmento de mercado. Além dos já reconhecidos atributos de versatilidade, desempenho, relação custo x benefício e robustez, a partir da linha 2019

TAMBASA 70 ANOS



Como é bom
fazer parte
dessa
história.

PARABÉNS
HOMENAGEM





PARABÉNS
TAMBASA
ATACADISTAS



SCHIOPPA
RODAS E RODÍZIOS

o Hyundai HR passou a oferecer ainda mais conforto aos seus ocupantes, com a inclusão do sistema de som completo na lista de equipamentos de série.

Segundo Uilson Campana, gerente nacional de vendas caminhões da CAO, “os modelos Hyundai atendem aos consumidores que querem um caminhão leve robusto, versátil e confiável, mas valorizam os equipamentos e o conforto dos seus colaboradores no dia a dia do trânsito das cidades brasileiras. Nesta categoria, atualmente a CAO Hyundai comercializa os modelos Hyundai HR e Hyundai HD80, ambos referências no setor de VUCs, que trazem consigo a fama de uma ótima relação custo x benefício para os consumidores. O HR se destaca, ainda, por ter a maior capacidade de carga na sua categoria, de até 1.800 kg, desobrigando o motorista de ter habilitação específica para caminhões – a CNH categoria B é suficiente -, além de estar isento de rodízio nas grandes metrópoles. Já o HD80 se destaca por também ter a maior capacidade de carga da sua categoria, com 5.263 kg de capacidade; chassi resistente, que possibilita ao cliente configurá-lo de acordo com as necessidades do seu ramo de atividade; motor diesel biturbo 3.0 com sistema de injeção EGR (que dispensa o uso do Arla 32); sistema de freio à ar; cabine ampla, além de performance, segurança e versatilidade. O modelo Hyundai HR conta, ainda, com 4 anos de garantia original de fábrica, enquanto o Hyundai HD80 conta com 1 ano, ambos sem limite de quilometragem”.

Durante o ano de 2018, a Hyundai CAO comercializou 4.310 unidades do Hyundai HR, 267 modelos a mais em comparação com o mesmo período do ano anterior.

“Os números de vendas da Hyundai HR em 2018 confirmam o sucesso deste modelo, que possui diferenciais e atributos em sintonia com os anseios e necessidades dos mais variados tipos de clientes, de frotistas a autônomos, como, por

exemplo, baixo índice de desvalorização, manutenção rápida e acessível, agilidade no trânsito do dia a dia e garantia original de fábrica de quatro anos, entre outros”, explica o executivo Jack Nunes. O Hyundai HR está equipado com motor Euro V 2.5 litros diesel, turbo, sistema de injeção eletrônica CRDI (*Common Rail Direct Injection*), quatro cilindros em linha, 16 válvulas, cabeçote em alumínio e sistema de recirculação dos gases de escape. Combinado ao câmbio manual de 6 marchas, este conjunto motopropulsor desenvolve 130 cv de potência a 3.800 rpm e alcança torque máximo de 26 kgfm, disponível entre 1.500 e 3.500 rpm, ou seja, performance e força para superar as mais diversas condições de rotação das cidades.

RENAULT

“Para o mercado de veículos comerciais, a Renault possui dois produtos de grande aceitação. O tradicional Master, líder do segmento, é uma referência no mercado de utilitário (segmento FU3) e possui quatro versões de carroceria: Minibus, Furgão, Chassi Cabine e Vitre, além de 30 configurações diferentes. O veículo se destaca pela potência aliada à economia e uma excelente posição de dirigir. Já a Oroch combina conforto, versatilidade e durabilidade. É o carro ideal para trabalho pesado ou fim de semana com a família. Sua estrutura vem com protetor de caçamba em todas as versões e 8 pontos de fixação para proteger sua carga contra choques e impactos”, informa **Alexandre Dias, diretor de vendas empresas**.

A Renault dispõe de serviços para atender às necessidades dos clientes, como condições de financiamento exclusiva para empresas por meio do banco Renault, juntamente com planos de manutenção e conectividade, assegurando toda a conveniência que o segmento de vendas diretas exige. A Renault possui também uma estrutura de pós-venda



leve lançado no Brasil. Além do valor fechado para as revisões, o financiamento passa a conter também a manutenção corretiva e as trocas de itens de desgaste – tais como pastilhas de freio, bateria, amortecedor, velas e escape, entre

que continua inovando para atender com qualidade todos os clientes da marca, independentemente de onde eles realizem seus serviços.

Foi a primeira marca de veículos leves a lançar uma plataforma de conectividade para a gestão de frotas no Brasil, o “Renault Connect Pro”. E também programas de revisão e manutenção com valor fechado.

Com o Revisão + Fácil PRO o cliente adquire antecipadamente suas revisões por um preço fechado, sem impactos macroeconômicos – como inflação - e o valor pode ser incluído nas parcelas do financiamento. Caso o proprietário opte por vender o veículo, o contrato do serviço pode ser transferido. Com as revisões na concessionária em dia o cliente mantém a garantia do veículo e obtém maior valor de revenda no momento de troca.

O “Manutenção + Fácil PRO” foi o primeiro programa de manutenção completa para um veículo comercial

vários outros. Assim como no pacote da revisão, o contrato pode ser transferido em caso de venda ou troca”.

O Master possui algumas versões de carroceria. Para transporte de carga, que é o que está buscando, temos as versões: Renault MASTER CHASSI CABINE, Renault MASTER FURGÃO e Renault MASTER FURGÃO VITRÉ. Compartilhe com você o catálogo contendo as informações e fichas técnicas. Para sua matéria, você pode desconsiderar as páginas que falam sobre as versões para passageiros.

A Oroch também aparece em algumas versões. A mais básica, para trabalho, é a Express, que possui versão 1.6 MT. Temos a Expression, com maiores opcionais e também com motor 1.6 e transmissão manual. Já a versão Dynamique apresenta três possibilidades: 1.6 MT, 2.0 MT e 2.0 AT e já apresenta o pack outsider. Também adiciono o catálogo para que possa obter mais informações.

ENERGIA ALTERNATIVA

Caminhões movidos a energia alternativa estão começando a ganhar popularidade. Grandes fabricantes, como Volvo, Freightliner, Daimler, Mack, Paccar, Navistar, Scania, MAM, DAF e até a startup Tesla, possuem atualmente investimentos em propostas de caminhões EV.

A Volvo Trucks, por exemplo, vai introduzir nos Estados Unidos, em 2020, o modelo elétrico VNR – a empresa também anunciou um programa de demonstração na Califórnia, em parceria com o governo local, que prevê a circulação de 80 mil caminhões elétricos e a criação de 50 estações de carregamento nos próximos 14 meses (numa rede elétrica equivalente a uma pequena cidade).



UTILIZE
REGULADORES
PARA GÁS,
SOMENTE
CERTIFICADOS



PAPAIZ

Gas Control

www.papaizgascontrol.com.br

23º MELHOR PRODUTO DO ANO



A FESTA DO MELHOR PRODUTO DO ANO



Uma noite especial para os fabricantes de materiais de construção. Promovida e organizada pela revista Revista Construção, a festa de entrega dos troféus aos produtos mais votados pelos revendedores de todo o Brasil. Foram 6.480 entrevistas realizadas nas quatro regiões mais importantes financeiramente do país.

NÃO HÁ MARCA FORTE QUE RESISTA A PRODUTOS RUINS

Há algum tempo, escrevi um artigo indicando alguns pecados capitais no processo de gestão das marcas de uma empresa. Chegou a hora de falar de outros pecados capitais, que continuam abalando o prestígio de uma marca e contribuindo para seu sucateamento precoce, além de contaminar o prestígio da própria empresa. Eles, esses pecados, são o fruto das experiências reunidas nestas últimas três décadas, por mim e por aqueles com quem trabalho. Aí vão eles.

1. O primeiro, o mais essencial de todos eles, é o seguinte: se a empresa não tiver absoluta convicção da qualificação do produto ou serviço que ela pretende oferecer, desista e comece de novo. Afinal, não há marca, por mais forte que seja, capaz de resistir ou esconder a fragilidade do produto. Não nos esqueçamos de que marca não é um tapume que esconde uma empresa. Ao contrário, ela revela, tal qual um espelho, o que a empresa e seus produtos são. Depois de décadas em que obras de novos empreendimentos imobiliários ficaram ocultas por trás de um tapume, surgiram empresas que revelam, por meio de uma pequena janela, o que acontece dentro da obra. São empresas que sabem o que estão fazendo e confiam nesse olhar curioso do transeunte.

2. Hoje, ninguém mais é capaz de esconder nada de ninguém. A engenharia digital nos deixou nus diante de nossos clientes, dos consumidores e do mercado. Por isso, cuidado com o que você diz em seus espaços digitais. Eles precisam ser absolutamente transparentes. Os produtos e serviços precisam suportar as promessas que fazem. A precipitação em dizer o que não pode ser cumprido costuma ter um preço alto. Como aprendi uma vez com um inspirado profissional americano e nunca mais me esqueci, obedeça a sequência: “Be - Do - Say”. Isto é: esteja ciente do que seu produto, de fato, é, em primeiro lugar. Em seguida, certifique-se do que ele é capaz de fazer. E só em terceiro lugar, mostre e diga o que ele tem para oferecer. “Say” antes do “Be” é um campo minado.

3. Não olhe para o mercado a partir das torres da Faria Lima e Vila Olímpia, isto para quem está em São



parabéns TAMBASA

70 ANOS INVESTINDO NO FUTURO

Uma jornada de **70 anos** é mais que reflexo de credibilidade. É reflexo dos valores construídos em 1949 e renovados ano após ano.

Hoje, a Tambasa não só comemora seu aniversário como também um reconhecimento recorrente que deve ser lembrado sempre: o título de uma das maiores atacadistas do mercado e também nossa grande parceira nessa missão de entregar modernidade, agilidade, segurança e qualidade aos clientes, sem se esquecer jamais da importância das conexões em todos os pontos de contato. Temos muito orgulho de fazer parte dessa história de sucesso.

UMA HOMENAGEM ESPECIAL
DA **KRONA AO ANIVERSÁRIO DA TAMBASA.**

MARIO BORBA
Sócio-conselheiro

**JOSÉ GONÇALVES
(JUCA)**
Vice-presidente

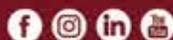
VILSON PERIN
Presidente

**VALDICIR
KORTMANN**
Vice-presidente



Água fria • Água quente • Esgoto • Elétrica • Acessórios

krona.com.br asuaobra.com.br



KRONA
TUBOS E CONEXÕES

Paulo, como eu. Essa visão distante e asséptica dos clientes e consumidores é apenas uma miragem e como toda miragem, traidora. Ouça, observe de forma absolutamente desprendida o que eles pensam e sentem sobre sua marca e seu produto. Lembrem-se da inspiradora frase do Jeff Bezos, CEO da Amazon: “marca é que falam de você quando você sai da sala”. Ou lembre-se da tabuleta no cruzamento de estradas de ferro: pare, olhe, escute.

4. Talvez você tenha um grande produto ou serviço, capaz de suportar as promessas que você faz a respeito dele. Mas, e quando aquele bichinho da chamada vaidade corporativa ataca e você decide estender sua marca para outras categorias de negócio onde ela não goza da mesma licença perceptual? Ou seja, onde ela não tem autoridade para impor sua presença como em seu território original. Nove entre dez extensões de marca fracassam por falta de cuidado essencial: a falta de autoridade da marca quando é transferida para outro setor de negócios onde não é aceita naturalmente como mais um player. Mesmo quando o produto goza de qualificação no seu mercado original, sua marca pode acabar sendo vista como uma “imigrante indesejado” no novo setor de mercado.

5. O “mal de Rafael” é o grande cúmplice de decisões que ignoram a fragilidade de um produto e sua inabilidade para ser bem sucedido, mesmo que seja representado por uma marca sedutora. O que é afinal o mal de Rafael? Eu

explico. Há algum tempo, contei a um conhecido meu, o tal de Rafael, qual era a participação de mercado aproximada da Coca Zero, entre o conjunto dos refrigerantes. E ele me disse, admirado: “Jaime, isso não é possível, deve ser muito mais alta. Todo mundo que eu conheço toma Coca Zero!” Eu fui obrigado a concordar: quase todo mundo que ele conhece, de fato, toma Coca Zero. Dentro do grupo social onde ele transita, a sua afirmação não deixa de ser a pura expressão da verdade, uma constatação indiscutível. Os problemas começam quando os profissionais de comunicação e de marketing trazem ingênua e inadvertidamente essas verdades pessoais para o escritório. Enquanto o Rafael continuar o trabalho que faz hoje e não fizer nenhuma incursão nesta nossa profissão, estaremos protegidos contra suas crenças pessoais. Mesmo assim, cuidado, o problema continua existindo: o nosso mercado tem “rafaéis” em abundância.

Eu tenho duas formações. A primeira delas é engenharia. E como engenheiro eu entendo perfeitamente como muitas vezes eles, aqueles que fazem a mágica de transformar matérias primas em produtos, aqueles que dão vida a projetos que nascem no papel ou num computador, torcem o nariz para certas ingenuidades de marketing. Eles entendem perfeitamente o sentido do título deste artigo. Sabem muito que bem marcas sedutoras não são capazes de ocultar a debilidade técnica de um produto. Insistir nisso é dar murro em ponta de faca!

neoplastic

Neoplastic + Tambasa: uma parceria com muita história para contar

Graças a vocês, cada vez mais pessoas conhecem a qualidade de nossas mantas para silagem e nossos filmes para cobertura de estufa.

Parabéns, Tambasa, pelos seus 70 anos de história! Trabalhamos e acreditamos em uma parceria cada vez mais forte pelos próximos 70 anos.





Parceria de 70 anos em inovação, qualidade e segurança. **Parabéns Tambasa!**

PAPAIZ
ASSA ABLOY

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

Experience a safer
and more open world



CONTEÚDO PARA MELHORAR RELACIONAMENTOS

Como parte do evento de premiação do 23º Melhor Produto do Ano, realizado no Milenium Centro de Convenções, foram realizadas rodadas de Conteúdo e Soluções com a presença de representantes da indústria (Gerdau, Cortag, Adelbras, Fortlev, Lorenzetti, Megatron, Aeroflex, Orolux, A. J. Rorato, Atlas, Amanco, Eternit e Adere) e revendedores, como Conibase, Rede Construir, Ferjá, MCassavia, Obramar, Torres, Reparol, Miral Tintas, Cicalfer, Paraíba Materiais, Rede Okinalar, Casa Rosada, Ellofer, Nikon, ANT Ferramentas, Ferrojá e Pedrão PVC.

Os temas apresentados para discussão foram:

- Multicanais: aprendizados e experiências – Gerdau e Cortag
- Estratégias para atingir melhores margens – Adelbras e Fortlev
- Treinamento para balconistas e campanhas de incentive – Lorenzetti e Megatron
- Papel do representante comercial como elo de ligação – Aeroflex e Orolux
- Preço x qualidade – A. J. Rorato, Atlas e Amanco
- Inovação no varejo – Eternit, Adere

“Esse reconhecimento vem confirmar o que a gente já enxerga no dia a dia, visitando os clientes. Nos últimos três meses, a Adere vem conquistando recordes consecutivos de faturamento, com números que nunca atingimos nesses 52 anos de história. A empresa vem se preparando com produtos inovadores, lançamentos, e entrando em mercados nos quais não atuava, com produtos que vão agregando valor e que estão nos levando a esses recordes de faturamento.”

Laércio Balestra Vilasboas
Gerente de Contas Key Account
Adere

“Foi um dia muito produtivo, com muitas oportunidades de nos aproximarmos do varejo, distribuidores e atacadistas. As conversas trouxeram sugestões de melhorias de abordagem, materiais e leiautes de lojas, por exemplo, além das oportunidades comerciais para novos negócios.

Receber a premiação ao final do dia foi muito importante. A Revista Revenda é praticamente um guia da construção, muito utilizada nas revendas e distribuidores atacadistas. Esse reconhecimento vai ao encontro do trabalho que estamos desenvolvendo há alguns anos para que a gente se torne a primeira marca no quesito fita adesiva para o segmento de materiais de construção, a exemplo da posição que já ocupamos em outros setores.”

Bruno Garcia
Vieira
Gerente
Comercial
Latam da
Adelbras



“Acreditamos que entramos em uma fase que deve permanecer: seguiremos atingindo recorde atrás de recorde. O cenário econômico do país está apontando para melhor, e acreditamos que isso vai persistir no início de 2020 e nos próximos anos. A Adere está se preparando estrategicamente para esse futuro, revendo sua estrutura comercial, de marketing, trade marketing e outras. Estamos planejando e projetando um futuro positivo, e para isso estamos fazendo a lição de casa e nos estruturando para tirar o melhor desse futuro que a gente enxerga com boa esperança e que seguirá gerando bons resultados.”

Vicente Soranna
Gerente Sudeste Papelaria e Construção - Adere

“Acreditamos que o ponto alto do evento aconteceu com a Rodada de Conteúdos e Soluções, na qual pudemos trocar informações e interagir tanto com nossos amigos clientes quanto com pessoas de outros setores. Durante a Rodada, debatemos o tema PREÇO x QUALIDADE, VALOR AGREGADO E GIRO, quando apresentamos todas as nossas características e trabalho sobre esses assuntos. O trabalho e os cuidados que temos desde a produção até a entrega ao consumidor final são de total importância para garantir ao lojista um ótimo giro e lucratividade. Além de assegurar aos consumidores finais que estes terão um produto resistente e durável. Resultado esse que todos esperam.”

A. J. Rorato



A presença da marca no ponto de venda é essencial e faz com que as lojas agreguem valor aos seus negócios, quando optam por trabalhar com marcas de expressão e qualidade, que possam levar consumidores a buscar por estas soluções. No caso da Amanco Wavin, o modelo do espaço da marca é baseado no store in store, no qual buscamos especializar uma parte da loja, sendo uma mini loja de hidráulica dentro da grande loja de material de construção. Além disso, nas lojas médias e pequenas, oferecemos materiais de merchandising totalmente aderentes e adequados, para que a venda seja feita de forma assistida, já que usamos um modelo de didatismo na comunicação, auxiliando na venda dos nossos produtos para todos os tamanhos de loja. Com base em pesquisas de marca que fazemos anualmente, observamos alguns itens importantes que têm influência na escolha do consumidor por uma ou outra marca, tais como a recomendação pelos profissionais e vendedores/balconistas, variedade de opções/formatos, custo-benefício (vale o que custa) e a existência de promoções e disponibilidade nas lojas, além do mais importante, que é a qualidade. Em termos de produto e marca em si, a confiabilidade da marca e a qualidade de seus produtos permanecem como fatores fundamentais para a decisão de compra, somando-se a eles aspectos como redução do tempo de obra proporcionada pelo produto, facilidade de manuseio e instalação, oferta de linha completa para reformas e reparos – esse item indica tendência nos últimos anos devido à retração econômica, fazendo com as pessoas adiem grandes obras e optem por reformas e obras de menor porte –, além de durabilidade, novidades, inovação e didatismo (explicações claras de como os produtos funcionam).”

Adriano Andrade,
Amanco Wavin

É no PDV que a venda acontece e nesse curto espaço de tempo, em frente ao expositor, é preciso estar em destaque para conquistar o consumidor. Hoje, o consumidor tem contato com as marcas em vários locais, inclusive em canais de mídia fora do controle do fabricante ou lojistas, por isso a importância do vínculo promovido por bons produtos, quando os elogios e avaliações positivas criam um atalho na decisão de compra, fazendo com que nossos produtos tenham preferência na hora da escolha no PDV.”

Reginaldo Araujo
Pincéis Atlas



A Brasilit e a quartzolit estão em busca constante de renovação para construir um relacionamento cada vez mais próximo com os consumidores. Para fortalecer as marcas no ponto de venda, realizamos diversas ações por todo o país. Além disso, investimos em materiais para o ponto de venda que facilitem a localização de nossos produtos nas lojas, com um visual bastante didático para que o cliente conheça, da melhor maneira possível, os produtos e atributos dos itens dos nossos portfólios.

Vinicius Araújo,
diretor de Marketing
Brasilit/Quartzolit





A importância dos pontos de venda de um produto bem colocado no mercado e desenhado para os nossos consumidores é a sua grande capacidade de agregar valor ao nosso negócio, além de atender às necessidades dos consumidores. Então, os produtos devem ser inovadores e práticos, para auxiliar quem vai utilizá-los. Essa evolução do produto, para torná-lo campeão de vendas e topo em sua categoria está associado a um trabalho do ponto de venda que envolve treinamentos, mídia e outros componentes, de forma que esse valor seja percebido pelo consumidor. Este é o grande segredo para ter um produto de sucesso no mercado. A importância de ser reconhecido em um prêmio tão importante é excepcional e materializa todo o trabalho que fazemos e demonstra que acertamos. E agora colhemos o fruto do sucesso.”

André Vaz,
Gerente Regional de Vendas da Capital - Coral

É gratificante estar em evidência com essa premiação. Esse ano fomos contemplados com dois produtos: o cortador manual, que é nosso carro-chefe, e também o disco de porcelanato. Estamos muito felizes com esse reconhecimento. Hoje também participamos pela segunda vez da rodada de negócios e estar perto do varejo é muito produtivo, tanto pela troca de informações como para os negócios.”

Neivaldo Rosseto
Diretor Comercial - Cortag



É com muita satisfação e orgulho que recebemos, mais uma vez, o reconhecimento dos nossos clientes por meio do Prêmio Melhores Produtos do Ano. Ele reforça ainda mais o nosso compromisso em atender as necessidades do mercado. A equipe da Paranapanema, que trabalha arduamente pela qualidade dos produtos da Eluma, agradece pelo reconhecimento e sabe que nossa marca é construída a partir da confiança, da excelência e do atendimento aos nossos clientes.”

Daniel Ribeiro de Castro,
Gerente Comercial da Paranapanema/Eluma.





Entendemos que a decisão de compra do consumidor final passa, necessariamente, por critérios como atendimento, disponibilidade de produtos, qualidade de produto

percebida e reconhecimento de marca. A atuação da Eternit de oito décadas no mercado nacional, aliada à reconhecida qualidade dos produtos, trazem a credibilidade necessária para sermos a primeira opção dos consumidores na compra de coberturas. A força da marca é fundamental para estarmos presentes nos varejos de norte a sul do país e o portfólio de excelência nos permite figurar em milhares de lares brasileiros há décadas.”

Luís Augusto Barbosa,
presidente do Grupo Eternit.



Receber esse prêmio tão conceituado no mercado é muito gratificante para nós da família Fortlev, principalmente porque é uma forma de reconhecimento dos lojistas e dos parceiros com quem trabalhamos todos os dias ao trabalho que desenvolvemos com tanta dedicação e carinho.

Qualidade está no DNA da Fortlev, e a empresa sempre procura entregar não só as melhores soluções, mas soluções de alta tecnologia em armazenamento de água, tubos e conexões. Em nome de toda a empresa agradeço por participar e receber esse prêmio tão reconhecido no mercado, ao lado de outras grandes empresas, o que nos deixa muito felizes. Esse ano tem sido muito bom, dentro do que a gente planejou. A empresa aproveitou esses últimos três anos para desenvolver mais o nosso parque fabril, novos produtos, novas tecnologias, e focar no ponto de venda. Ou seja: nos preparamos para esse novo momento que começa a surgir, que é o crescimento do país e uma retomada do setor.”

Wenzel Moraes Rego
Diretor-comercial e marketing Fortlev



A Gerdau acompanha as novas tendências de mercado e investe fortemente em inovação, sempre buscando manter a preferência de seus clientes e a qualidade dos seus produtos e soluções. Para nós, é motivo de muito orgulho receber esta premiação. Ganhar como o melhor produto do ano, escolhido por nossos clientes e parceiros, traduz todos nossos esforços em oferecer os melhores produtos e soluções ao mercado. Investimos constantemente na marca Gerdau buscando potencializar o produto no ponto de venda e, também, fortalecendo nossos clientes de revenda e varejo. Consideramos este mercado de extrema importância para nossa companhia, pois viabiliza que nossos produtos estejam disponíveis aos diversos clientes em todas as regiões do Brasil. Aproveito para reforçar nosso compromisso com a qualidade, atendimento e nossa paixão pelo cliente.”

Rodrigo Lacivita de Goes,
diretor da Gerdau

“Esse reconhecimento por parte dos lojistas mostra que estamos no caminho certo, tanto ao promover inovação dos produtos e, também, em dar aos lojistas, nossos parceiros, produtos que ofereçam retorno para os negócios. Esse é um ponto muito importante para nós. Em um período difícil, temos boas perspectivas para o fechamento do ano.”

Paulo Galina
Gerente de Marketing da Lorenzetti



“O Evento ‘Melhor Produto do Ano’, foi importante, pois tivemos a oportunidade de um networking com o mercado e as novas tendências das demais indústrias, além de uma chance de entender um pouco mais do novo perfil de consumidores e lojistas do segmento.”

Clóvis Polli,
Gerente Comercial. Herc



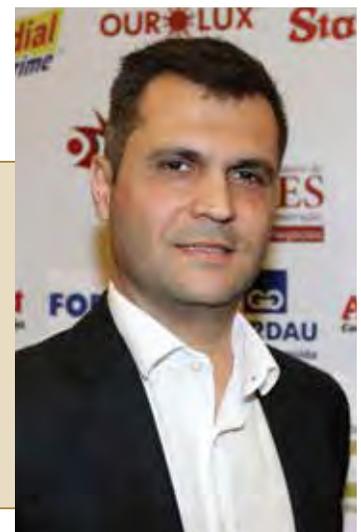
“Importante para ter uma boa marca no ponto de venda é começar fazendo o dever de casa. A equipe tem de estar engajada no processo, trabalhando para o consumidor final ter o melhor produto do mercado. E, juntamente com os representantes, fazer um trabalho assertivo para o mercado reconhecer os nossos esforços. A Megatron é uma empresa jovem, com apenas 20 anos de idade, e é um orgulho muito grande estarmos nos aproximando dos grandes players do mercado que têm o dobro da nossa idade. Estamos quebrando alguns paradigmas com os nossos produtos que estão em um nível de excelência muito bom. É um trabalho árduo, mas estamos conseguindo. As ações nos pontos de venda com os revendedores estão nos ajudando muito e gerando resultados e, por isso, estamos sendo reconhecidos pela boa qualidade.”

Valmir Ferreira Santos
Gerente Comercial
Megatron Fios e Cabos



“Temos recebido esse prêmio consecutivamente há anos, o que significa que a Mundial Prime vem fazendo um trabalho de qualidade, como vimos hoje nas apresentações dos nossos palestrantes. Trata-se de um reconhecimento da pessoa que está na ponta, no balcão, fazendo a venda, e isso nos deixa muito satisfeitos. Esse é também um incentivo para a Mundial Prime melhorar cada vez mais a qualidade e seguir sendo reconhecida com produtos premiados.”

Elton de Souza
Gerente de Marketing da Mundial Prime



A importância do prêmio é fundamental para nós, pois, é por intermédio do ponto de venda que conseguimos todo o reconhecimento e atingir o público-alvo que é o consumidor final. Fazemos não um trabalho apenas na venda para divulgá-lo, mas falamos muito em sell out para fazer uma boa relação com os nossos parceiros, as revendas ou atacadistas distribuidores que vão vender os nossos produtos. Isso acontece com os treinamentos, relacionamento que temos com os balconistas, que são realmente os que fazem as vendas dos nossos produtos. O balcão é que gera a venda para que o comprador faça o pedido. Ter uma marca forte também é importante. Depois de 27 anos, a Ourolux conquistou o maior share de mercado hoje. Somando os três segmentos que atuamos hoje, de material elétrico, de construção e varejo alimentar, temos 33% de share que ajuda muito no fortalecimento da marca.”

Douglas Moraes, gerente da regional Sudeste - Ourolux



É uma grande satisfação para a Starrett receber este prêmio, que vem para endossar todo o trabalho realizado pela nossa equipe. Apostamos sempre em tecnologia de ponta, material de qualidade e em levar ferramentas diferenciadas para os nossos clientes e ter esse esforço reconhecido pelos nossos revendedores é motivo de orgulho para nós.”

Antônio D'Angelo, gestor de produto. Starrett



Investimos sempre no desenvolvimento de produtos cada vez mais eficientes, com o objetivo de levar aos consumidores soluções inovadoras, de qualidade e que atendam às suas diferentes necessidades. Estas diretrizes nos ajudam a construir

O PDV é um dos principais pontos de contato dos consumidores com marcas e produtos de diferentes categorias, pois sabemos que grande parte da decisão de compra acontece ali. No ano passado, passamos por um reposicionamento de marca que buscou facilitar a jornada de compra do consumidor. Por exemplo, hoje nossas embalagens trazem informações mais claras e diretas, simplificando o entendimento e escolha dos produtos. Essas melhorias incluem as linhas de Alvenaria e Madeiras & Metais, categorias das quais ganhamos este tão importante prêmio, que reconhece a qualidade dos nossos produtos. Desta maneira, colocamos os clientes e consumidores no centro das decisões.”

Romeu Escolástico, Gerente de Marketing de Produtos da Suvinil



uma empresa que é sinônimo de qualidade. Um atendimento de excelência vai além de ofertar o melhor produto. Passa também pela forma como este é disponibilizado aos clientes. Por este motivo, a Tigre sempre esteve ao lado da revenda, com ações no PDV, cursos e treinamentos que ajudam a desenvolver os negócios dos parceiros e auxiliam na construção de um ponto de venda que permita ao consumidor a melhor escolha. Neste ano, demos mais um passo importante com o Juntos Somos Mais, maior programa de fidelidade do varejo de materiais de construção, que oferece diversos benefícios às revendas e ao balconista. Acredito que todas estas ações contribuíram para que os lojistas nos reconhecessem, na 23ª edição do Prêmio Melhor Produto do Ano, o que nos deixa muito felizes e motivados a seguir inovando.”

Otto von Sothen, presidente do Grupo Tigre

...E O VENCEDOR É:

O mais importante é a
confraternização entre os
representantes das empresa
premiadas e os lojistas que
prestigiaram o evento 23º
Melhor Produto do Ano



Renata Paulo, 3M, e Marcos Atchabahian, Village



Valter Coelho Moura, A. J. Rorato, e Marcos Atchabahian, Village



Alzenir Santos, Acquabios, e Marcos Atchabahian, Village



Bruno Garcia Vieira, Adelbras, e Marcos Atchabahian, Village



Laercio Balestra, Adere, e Marcos Atchabahian, Village



Ricardo Cimolin, Alumasa, e Marcos Atchabahian, Village



Ricardo Perini, Amanco Wavin, e Marcos Atchabahian, Village



Matheus Giolo Romeiro, Amazonas, e Marcos Atchabahian, Village



Joaquim Coelho, Astra, e Marcos Atchabahian, Village



Emiliana Adorno, Atlas, e Sergio Filho, Casa Mimosa



Alysson Bakof, Bakof, e Sergio Filho, Casa Mimosa



Jefferson Marques da Cruz, Black & Decker, e Sergio Filho, Casa Mimosa



Fernando Sabbatini, Bosch, e Sergio Filho, Casa Mimosa



Samuel Albuquerque, Bostik Fortaleza, e Sergio Filho, Casa Mimosa



Paulo Bet, Brascola, e Sergio Filho, Casa Mimosa



Carlos Cobo, Brasilit, e Sergio Filho, Casa Mimosa



Fabiana Oliveira da Silva, Castor, e Sergio Filho, Casa Mimosa



José Magalhães, Ceramfix, e Sergio Filho, Casa Mimosa



Veronica Pontes, Cobrecom, e Sergio Filho, Casa Mimosa



Daniel Pereira Coutinho, Condor Pincéis, e Sergio Filho, Casa Mimosa





Henrique Miranda, Coral, e Adnilso Silva, Nicom



Neivaldo Rosseto, Cortag, Adnilso Silva, Nicom



Edelson Mardegan, Cozimax, Adnilso Silva, Nicom



Arnaldo Rodrigues de Freitas, CSM, e Adnilso Silva, Nicom



Kaori Atachi, Deca, e Adnilso Silva, Nicom



Orlando Guerra, Decoralita, e Adnilso Silva, Nicom



Clovis Ferrari Ferreira, Delta, e Adnilso Silva, Nicom



Carlos José Arlindo, Docol, e Adnilso Silva, Nicom



Dercilio Rodrigues, Duda, e Adnilso Silva, Nicom



Manoel Luiz Cardoso Pedroso, Eliane, e Adnilso Silva, Nicom



Daniel Ribeiro de Castro, Eluma, e Adnilso Silva, Nicom



Rafael Lopes da Silva, Eternit, e Ricardo Adachi, Conibase



Camila Aparecida Pemise, Fabribam, e Ricardo Adachi, Conibase



Rodrigo Gobette, Fame, e Ricardo Adachi, Conibase



Klaus da Silva Santos, FC Fios e Cabos, e Ricardo Adachi, Conibase



Carlos Eduardo Belizário, Ferramentas São Romão, e Ricardo Adachi, Conibase



Andrés Luiz da Silva Souza, Fischer, e Ricardo Adachi, Conibase



Wenzel Rego, Fortlev, e Ricardo Adachi, Conibase



Eduardo Robertoni, Franke, e Ricardo Adachi, Conibase



Rodrigo Lacivita de Goes, Gerdau, e Ricardo Adachi, Conibase



Carlos Rocha Alberto, GMEG, e Renato Micheletti, Elétrica PJ



Silvio Luís Pallioto, Grupo Foxlux, e Renato Micheletti, Elétrica PJ



Claudio Amadio, Henkel, e Renato Micheletti, Elétrica PJ



Clóvis Antonio Polli, Herc, e Renato Micheletti, Elétrica PJ



Alexandre Boldarin, Hydra, e Renato Micheletti, Elétrica PJ



Luciane Zanini, Icasa, e Renato Micheletti, Elétrica PJ



Miriam Regina Silva, Ilumi, e Renato Micheletti, Elétrica PJ



Amanda Fernandes Soares, Intercement, e Renato Micheletti, Elétrica PJ



André Marques, Irmãos Fischer, e Renato Micheletti, Elétrica PJ



Jefferson Marques da Cruz, Irwin, e Renato Micheletti, Elétrica PJ



Daniel Trussardi Fayh, Jimo, e Renato Micheletti, Elétrica PJ



Laís Alonso, Kalipso, e Gustavo Bartolomeo, Tambasa



Danilo dos Santos, Komeco, e Gustavo Bartolomeo, Tambasa



Gustavo Dias de Souza, Krona, e Gustavo Bartolomeo, Tambasa



Monica Lima Sanches, Lafarge Holcim, e Gustavo Bartolomeo, Tambasa



Jesus Ramon Martins, Lanxess, e Gustavo Bartolomeo, Tambasa



Paulo Galina, Lorenzetti, e Gustavo Bartolomeo, Tambasa



Andreia Kaline Goes Matoso, Makita, e Gustavo Bartolomeo, Tambasa



Juliano Sperb, Marluvas, e Gustavo Bartolomeo, Tambasa



Valmir Ferreira Santos, Megatron, e Gustavo Bartolomeo, Tambasa



Leonardo Ferreira, Menegotti, e Gustavo Bartolomeo, Tambasa



Riad Xavier Jauhar, Metalúrgica Inca, e Sérgio dos Santos, ANT Ferramentas



Renato Saens, Montana Química, e Sérgio dos Santos, ANT Ferramentas



Mario Vander Ciceri, Multilit, e Sérgio dos Santos, ANT Ferramentas



Dirley Fonseca, Mundial Prime/Aeroflex, e Sérgio dos Santos, ANT Ferramentas



Adalberto Nadam, Novaforma, e Sérgio dos Santos, ANT Ferramentas



Douglas Alves Dias, Orbi Química/White Lub, e Sérgio dos Santos, ANT Ferramentas



Emerson Zanforlin, Ouro Fino, e Sérgio dos Santos, ANT Ferramentas



Douglas Rodrigo de Moraes, Oourolux, e Sérgio dos Santos, ANT Ferramentas



Nathan Terra do Amaral Bampi, Pado, e Sérgio dos Santos, ANT Ferramentas



Ademir Tesser, Papaiz, e Sérgio dos Santos, ANT Ferramentas



Edson Piva, Plasbil, e Sérgio dos Santos, ANT Ferramentas



Thiago Bronoski, Plastilit/Polifort, e Tedy Chavauty, Obramax



Everton de Queiroz Angelo, Portinari, e Tedy Chavauty, Obramax



José Adelar da Silva, Prat-K, e Tedy Chavauty, Obramax



Ezequiel Carvalho de Oliveira, Precon, e Tedy Chavauty, Obramax



Thiago Almeida, Rinnai, e Tedy Chavauty, Obramax



Varlmir Benaglia, Roca Brasil, e Tedy Chavauty, Obramax



Thiago Antonio Furlan, Sasazaki, e Tedy Chavauty, Obramax



Vitor Cybis, Sherwin-Williams, e Tedy Chavauty, Obramax



Eduardo Mendes de Brito, Siemens, e Tedy Chavauty, Obramax



Rodrigo Ramos Dece, Sika, e Tedy Chavauty, Obramax



Pedro Morelli, Sil, e Tedy Chavauty, Obramax



Marcio Luiz Tavarez da Silva, Stam, e Renato de Sá, Tintas MC



Jefferson Marques da Silva, Stanley, e Renato de Sá, Tintas MC



Antonio Alberto D'Angelo, Starret, e Renato de Sá, Tintas MC



Romeo Scolástico, Suvinil, e Renato de Sá, Tintas MC



Afonso Luiz Schreiber, Taschibra, e Renato de Sá, Tintas MC



Elmer Enumo, Tekbond, e Renato de Sá, Tintas MC



Thais Gabriel, Tigre, e Renato de Sá, Tintas MC



André Messinger e Emiliano Bassegio, Tramontina, e Renato de Sá, Tintas MC



Daniela Sartorato, Vedacit Otto Baumgart, e Renato de Sá, Tintas MC



Solange Olimpio, Viapol, e Renato de Sá, Tintas MC



Renato Henrique de Souza, Viqua, e Renato de Sá, Tintas MC



Gilberto Roggero, Vonder, e Renato de Sá, Tintas MC



Alvin Hiroshi Baito, Votorantim Cimentos, e Renato de Sá, Tintas MC



Jesus Ramon Marquez, WD-40, e Renato de Sá, Tintas MC



Fabio Correa, Weber quartzolit, e Renato de Sá, Tintas MC

TUDO PELO SOCIAL



A cada ano que passa, temos o orgulho de ajudar a contar mais um pouco de sua história. E, para nós da Yangzi sempre foi um prazer fazer parte dessa caminhada tão especial.

*Parabéns Tambasa,
pelo seus 70 anos!*

Grupo
YANGZI

yazi magizi brizi colorizi vitrizi **Razi**





Parabéns TAMBASA pelos seus 70 anos!

Uma importante parceria que sempre nos apoiou na Baterização.
Temos orgulho de fazer parte desta jornada de sucesso!

- + PRODUTIVIDADE
- + SEGURANÇA
- + CONFORTO



BATERIZAÇÃO

Escolha sua plataforma de soluções

12V^{max}
LITHIUM-ION

18V^{max}
LITHIUM-ION

XGT
40V^{max}
Li-ION

Makita

Soluções a Bateria

MAKITADOBRASIL

MAKITABRASIL

MAKITABRASIL

www.makita.com.br



OS

BRICOLEIROS RAIZ



No Painel Comportamental do Consumo de Materiais de Construção 2018, que entrevistou 900 consumidores que realizaram obras residenciais no período de setembro de 2017 a

agosto de 2018, entre vários pontos, avaliamos, também, a postura dos entrevistados diante das necessidades de melhorias, reparos e pequenas reformas domésticas.

Do total de entrevistados, 25,9% disseram que nem se preocupavam com o assunto, inclusive, já chamando um profissional para fazê-los, não alterando, assim, sua rotina.

Já, 60,6% disseram que tentam fazer a maioria das coisas sozinhos (as), mas se for algo muito complicado e difícil, chamam outras pessoas ou profissionais.

Por fim, 13,5% afirmaram que fazem tudo sozinhos (as) mesmo, até porque já realizaram uma série de reparos e melhorias e sabem ser essa a forma mais fácil e barata de resolver esses problemas.

A esses consumidores daremos o nome de Bricoleiros Raiz.

A atividade mais desenvolvida por eles foi troca de tomadas e interruptores, com 66,6%; seguida por pintura de ambientes, com 62,6%; instalação de chuveiros, com 57,3%; instalação de acessórios para banheiro, como porta toalhas, porta papel higiênico etc., com 51,5%, e, apenas para ficarmos nos cinco itens mais citados, instalação de fechaduras, com 50,9%.

Porém, como podemos ver melhor no gráfico, há inúmeras outras atividades que se adequam aos Bricoleiros Raiz, cujos fabricantes podem, cada vez mais, fornecer subsídios para um desempenho eficaz, com resultados que os satisfaçam, tanto nos canais analógicos, quanto nos digitais e, também, em parceria com os lojistas de materiais de construção.

Afinal, imaginem o impulso para as vendas de materiais de construção, se cada vez mais esses consumidores tomarem gosto por essas atividades, estimulando-os a buscarem continuamente aspectos a serem melhorados em seus lares?

Com base nessa premissa, em quais meios eles mais buscam informações sobre o assunto?

Garthen®

Cuidando bem do seu Jardim



Conheça nosso mix completo de produtos em www.gmeg.com.br

📞 47 2103.4150

📷 @gmegoficial

📘 /gmegoficial

Dos Bricoleiros Raiz que procuraram informações sobre técnicas do Faça você mesmo, o meio, disparadamente, mais consultado foi o YouTube, por 61,1%; seguido pelos sites dos fabricantes, com 25,1%; consultando amigos e parentes, com 24,7%; consultando vendedores e promotores nas lojas, com 22,1%, e, apenas para ficarmos nos cinco mais citados, revistas especializadas em reforma e construção, por 19%.

Vemos, portanto, que para as indústrias de materiais de construção, muitas vezes em parceria com os lojistas, é fundamental uma política de comunicação contínua e consistente utilizando o YouTube, e, por outro lado, tornar seus próprios sites amigáveis para esse perfil de consumidor.

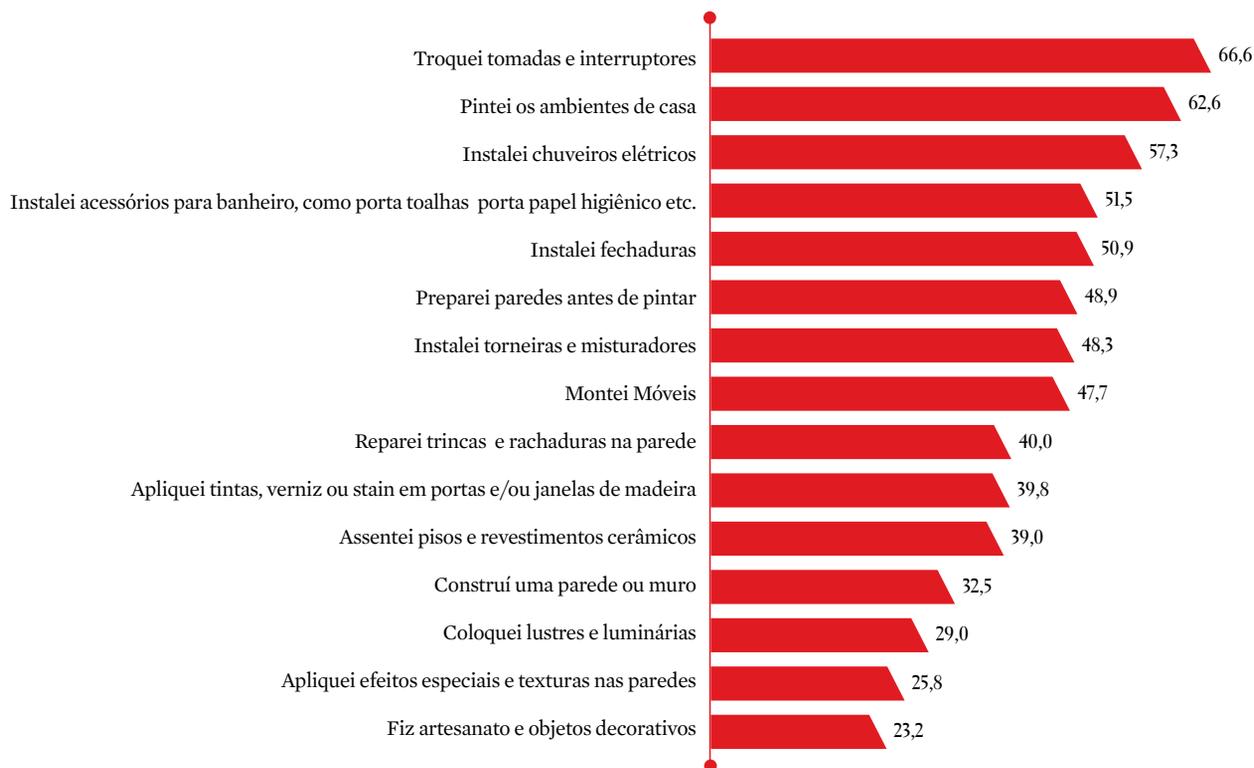
Também é fundamental para os vendedores e balconistas oferecerem os melhores e mais adequados produtos para essas atividades – afinal, falamos com “profissionais” –,

e, buscarem obter o máximo de conhecimento sobre o assunto, diretamente com os fornecedores ou, por meio da internet, de maneira que possam estimular os seus clientes Bricoleiros Raiz a realizarem cada vez mais melhorias em seus lares.

E, quem sabe, ainda, de quebra, converter outros tantos. Essa pode ser uma das maneiras mais efetivas para criar uma cultura de compras recorrentes de materiais de construção – pois, há sempre algo a ser melhorado nos lares –, o que seria, ao fim, o melhor dos mundos para os fabricantes e varejistas do segmento.

Newton Guimarães é Head do DataMkt Construção, sistema de inteligência de mercado cogerido por Leroy Merlin, Eucatex, Votorantim Cimentos e Deca.

15 ATIVIDADES MAIS DESENVOLVIDAS PELOS BRICOLEIROS RAIZ



Questão: Quais os principais reparos, pequenas reformas ou melhorias que você já fez? (Somente para quem respondeu “faço tudo sozinho”) Base Absoluta :101/Base Ponderada:121

É OBRIGATÓRIO TER

Não está escrito em nenhum lugar a recomendação. Mas ferramentas, manuais ou elétricas, são produtos que não podem faltar no ponto de venda. Afinal, de cada dez casa consumidores que entram em uma loja de materiais de construção, nove resolvem, eles mesmos os problemas da casa. E, aí, exibir uma boa ferramenta é meio caminho andado.

BLACK+DECKER

Os produtos em destaque da BLACK+DECKER são: Parafusadeira 4V Íon Lítio, que combina inteligência e praticidade, ideal para consertar, decorar e instalar. É a ferramenta ideal para se ter em casa, pois demanda pouco esforço e te ajuda no dia a dia. Pode ser acionada apenas com uma mão devido a tecnologia Push & Go, com 5 níveis de



controle de torque para não danificar os parafusos, além de ser sem fio e compacta.

Parafusadeira/ Furadeira 20V Autosense, uma ferramenta sem fio, com luz led e indicador de bateria, a tecnologia autosense garante o aperto perfeito do parafuso sem danificar as peças.



PRODUTOS STANLEY

Esses dois modelos são inovações que não tinha na linha e estão implementando para um portfólio completo:

Furadeira de Bancada de 1/2" - Para quem busca trabalho perfeito e com segurança, com uma bancada



de ferro fundido proporciona mais firmeza e precisão. Martelo Demolidor de 10kg – Com um potente motor de 1600w, energia de impacto de 5 – 25 Joule, encaixe SDS MAX* e 6 níveis de controle de impacto, apresenta uma empunhadura em D, que ajuda no maior controle e ergonomia.

PRODUTOS IRWIN

Broca para Porcelanato – É a solução para a perfuração de porcelanato, cerâmica, granito e mármore a seco, com excelente acabamento. Tem borda diamantada e cera incorporada, além de encaixe cilíndrico.

Trena Profissional 5 metros/16 ft – É graduada em milímetros e polegadas, tem superfície emborrachada com design anatômico, além de ser resistente a impactos. Tem presilha para encaixe na cintura e ímãs na ponta para ter mais agilidade em medições de superfícies metálicas.



DEWALT

Serra de Corte Rápido 14" (355 mm) – Ideal para cortes em metais, essa serra tem 2300W de potência, acompanha um disco de corte 14" e uma chave hexagonal 8mm. Com 4.000RPM de velocidade, sem carga e interruptor tipo gatilho, além de orifício para cadeado.

Esmerilhadeira Angular 4 1/2" - 5" (125mm) Brushless. Seu principal diferencial é ser uma esmerilhadeira angular Brushless

com fio, o que significa alta durabilidade mesmo em aplicações pesadas. É mais leve que uma esmerilhadeira com escovas de carvão, além de ser segura, pois conta com o sistema Kickback Brake.



Fabio Govina – Diretor de Marketing da Stanley Black & Decker explica que as embalagens de Black + Decker e Stanley possuem as informações mais importantes de cada modelo, porém o manual de instruções é bem explicativo com todos os detalhes de uso. Os produtos IRWIN têm aplicações mais intuitivas, mas mesmo assim, entregam embalagens autoexplicativas que facilitam o processo. Já os produtos DEWALT têm embalagens com informações técnicas que facilitam a compra e, além disso, acompanham manual com mais detalhes.

“São marcas com muitos anos de tradição, que possuem assistências técnicas espalhadas por todo o Brasil, além de uma equipe altamente treinada para ajudar em qualquer aplicação”, complementa Govina. Todos os produtos possuem garantia – Para a marca BLACK+DECKER, 1 ano de garantia e STANLEY 2 anos (*exceto baterias). Para DEWALT, são 3 anos de garantia. Para IRWIN, esse benefício não se aplica para essa categoria de produtos.

Alguns pontos de venda tem a experimentação dos produtos, isso para a marca BLACK+DECKER. No caso da marca STANLEY, como as máquinas são maiores e profissionais, fica mais difícil a experimentação devido ao espaço e a preocupação com o usuário na máquina. “Temos equipes treinadas que rodam as



lojas, fazendo demonstrações dos nossos produtos e esses sim, conseguem demonstrar tudo que a máquina oferece”, encerra.

BOSCH

“Dentre os destaques da Bosch no mercado está a linha de ferramentas a bateria que atende às demandas de todas as fases de uma obra e proporcionam diferenciais que favorecem o trabalho dos profissionais, como maior potência, menos peso e mais liberdade. A Bosch tem uma gama completa de soluções intercambiáveis, versáteis e tão potentes quanto os modelos convencionais à cabo, que incluem: furadeiras com e sem impacto, parafusadeiras e chaves de impacto, bem como martelos, serra circular, serra tico-tico, esmerilhadeira, serra sabre, multicortadora, aspirador de pó e lixadeira”, informa Pedro Costa, diretor de Vendas da divisão de Ferramentas Elétricas da Robert Bosch no Brasil.



Na linha de ferramentas a bateria, a Bosch destaca o lançamento das baterias Bosch ProCore18V, que contam com tecnologias exclusivas e que proporcionam às ferramentas muito mais performance, autonomia e superioridade em vida útil. Esta novidade está disponível em três versões: 4Ah, 8Ah e 12Ah, sendo esta última uma exclusividade mundial da marca no setor de ferramentas a bateria.

Já no portfólio de acessórios, o destaque é o novo disco diamantado para porcelanato, que proporciona melhor performance, durabilidade, facilidade de corte com mais estabilidade e menos vibrações, sendo ideal para corte de revestimentos duros, incluindo placas de mármore e granito. Além disso, o acessório tem efeito de resfriamento, que evita aquecimento e danos no disco.

Na linha de medição, o lançamento deste ano foi o nível a laser verde GLL 2-12 G com alcance de 12 metros e custo-benefício atrativo, que chega ao mercado para completar a família de níveis laser verdes da Bosch, tecnologia quatro vezes mais visível do que o laser vermelho, fator este que facilita o trabalho mesmo em ambientes muito iluminados. Vale ressaltar que a Bosch é pioneira ao trazer tecnologia de laser verde para o Brasil.

A Dremel, marca do grupo Bosch, também tem novidade no mercado: a Dremel Stylo+, uma microrretífica multifuncional, silenciosa, leve e compacta, desenvolvida especialmente para facilitar o processo criativo de diferentes projetos, contribuindo para otimizar o trabalho de iniciantes e profissionais do se-

tor de artesanato.

As embalagens dos produtos Bosch têm informações e também incluem manual de instrução. Além disso, no site



da Bosch - www.boschferramentas.com.br - também constam informações técnicas e outros dados das ferramentas, bem como o manual do usuário para download. Nas redes sociais também são postadas informações sobre os produtos: canal do Youtube - Bosch Ferramentas Elétricas e perfil no Facebook - Bosch Ferramentas Elétricas Profissionais e Acessórios.

“A demonstração e possibilidade de experimentação das ferramentas são fundamentais para a decisão de compra. Para isso, a Bosch promove demonstrações em lojas e em feirões para que os usuários possam testar e conhecer os diferenciais dos produtos”, esclarece Pedro Costa.

Diferenciais: “Cada vez mais atuamos com objetivo de que nossos clientes considerem a Bosch como um provedor de sistemas e soluções e não somente de produtos. Assim, investimos muito na capacitação técnica de nosso time, além de realizar treinamentos e amplo suporte técnico para os revendedores e seu time de vendas, que são fundamentais para assegurar que os produtos sejam conhecidos e apresentados de forma correta aos usuários, destacando sempre os principais atributos de cada ferramenta e acessório, que envolvem: ganho de produtividade, potência, tipos de aplicação, torque, voltagem, diâmetro, segurança, ergonomia e outros diferenciais. Também auxiliamos os revendedores por meio de treinamentos e acreditamos que o vendedor é vital para o segmento de ferramentas, já que nem todo usuário possui conhecimento técnico e precisa de uma consultoria no momento da compra”, diz Pedro.

No geral, as ferramentas Bosch têm um ano de garantia e os acessórios têm seis meses de garantia. No entanto, a Bosch também tem a linha de ferramentas Heavy Duty, direcionada para uso pesado e em condições extremas, que demandam ainda mais autonomia e robustez. Esta linha a conta com o diferencial de dois anos de garantia Bosch.

EINHELL

A Einhell está aumentando sua família de ferramentas elétricas

e a bateria no Brasil. No início de 2020

vamos adicionar cerca de 27 novos

produtos ao nosso portfólio, in-

cluindo grandes novidades da li-

nhã Power X-Change, que usam

a mesma bateria para todas as

ferramentas. O lançamento

ainda vai acontecer em

janeiro, mas destaca a



vinda da tão esperada Tupia, além de novos modelos de serras, martelões e parafusadeiras, com destaque para linha voltada para Drywall e Construção a Seco, com parafusadeira à bateria e lixeira de parede elétrica.

Embalagens: São autoexplicativas e possuem todas as informações técnicas, de acessórios e uso, inclusive com ilustrações explicativas que facilitam a visualização de todos os atributos do produto.

Desgustação: Os lojistas e revendedores podem permitir o teste no ponto de venda, de acordo com a prática de cada loja, mas é uma decisão do lojista. Contudo, a Einhell promove oportunidades para os consumidores conhecerem e testarem suas ferramentas como com suas vans, verdadeiro showroom em unidades móveis que promovem demonstrações e treinamentos por todo Brasil. Também existe uma equipe de promoção que participa de eventos pelo país, com ações de demonstração, teste e treinamento com ferramentas Einhell.

Diferenciais: São muitos os atributos que fazem da Einhell uma ótima opção de ferramenta profissional. Seu design compacto e ergonômico, suas funções de segurança, a tecnologia de seus motores e baterias, que agregam o que há de mais moderno no mercado mundial, a compatibilidade com a maioria dos acessórios disponíveis no mercado, além de um custo benefício imbatível. Essas características tem feito da Einhell, a melhor opção para todos os profissionais do Brasil, e ao redor do Mundo.

GAMMA

“Recentemente a Gamma Ferramentas lançou a linha de misturadores de argamassa. Esta linha complementa a linha de ferramentas voltadas à construção civil. Composta por dois modelos de misturadores de argamassa G1962 e G1963, com 950 e 1600W de potência respectivamente, design ergonômico, baixa rotação e alto torque, que possibilita ao consumidor homogeneizar uma infinidade de materiais, tais como: tintas, vernizes, colas, gesso, texturas, argamassa, rejunte, etc. sem sujeira ou respingos.

Disponíveis nas versões 127 e 220V e, capazes de homogeneizar até 120 litros de produto por operação. Os misturadores de argamassa da Gamma conferem agilidade e rapidez ao consumidor que necessita realizar trabalhos de pintura, colocação de azulejos e pisos com um baixo custo de operação. Destacam-se também, na linha de construção civil, o cortador de parede G1919, a serra mármore HG077 e a linha de martelões e martelos perfuradores e rompedores Gamma Pro, conheça mais sobre a linha de ferramentas para construção civil em gammaferramentas.com.br”, informa Alcides Matucheski, Coordenador de Produtos.

Embalagens: Todas as embalagens das ferramentas da Gamma são autoexplicativas, com informações sobre potência, velocidade, consumo de energia elétrica, capacidades e exemplos de utilização. Fotos ilustrativas das ferramentas e fotos de utilização na embalagem também auxiliam o consumidor e o vendedor no ato da compra.

A MELHOR SOLUÇÃO EM ILUMINAÇÃO DO MERCADO.

A GalaxyLED dispõe de uma linha de produtos moderna e diferenciada, que oferece soluções para a iluminação residencial e comercial. São luminárias, painéis e lâmpadas para diversas aplicações, com economia e design atraente.

 /galaxyledbr

 galaxyled.com.br

 /galaxyledbr

 11 3312-3370

GALAXY 
LED

Degustação: A Gamma Ferramentas incentiva os seus parceiros de negócios a realizar a experimentação ou o teste de balcão das ferramentas no ato da venda. Esta atitude tria qualquer dúvida do consumidor quanto a operação da ferramenta e mostra segurança na sua aquisição.

Diferenciais: Para auxiliar os parceiros de negócios a realizar a indicação de venda correta das ferramentas, a Gamma disponibiliza catálogos técnicos, vídeos explicativos dos produtos, demonstrações técnicas realizadas pela equipe de técnicos da Gamma Ferramentas em feiras e eventos de “dia de loja”. Todas as ferramentas apresentadas estão garantidas contra defeitos de fabricação pelo prazo de 12 meses (garantia legal + garantia de fábrica), a contar da emissão da nota fiscal de venda ao consumidor final. Com um pós-vendas ágil e pronto para tirar as dúvidas e auxiliar o consumidor final, a Gamma Ferramentas destaca-se por dispor de ampla rede de assistências técnicas com mais de 1000 assistentes distribuídos em todo o território nacional.

GUEPAR

“O grande diferencial das ferramentas Guepar é a resistência em situações severas de uso aliada a uma alta performance de durabilidade”, informa Andreia Vieira.



Degustação: Desde que o lojista possua o local de testes adequado e seguro

Diferenciais: Essas ferramentas são de fácil manuseio e intuitivas, seguem um padrão internacional de utilização, sendo assim qualquer usuário mesmo que com pouco costume de utilizar não terá dificuldades, mas caso seja a primeira vez, basta dar uma simples olhada no manual que se chega facilmente a forma correta de utilização. O grande diferencial delas é a resistência em situações severas de uso aliada a uma alta performance de durabilidade.

JAPI

Os lançamentos da Japi foram:
Ferramentas Manuais

Trena de caixa fechada em ABS de alta resistência. Possui fita em fibra de vidro com pintura fosca antirreflexo, numeração contínua e graduação em milímetros e polegadas, clipe metálico na ponta da fita, manivela articulada para recolhimento da fita e alça emborrachada. É resistente à umidade e variações de temperatura.

Fita Dupla Face: possui excelente capacidade de resistência em aplicações internas e externas. Suporta até 300g, fixação ultra forte, substitui a utilização de pregos e parafusos. Mede 19mm x 2m e está disponível na cor transparente.

Fita Silver - Japi: fita adesiva multiuso reforçada com tecido, têm

alta resistência e poder de adesão na maioria das superfícies. Pode ser usada para múltiplas aplicações como: reparos provisórios, fixações diversas, proteção e outros. Mede 48mm x 5m e está disponível na cor prata.

Fita Crepe: disponível em três dimensões: 18mm x 50mm, 24mm x 50mm e 48mm x 50mm. É um produto resistente e com excelente fixação que possui utilidades gerais para o dia a dia.

Alicate descascador de fios: descasca fios de 0,75mm a 2,5mm de diâmetro.

Todas as embalagens dos produtos Japi são autoexplicativas e os atributos que os revendedores podem destacar para auxiliar a venda são: qualidade, preço compatível com o mercado, Fitas (alta resistência, fácil aplicação). Trena (praticidade e segurança. Ideal para serviços de medição em ambientes adversos ao uso de fita metálica). Alicate (são testados quanto à resistência do desgaste pelo uso em máquinas específicas).

A empresa recomenda aos lojistas ou consumidores a entrar diretamente em contato com a fábrica no caso de qualquer problema com seus produtos.



PARABONI

A Paraboni permanece trabalhando na ampliação do mix de produtos, cadenciando seu desenvolvimento em novas soluções para tarefas tradicionais, mas também ativando categorias que passaram à figurar nas revendas de materiais de construção e ferragens, como as linhas de utilidades e bazar.

Porém damos ênfase para dois novos produtos na linha de ferramentas manuais que foram lançados em Novembro/19.

Um produto de uso comum, porém com seus diferenciais é a Desempenadeira de Aço

Lisa, com cabo aberto.

A peça é produzida em aço relaminado e encroado, e o acabamento é zincado, ela



possui ainda cabo plástico injetado. Sendo assim seus pontos positivos, ela é mais resistente (não enferruja), o cabo não solta, e o acabamento do trabalho, ao manusear a peça, é perfeito.

Outro produto que merece destaque é o Cabo Angulado para Acabamento, é de polipropileno e acabamento amarelo, ideal para serviços de limpeza e acabamento com o auxílio de pincel, vassoura ou broxa. É necessário apenas adaptar um cabo extensor (não incluso) que você consegue alcançar lugares de difícil acesso (em até 4 ângulos diferentes), inclusive quando não tiver uma escada por perto. Possui Patente Requerida mas com garantia e qualidade Paraboni”, destaca Monica Petró, Marketing.

Embalagens: No caso das desempenadeiras, é um produto básico e de uso comum entre quaisquer trabalhadores da construção, ou seja, não exige embalagens muito elaboradas. Porém, é colado na desempenadeira uma etiqueta com todas as informações pertinentes ao produto, como, características, prazo de garantia, qualidade, riscos a saúde e à segurança, e prazo de validade. O que dá tranquilidade ao usuário ao adquirir uma peça.

Já no caso do cabo angulado, como é um produto diferenciado, a embalagem plástica possui uma cartela que tem todas as instruções de uso a respeito do uso e aplicabilidade do produto. Além de destacar as características, prazo de garantia, qualidade, riscos à saúde e à segurança e prazo de validade. Vide em anexo.

Todas as embalagens ou etiquetas de produtos Paraboni possuem esses dados informativos que traz segurança e confiança ao adquirir uma peça.

Degustação: Quando é possível simular a aplicação do produto, sempre há um melhor desempenho daquele item ou daquela categoria como um todo.

Cada vez mais, inclusive nas ferramentas manuais, emprega-se novas tecnologias e novos conceitos de utilização. Via de regra, realizamos estes ensaios a partir de ações com nossa equipe de merchandising.

A partir de um showroom móvel nossa equipe de promotores percorre os clientes no RS, dando treinamento aos balconis-

tas e gerando a chamada Experiência com A Marca junto aos Shoppers. É uma forma eficaz de tomar o feedback de ambos (Balconistas e Clientes Finais) e coletar informações relevantes para o desenvolvimento de novos produtos e soluções para os lojistas.

Diferenciais: A confiabilidade, durabilidade e a tradição dos nossos produtos, suporte aos revendedores, conveniência (possuímos uma linha completa de ferramentas manuais). Todos os produtos Paraboni tem prazo de garantia de 90 dias contra defeitos de fabricação, a contar da data da compra.

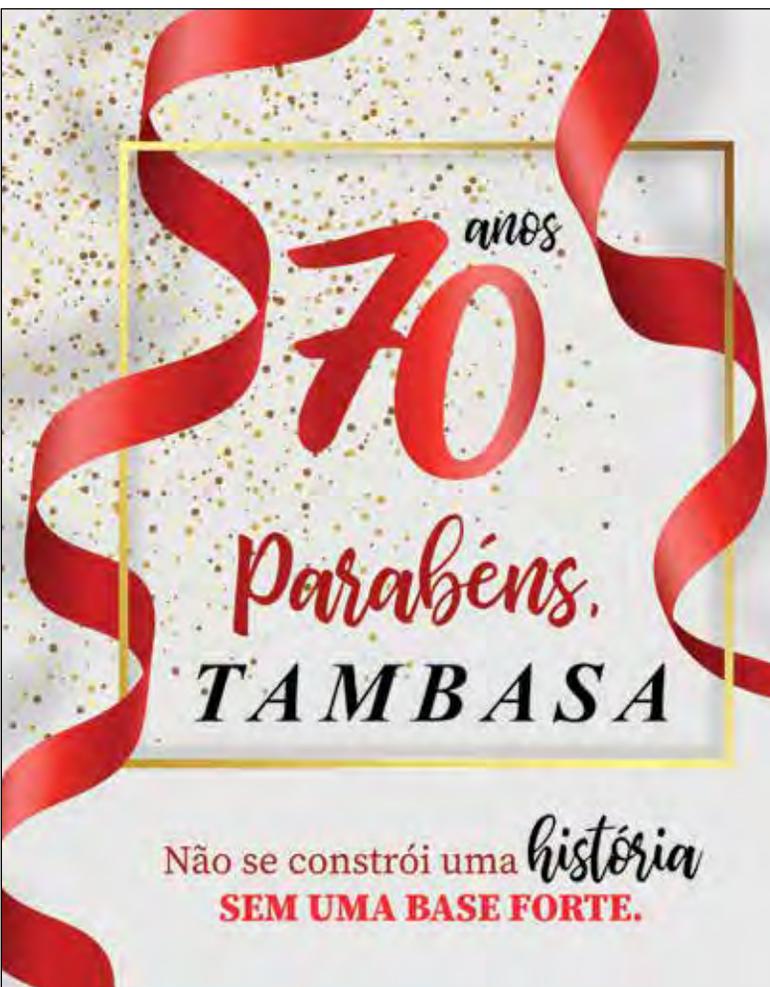
STARRETT

O grande destaque da Starrett recentemente, foi o lançamento da nova linha de lâminas de Serra Sabre.



As embalagens do produto são autoexplicativas e a empresa informa que tem uma equipe de merchandising espalhada pelo Brasil que faz um trabalho de promoção e demonstração no ponto de venda.

Quanto a garantia, existe a de fábrica contra defeito de fabricação, além da garantia da marca Starrett.



A Tambasa tem nas raízes de sua longa trajetória pilares como modernidade, agilidade, visão do futuro, valorização do capital humano e ética.

Um extenso caminho no mundo corporativo pautado por valores que nós também acreditamos e, por isso, primamos por parcerias assim, como a que temos com essa grande empresa.

Uma organização cuja imagem é a solidez, desde sua fundação até os dias de hoje, quando completa 70 anos.

UMA ORGANIZAÇÃO QUE É REFERÊNCIA GLOBAL EM SEU SETOR E MOTIVO DE ORGULHO PARA SEUS FORNECEDORES.

Uma homenagem da

Sintex

Você na boa em qualquer clima.

Não se constrói uma *história*
SEM UMA BASE FORTE.

TRAMONTINA

A Tramontina tem um amplo mix destinado ao mercado de ferramentas manuais, dividido em diferentes segmentos: a linha PRO para profissionais do setor industrial e automotivo, a linha Master que atende à construção civil e a linha Faça Você Mesmo, para o mercado doméstico.

A Tramontina Master é ideal para os profissionais da construção civil, como mestres de obra, pedreiros, gesseiros, pintores, marceneiros, armadores, eletricitistas e encanadores. Entre os itens como martelos, alicates, torqueses, serrotes, chaves de fenda e de aperto, também estão a linha de ferramentas elétricas e seus acessórios, como brocas, e as caixas e maletas organizadoras.

O modelo de trena a laser 30m e a maleta organizadora com divisórias móveis são dois lançamentos do ano. Ambos facilitam a rotina de trabalho, além de garantir precisão e organização na construção civil.



A maleta organizadora plástica 7.1/2" com seis compartimentos tem corpo e divisórias injetadas em plástico de alta resistência e a trava reforçada para um fechamento seguro. A tampa da peça é transparente, auxiliando na busca dos materiais, e também pode ser usada em diversas áreas como eletrônica e pesca. O lançamento ainda pode ser armazenado dentro de outras caixas da mesma linha, expandindo o espaço. Para ampliar a linha de medidores de distância a laser, a nova trena possui faixa de medição de 0,5 a 30 metros, com corpo plástico que facilita a pegada e garante proteção contra pó e respingos de água (IP54). Ainda, permite o uso em cinco unidades diferentes de medida - metro, pé, polegada milesimal, pé/polegada e polegada fracionária - e acompanha duas pilhas alcalinas que garantem aproximadamente 10.000 medições antes da substituição. O produto oferece medição através de dois pontos diferentes de referência.

Além dos itens da linha Master, a Tramontina também possui em seu portfólio produtos auxiliares na construção como carrinhos de mão para transporte de ferramentas e materiais diversos; pá de bico, para juntar e carregar terra, argamassa e entulhos; pá quadrada; enxada larga; além de itens como picaretas, desempenadeiras, colher de pedreiro e balde para argamassa.

Embalagens: Como principal elemento de conexão entre consumidor, produto e marca, as embalagens da Tramontina são cuidadosamente desenvolvidas para entregar informações claras, precisas e objetivas sobre os produtos. No caso das ferramentas, todas acompanham orientações ao consumidor referentes ao uso.

Degustação: Algumas ferramentas e itens da Tramontina Master possuem expositor para teste no ponto de venda. Este é o

caso, por exemplo, das lavadoras de alta pressão, facilitando ao consumidor a prova de eficiência e qualidade dos itens

Diferenciais: Além da qualidade garantida dos produtos da Tramontina, consumidores e distribuidores da linha Master contam com um site completo para consultar especificações técnicas, localizar distribuidores, a Tramontina Master também conta catálogo digital e outros. E para apoiar lojistas e usuários finais, com material de PDV e equipe técnica especializada.

A Tramontina tem a segurança de oferecer ao mercado profissional itens que garantem qualidade em uso. Comprometida com a satisfação dos usuários, mantém em sua fábrica o Centro de Inovação, Pesquisa e Desenvolvimento [CIPeD], com reconhecimento de competência técnica e que garante mais agilidade nos testes de produtos. Ainda, possui rede de assistência técnica preparada para atender eventuais necessidades

VONDER

Com um mix de especialidade e que acompanha as premissas de qualidade e *performance* presentes em todo seu portfólio, as ferramentas elétricas e ferramentas manuais da VONDER se destacam como algumas das linhas mais tradicionais da marca, com muitos produtos que ao longo do tempo se tornaram *best-sellers* pela preferência do mercado.

São itens essenciais para as mais diversas atividades profissionais e que se destacam pela maior durabilidade, funcionalidade e ergonomia. Na linha de ferramentas manuais, por exemplo, a maioria dos modelos em cromo vanádio, um tipo especial de aço que é formado pela combinação de diferentes ligas, garantindo propriedades físicas, químicas e mecânicas com maior resistência, ou seja, ferramentas mais robustas e com melhor durabilidade, que fazem a diferença para os profissionais que as utilizam.

Na linha de ferramentas elétricas, a VONDER conta com uma das mais completas e premiadas do mercado, que se destacam pelo elevado rigor técnico, potência e alto desempenho. São diversos modelos de furadeiras, parafusadeiras, chaves de impacto, esmerilhadeiras, lixadeiras, politrizes, microrretíficas, motoesmeris, serras circulares, serras de esquadria, tupias, plainas, serras tico-tico, serras mármore, cortadores de parede, martelotes, vibradores de concreto, misturadores de argamassa e muitos outros.

Entre os recentes lançamentos da linha, um destaque para a construção civil é o Martelo Rompedor MRV 1315 VONDER, indicado para remoção de pisos e rebocos em trabalhos de demolição. Com potência de 1.300 W e impacto (ipm) de 3.600/min, ele possui cabo com revestimento emborrachado que



confere maior conforto no manuseio, motor com dupla isolação que garante maior segurança ao operador, além de trava do gatilho para trabalhos contínuos, disponível nas tensões 127 V- ou 220 V-.

Também o Cortador de Parede CPV 3150 VONDER, ideal para aberturas e canais em alvenaria, a seco ou a úmido, para colocação de conduítes, tubulações, entre outras aplicações – deve ser utilizado obrigatoriamente com aspirador de pó no corte a seco. Possui potência de 3.000 W, rotação (rpm) de 7.000/min e deve ser utilizado com disco de 121 mm. O modelo trabalha com 5 discos diamantados em paralelo, agilizando o trabalho na abertura de canaletas e proporcionando maior precisão. Para o corte a seco, possui bocal para extração de pó para adaptação no aspirador, proporcionando menor incidência de poeira no ambiente e maior durabilidade dos discos diamantados. Para o corte a úmido, acompanha o kit de refrigeração com bomba elétrica (bivolt automático 100 V- - 240 V-).

E ainda a nova Esmerilhadeira Angular 5", EAV 1145 VONDER, com punho auxiliar com duas posições de fixação que atua como apoio durante o manuseio da ferramenta, adaptando-se a diferentes situações e locais de uso, muitas vezes de difícil acesso. Tem estrutura compacta, conta com botão de trava do eixo e dupla isolação, garantindo maior segurança ao operador nos trabalhos de corte, desbaste e acabamento em superfícies metálicas. O modelot em potência de 1.100 W, rotação (rpm) de 11.000/min

e está disponível nas tensões 127 V- ou 220 V-.

Já entre as ferramentas manuais, no mix VONDER são centenas de itens, entre alicates, martelos, chaves de fenda e fenda cruzadas/phillips, cortadores de cabos de aço, chaves ajustáveis, chaves grifo, saca-pinos, punções, talhadeiras, além das chaves fixas, estrelas e com catraca, chaves Allen, chave hexalobular, chaves de roda, canhão, bits e ponteiras, soquetes, tesouras, estiletes, entre muitos outros. Ou seja, um modelo ideal para cada necessidade, seja ela manutenção, instalação ou reparo profissional!

Entre os destaques para a construção civil, a Chave Grifo Tipo Americana em Alumínio VONDER, com principal diferencial na composição, com corpo em alumínio fundido, que garante maior leveza no manuseio e causa menor fadiga ao operador. Possui também mordentes em aço liga, proporcionando maior resistência à ferramenta. É indicada para manutenção de canos, caldeirarias, mecânica industrial, refrigeração, entre outros, disponível em seis comprimentos: 10", 12", 14", 18", 24" e 36".

Degustação: A VONDER promove ações especiais no ponto de venda, entre elas as demonstrações técnicas, como um benefício a mais ao revendedor e uma oportunidade interessante para que o consumidor possa ter uma experiência real de uso das principais linhas de ferramentas e equipamentos VONDER. Também uma chance para se tirar dúvidas sobre o correto uso, equipamentos e acessórios complementares, entre muitas outras questões.

*Tambasa, empresa
que cresce,
empresa que
fortalece, família
que fortalece.
Parabéns pelos
seus 70 anos !!*

TAMBASA
ATACADISTAS®

MALLORY



PRODUTOS PARA FIXAÇÃO



FUROU,
FICOU!

A variedade é muito grande. Difícil até de conseguir um bom espaço nas gondolas e prateleiras. Mas, com jetinho, tudo se arranja e ter um bom mix destes produtos no ponto de venda vai gerar bons lucros.



VONDER

A linha de Fixação da VONDER é completa e uma das mais premiadas do mercado, com o reconhecimento dos profissionais que usam e trabalham com fixadores em seu dia a dia. São itens como rebitadores, grampos e grampeadores, pinos, pregos, chumbadores, parafusos, arruelas, barras roscadas, porcas, ganchos, buchas, abraçadeiras, entre muitos outros, que garantem o máximo poder de fixação e desempenho, para um trabalho mais ágil, robusto e resistente.

Por serem itens de alto giro, apresentam diversificação e amplitude de soluções, sendo produtos fundamentais nas mais diferentes situações, desde a construção civil, manutenções industriais e reparos domésticos em geral.

A linha de Fixadores VONDER é completa, composta por itens como rebites, rebitadores, grampos, grampeadores, chumbadores, pregos, parafusos, buchas, porcas, barras roscadas e abraçadeiras. Muitos desses são *best sellers* da marca, sendo premiados em diversas categorias e reconhecidos pelo mercado como fiéis representantes da VONDER e que fazem jus ao crescimento expressivo tanto nos canais revendedores, quanto nas mãos e preferência de milhares de profissionais em todo Brasil.

Um exemplo disso são os **Parafusos Autobrocantes VONDER**, constantemente premiados no mercado e itens de bastante uso na construção civil, na fixação de coberturas e telhados metálicos, além da fixação de chapas finas e união dos encontros das telhas em coberturas metálicas. Possuem acabamento zincado, proporcionando maior resistência contra oxidação/corrosão.

Para se diferenciar num mercado tão amplo, a VONDER busca também sempre apresentar novidades que aliam praticidade e alto desempenho no uso, além de maior durabilidade, como fatores essenciais nos trabalhos de fixação, em que a *performance* de uso e resistência do produto são fatores indispensáveis. Para isso, tão importantes quanto os fixadores em si, a VONDER investe constantemente em ferramentas e equipamentos que tornam o trabalho de fixação ainda mais facilitado e funcional.

Um lançamento recente são as Parafusadeiras a Bateria Intercambiável VONDER, que reúnem tecnologia de ponta, alto desempenho e maior mobilidade, além do diferencial estratégico de atuarem com baterias de alto desempenho, em íons de lítio, que podem ser compartilhadas com outras ferramentas dessa mesma família. São três modelos de Parafusadeiras Intercambiáveis da VONDER: a Parafusadeira com Impacto, bateria intercambiável de 18 V, IPV 1818I; a Parafusadeira/Furadeira 1/2" com Impacto, bateria intercambiável de 18 V, IPFV 1819I; e a Parafusadeira/Furadeira 3/8", bateria intercambiável de 18 V, IPFV 1820. Todas elas trazem pontos importantes de funcionalidade, economia, praticidade, além, claro, do alto desempenho, características presentes em todo mix de produtos da VONDER, além do diferencial de compartilhar o mesmo carre-

gador e bateria (não acompanham). A **Parafusadeira/Furadeira IPFV 1820 da VONDER** é um dos destaques da linha, indicada para soltar e apertar parafusos e para fazer furos em madeiras ou metais. Conta com mandril de 3/8" - 10 mm, rotação (rpm) de 0 - 400/min e 0 - 1.100/min e capacidade máxima de perfuração de 10,0 mm no aço e 13,0 mm em madeira.



HENKEL

A marca Cascola possui soluções em diversas categorias de colas e selantes: desde as tradicionais colas de contato e cola branca à base de PVA; até os adesivos de montagem que possuem alta tecnologia, com agarre imediato e alta força de colagem, que são ideais para substituir a utilização de pregos e parafusos; além de uma linha completa de selantes e espumas de poliuretano. Para destacar exclusivamente uma linha de produtos, podemos mencionar a linha de adesivos de montagem **Cascola Monta & Fixa**, uma vez que suas soluções garantem a eficácia na fixação de rodapés, guarnições, florões, sancas, cerâmica, azulejo e objetos em paredes e até mesmo no teto, sem a necessidade de furar, parafusar ou pregar, oferecendo praticidade e rapidez à aplicação", diz Claudio Amadio, gerente da marca Cascola.

Com amplo portfólio, a marca apresenta algumas opções abaixo:

Cascola Monta & Fixa PL 500 Interior: O adesivo de construção é ideal para uso em ambiente interno. O produto é indicado para adesão de alta resistência à maioria dos materiais utilizados na construção, decoração, instalação, sem a necessidade de perfurar, pregar ou parafusar. Adere a variados materiais, como porcelana, metal, plástico, madeira, gesso, concreto, vidro, entre outros. Pode ser utilizado para instalação de rodapés, guarnições, florões, arandelas, peças decorativas, azulejos, ladrilhos, molduras, conduítes, canaletas, cantoneiras, além de aplicação em Dry Wall.



Cascola Monta & Fixa PL 600 Exterior: Indicado para ambiente externo, uma vez que é resistente às intempéries, o adesivo de construção adere a diferentes materiais, como porcelana, metal, plásticos, madeira, gesso, concreto, vidro, entre outros. Pode ser utilizado em rodapés, guarnições, florões, arandelas, peças decorativas, azulejos, ladrilhos, molduras, conduítes, canaletas, cantoneiras, maquetes, mosaicos etc.

Cascola Monta & Fixa PL 700 Transparente: É um adesivo de montagem transparente com agarre imediato e alta força de colagem, especialmente desenvolvido para aplicações com acabamento transparente.

Com exclusiva tecnologia Flextec®, o produto é resistente a intempéries, sendo aplicável em superfícies molhadas e utilizado



em ambientes internos e externos. Livre de solventes e resistente aos raios UV (não amarela), adere a uma grande variedade de materiais, sendo especialmente indicado para fixação de painéis de vidro, tampos de mesa, elementos decorativos, peças em acrílico, revestimentos em vidro, entre outros.

Cascola Monta & Fixa Cuba & Espelho: O adesivo

de construção une as características de selantes e adesivos, tornando-se completamente multifuncional. Além disso, a solução possui a exclusiva tecnologia Flextec®, desenvolvida pela Henkel, que faz com que o produto seja muito mais flexível, tenha agarre inicial, vedação imediata e alta força de colagem. Adere ampla variedade de materiais, como azulejos, concreto, cerâmica, madeira, metais, vidros, poliestireno expandido, plástico, entre outras opções. Além de produtos de excelência, desenvolvidos com a mais alta tecnologia, performance e segurança, a marca está constantemente atenta às necessidades do

mercado e também procuramos nos antecipar em oferecer soluções mais eficazes e modernas. Exemplo disso foi o pioneirismo da Henkel na retirada do solvente Toluol das colas de contato. Esta atitude contribuiu para preservar a saúde do profissional e torna a marca Cascola reconhecida e aprovada em todo o País. As embalagens são autoexplicativas? “Sim. Investimentos em um portfólio de produtos de alta performance e embalagem prática para atender às necessidades dos mercados ferragista e madeireiro, assim como do consumidor final, que prezam por essas duas características”, diz Amadio.

Diferenciais: A marca Cascola investe constantemente no relacionamento com a revenda e seus respectivos profissionais. Nos pontos de venda, o nosso objetivo é apresentar ao revendedor e balconista toda linha de produtos e suas aplicações, tornando-os aptos a explicar ao consumidor as características e os diferenciais de cada um dos nossos produtos através de treinamentos e materiais de apoio.

Também consideramos que uma comunicação eficiente é muito importante para impactar diferentes públicos estratégicos para a marca. Por isso, investimos em materiais de ponto de venda, ações de relacionamento, aproveitando datas comemorativas, como o mês do marceneiro, treinamentos e ferramentas digitais.

Garantia: Contamos com uma equipe de SAC especializada e preparada para atender e solucionar qualquer dúvida e/ou problema, propondo soluções rápidas para garantir a satisfação dos nossos clientes, seguindo sempre as normas do código de defesa do consumidor.

JOMARCA

“Tivemos, recentemente, o complemento de toda linha auto brocante, produzidos internamente (antes eram importados).



Iniciamos também a produção de parafusos para Drywall com o passo de rosca mais largo, facilitando a aplicação em menos tempo”, informa o diretor Ricardo Castelhana.

Embalagens: São vendidos em caixinhas com 200 ou 500 peças, evitando desperdícios.

Diferenciais: Nos Parafusos Ponta Broca, são desnecessários fazer os pré-furos, pois estes são aplicados diretamente na superfície. No caso do Drywall, temos a tranquilidade juntamente com o autobrocante da produção ser feita nacionalmente, evitando possíveis atrasos nos produtos importados.



ÂNCORA

A Âncora Sistemas de Fixação lança no mercado sua nova fita para Drywall, a Dry Tape Premium FTZ 50100, conhecida ainda como fita azul da Âncora. Focada nas aplicações no mercado de Construção à Seco, é um produto que chega com qualidade superior e preço competitivo. Os construtores pediram e aguardaram por este lançamento.

Todas as embalagens atendem as normas e contém todas as informações necessárias.



Degustação: Existem várias ações de treinamento e demonstração de produtos. Em diversas situações os consumidores encontram consultores da Âncora, como em feiras e eventos e até mesmo com a unidade móvel, que com todo o mix de produtos, roda diversas cidades e estados do Brasil apresentando os produtos.

Diferenciais: Os produtos Âncora são os mais tradicionais e os notoriamente de maior qualidade do mercado de fixadores. Temos soluções em todas as frentes de fixação para construção civil, o melhor atendimento, a entrega mais rápida e ainda, as mais importantes certificações de qualidade, nacionais e internacionais, como o ISSO 9001, que foi conferido à empresa este ano.

Garantia: A Âncora assume total responsabilidade e garantia por seus produtos. Quando se trata de chumbadores e sistemas de fixação, é preciso seguir todas as normas e submeter todos os produtos aos mais rigorosos processos de qualidade. Temos

um setor de engenharia preparado para sempre dar as melhores recomendações de produtos que chegam a durar mais de décadas após aplicados. No tocante às ferramentas de aplicação todas tem garantia de um ano de fábrica.

ADELBRAS

Além das tradicionais fitas adesivas, a Adelbras tem em linha um completo portfólio de produtos adesivos curva "A", completada pelos seguintes lançamentos:

Linha Adesivos: Grande variedade de produtos, como Adesivos Instantâneos, adesivos vinílicos e adesivos anaeróbicos. Ideais para as mais diversas colagens e uniões nos segmentos de artesanato, papelaria, moveleiro, calçadista e construção civil.

Fita Crepe Azul Imobiliária 722: A Fita Crepe Azul 722, é um produto Premium, que possui maior adesão e remoção fácil. Possui exclusiva tecnologia com resistência a umidade, solventes e tratamento anti UV, o que permite exposição por até 14 dias em ambiente interno e até 7 dias em ambiente externo com exposição direta ao sol e chuva, sem deixar qualquer resíduo após a remoção.

Os principais diferenciais desta fita são: Ausência de resíduos após a remoção, excelente adesão, excelente alongamento, proporcionando boa performance em curvas e contornos em mascaramentos. Resistência a temperaturas de até 100°C.

Todos os produtos Adelbras são fáceis de utilizar, além de ter embalagens bastante didáticas e explicativas.

Diferenciais: A Adelbras é especialista na produção de fitas adesivas, por isso oferece sempre produtos com alta qualidade, tecnológicos, fáceis de utilizar, inclusive com matérias primas menos poluentes, esta é uma preocupação constante para acompanhar as tendências de mercado e consumidores cada vez mais conscientes e exigentes.

A empresa disponibiliza materiais de ponto de venda, realiza campanhas de incentivos junto aos revendedores, realiza divulgação de produtos em mídias online e anúncios publicitários de forma planejada para apoio a vendas.

Além disso, a Adelbras está sempre disponível para esclarecimento de dúvidas, indicação de melhor aplicação de produtos, com suporte direto através SAC, promotores e representantes de venda.

Todos os produtos Adelbras possuem garantia, oferecendo sempre todo suporte necessário, para revendedores, indústria e consumidor final.



Linha de Pistolas de Pintura



Para pulverizar,
para pintar,
para facilitar,
para o seu **CLIENTE.**



www.gammaferramentas.com.br

GAMMA
FERRAMENTAS

FITAS ADESIVAS



GRUDE

BOM

Para realizar reparos, pinturas, acabamentos, as fitas adesivas são muito importantes. É um produto que precisa de muita orientação no ponto de venda e o balconista deve ficar atento às necessidades do consumidor para indicar a melhor solução para a sua utilização.



3M

Foi lançado esse ano a nova Fita Crepe 3M 101LA, fita em papel crepe especialmente tratado para mascaramento em processo de pintura imobiliária ou em aplicações onde a resistência à altas temperaturas é necessária. A nova fórmula tem como principal característica a aderência na medida certa.

Segimd Patricia Antonio, Marketing Manager Canal do Varejo Profissional, as embalagens da nova Fita Crepe 3M 101LA comunicam quanto ao direcionamento para a aplicação principal que é pintura imobiliária e também uso geral. Estamos alinhados hoje ao padrão de mercado do varejo da construção, onde os produtos são disponibilizados em torres com rolos de 18mm, 24mm e 48mm.

Diferenciais: “Força da marca 3M pela tradição no mercado e produtos de qualidade. A nova Fita Crepe 3M em nova formulação proporciona aderência na medida certa, fácil aplicação e remoção”, explica Patricia.

ADELBRAS

A Adelbras possui uma ampla linha de produtos adesivos, completada recentemente pelos seguintes lançamentos:

Dupla Face Espuma Banheiro: Fita Dupla Face formulada especialmente para uso em banheiros e áreas úmidas, possui medida de 19mm x 2m. Ideal para pendurar objetos leves, quadros, decorações, é um produto especialmente desenvolvido para dispensar o uso de pregos e parafusos. No verso da embalagem, além de todas as instruções de uso, está desenhada uma régua, que facilita a utilização.

Dupla Face Espuma Cozinha: Fita Dupla Face formulada especialmente para uso em cozinhas e áreas expostas a gordura, possui medida de 19mm x 2m. Ideal para pendurar utensílios, decoração, é um produto especialmente desenvolvido para dispensar o uso de pregos e parafusos. No verso da embalagem, além de todas as instruções de uso, está desenhada uma régua, que facilita a utilização.

Além destes lançamentos, todas as medidas de Dupla Face Massa Acrílica e Dupla Face espuma, possuem nova fórmula ultra forte, receberam novas medidas para facilitar a aplicação e novas embalagens, com régua, que facilita a utilização.

Marcos Chohfi, gerente de marketing



informa que todos os produtos Adelbras são fáceis de utilizar, além de ter embalagens bastante didáticas e explicativas.

“A Adelbras é especialista na produção de fitas adesivas, por isso oferece sempre produtos com alta qualidade e tecnologia, fáceis de utilizar e com preços extremamente competitivos.

A empresa disponibiliza materiais de ponto de venda, realiza campanhas de incentivo junto aos revendedores, realiza divulgação de produtos em mídias online e anúncios de forma planejada para apoio a vendas. Realiza constantemente treinamento junto aos revendedores, está sempre disponível para esclarecimento de dúvidas, indicação de melhor aplicação de produtos, com suporte direto através SAC, promotores e representantes de vendas. Somos uma empresa que oferece todo o suporte necessário, para revendedores, indústria e o consumidor final”, explica. Acrescentando que todos os produtos Adelbras possuem garantia total dentro das condições corretas de uso e armazenamento descritas em suas embalagens.

ADERE

Os mais recentes lançamentos da Adere são a FITA FORTE 24X02; FITA FORTE TAB; FITA FORTE Decoração e Artesanato; Silver Tape Branca;

Janaina Silva - Marketing de Produto destaca as informações contidas nas embalagens dos produtos Adere: “Prezamos por



uma embalagem completa, contendo quais os materiais ideais para fixação, instrução de uso, recomendações e superfícies ideais para aplicação. Em nossas embalagens (FITA FORTE) também consta o QR CODE que em breve será direcionado para o vídeo de aplicação, uma forma interativa de utilização do produto ao usuário.

Diferenciais: A FITA FORTE 24X02 é a fita mais forte do mercado, suporta

peso de 1Kg a cada 15cm de fita. Substitui pregos e parafusos, dispensando o uso de furadeiras com garantia de aplicação limpa, fácil e segura. É indicada para fixação de vidros, quadros, acrílicos, objetos de decoração, placas de sinalização, entre outros. Ambiente interno e externo.

A FITA FORTE TAB foi desenvolvida para complementar a linha FITA FORTE e atender uma parcela do mercado que procura por maior praticidade nas fixações do dia-a-dia. A praticidade do uso da FI-



TA FORTE TAB está relacionada ao recorte da fita, que já vem em Tabs (tabletes) de 40mmX25mm, facilitando a aplicação. Produto EXCLUSIVO no mercado (nenhum outro concorrente tem).

A FITA FORTE Decoração e Artesanato é uma dupla face de espuma, indicada para aplicações leves! Possui boa adesão em superfícies irregulares e esta disponível em 3 medidas: 12X1,5 / 19X1,5 e 24X1,5. É ideal para fixação de quadros leves, objetos de decoração, canaletas e placas em geral.

A FITA SILVER TAPE BRANCA, vem para completar o portfólio de SILVER TAPE, que já conta com as cores: PRATA E PRETA. É uma fita de alta resistência e durabilidade, pois não sofre interferência pela umidade ou ação direta da água. Versátil, forte e resistente, é uma fita multiuso, possui excelente adesão em diferentes superfícies! Com aplicações como: empacotamento em geral, vedação de dutos, reparos provisórios, encadernação, emendas e outros. Janaina reforça que as Fitas ADERE têm validade indeterminada e garantia permanente!



KRONA

A Fita Isolante Antichama da Krona é indicada para instalações elétricas de baixa tensão nominal igual ou inferior a 1000 V em corrente alternada, com frequências inferiores a 400Hz, ou a 1500 V em corrente contínua, para efetuar isolamento, cobertura de terminações e emendas de fios e cabos elétricos, reparos e instalações em obras residenciais, prediais e industriais. O produto é normatizado com certificação em padrões nacionais, possui dorso em PVC (não propaga chamas), boas propriedades dielétricas, flexível, resiliente, boa aderência ao fio e ao seu dorso.



Diferenciais: Além da ótima relação custo-benefício, a Krona oferece ao cliente uma linha completa, com três tamanhos de rolo: 5, 10 e 20m de comprimento, todas com 19mm de largura.

Garantia: A Krona garante este produto por um ano de armazenamento em sua embalagem original (não armazenar em locais acima de 30°C por longos períodos).

CHEGOU!

Nova linha Afix Green

A REVOLUÇÃO DA COLA DE CONTATO

O Afix Green é formulado com nanotecnologia e resinas naturais e tem alto desempenho final de colagem. Rende até 50% a mais do que os adesivos à base de solvente.

O adesivo Afix Green NÃO usa solvente em sua composição. Pode ser aplicado em QUALQUER AMBIENTE, não tem perigo de incêndio, não libera gases e praticamente NÃO TEM CHEIRO. Versatilidade é a sua outra grande qualidade! Use o Afix Green com MDF, madeira, borracha, couro, vidro, carpetes, rodapés e muito mais!

Adesivo de contato extraforte



“TRANSPARÊNCIA É O NOSSO DESAFIO”

Geraldo Defalco, presidente da Associação dos Comerciantes de Material de Construção (Acomac) Jundiaí e Região, foi eleito presidente da Anamaco (Associação Nacional dos Comerciantes de Material de Construção) e vai substituir Marcos Atchabahian, que presidiu a Associação por dois mandatos. A eleição foi realizada no dia 26 de outubro, durante a realização de evento promovido pela Acomac/Bahia. Foram 23 votos a favor de Defalco e 18 para a chapa encabeçada por Hiroshi Shimuta, da situação.

Defalco é administrador de empresas, com MBA em Gestão Empresarial pela Universidade de Brasília (UNB) e diretor da Loja do Pintor de Jundiaí, que tem 3 lojas. Atuou no mercado financeiro por mais de 30 anos. Tem 58 anos, é casado e tem dois filhos.

“Foi realmente uma surpresa”, diz o novo presidente, justificando que, há muito tempo, duas chapas não concorriam à presidência da entidade.

“O processo eleitoral foi muito tranquilo, muito transparente e bem maduro, sem problemas, pois estamos todos nos unindo para trabalhar pelo mesmo objetivo, que é o de aumentar a representatividade da entidade, criar mais Acomacs em regiões estratégicas. Por isso, nossa diretoria vai trabalhar de maneira saudável, sair da zona de conforto e criar ideias novas”, diz Defalco. O programa da chapa de Gustavo Defalco tem 14 pontos “registrados em cartório”, deixa bem claro. São pontos importantes. O primeiro é a transparência. “Todos os números, financeiros e não financeiros serão divulgados,



Geraldo Defalco

mensalmente, aos presidentes de Acomac e Fecomac”, informa Defalco.

“A base principal do projeto é a expansão das Acomacs, criando metas para captação de associados às Acomacs com apoio da Anamaco. Atualmente são 42 Acomacs, mas queremos chegar, nos próximos dois anos, a 100 Acomacs. O Estado de São Paulo, por exemplo, onde está o maior volume de negócios do comércio de materiais de construção, tem percentual de 40% de Acomacs constituídas. Cidades importantes, tais como Guarulhos, Praia Grande, Santos e boa parte do Oeste paulista não têm representatividade. Outras regiões, como Rio de Janeiro, Espírito Santo, Mato Grosso, Fortaleza, também não tem”, esclarece o novo presidente.

E acrescenta: “Muitos lojistas não sabem da existência da Anamaco e precisamos diminuir esta distância, mantê-los informados do que está acontecendo com a associação. Vamos nos utilizar das boas práticas de algumas Acomacs, como as da Bahia e de Mato Grosso e implementar nas demais. O objetivo é que cada dono de loja possa acessar conhecimento mais profissional, utilizando um canal cujo manual de procedimento vamos criar, criando um padrão nacional. Hoje somos muito desconectados e isso não cria corpo. O que vamos fazer, a partir de janeiro, é um planejamento estratégico, que vai envolver todos os presidentes das Acomacs, com apoio do Sebrae, para o fortalecer as entidades”, esclarece.

“Hoje, a Anamaco não tem muitos recursos, mas vamos buscar parcerias para corrigir isso. Trabalhei 33 anos no sistema financeiro e desenvolveremos pequenos projetos para trazer recursos para a entidade. O nosso segmento representa 9,1% do PIB; pagamos R\$37 bilhões de impostos; geramos 11 milhões de empregos diretos e temos mais representatividade que o primeiro setor, que sofre mais com a recessão”, explica.

E espera que a economia apresente melhora a partir do segundo semestre. “Conversando com economistas, a perspectiva é a de que, a partir de julho de 2020, a retomada seja mais acentuada, e o governo está fazendo um trabalho de estruturar a economia. Com a austeridade do controle fiscal, e os bancos participando com taxas menores, isso vai fazer a economia crescer, vai gerar mais empregos”, finaliza.



VINIGÁS
COMPONENTES PARA GÁS



Troque seu registro a cada 05 anos



**REGULADOR EXCEL
COM REGISTRO
DOMÉSTICO**



**REGULADOR EXCEL
COMPLETO COM REGISTRO
MANGUEIRA E
ABRAÇADEIRAS.
DOMÉSTICO**

www.vinigas.com.br

INDÚSTRIA



EXPOSHOW ATLAS

A Atlas realizou em outubro, na fábrica de Esteio, RS, o tradicional Exposhow, destinado a lojistas, balconistas e profissionais. Participaram mais de 1.000 profissionais.

Com mais de 1.200 produtos expostos numa área de 2.000 m², foram montadas três estações de testes práticos. A primeira, com aplicação de massa rolada e desempenadeira Berox, linha de lixas, abrasivos e suportes para o lixamento e pintura com o lançamento Garfo Gaiola Profissional. A segunda estação prática teve como tema a construção a seco, onde foram apresentados 13 soluções para esse tipo de trabalho, são elas: 3 tamanhos de espátulas retangulares, 2 tamanhos de espátulas com bits, bandeja para emassamento, serrote de ponta, tela de reparo, conjunto giz de linha 30

m, estilete trapezoidal, tesoura de aviação corte reto e rolo Drywall. Por fim, a terceira estação apresentou a linha de limpadores de obra, Antimofo, Limpa Porcelanato, Limpa Rejunte e Tira Tinta, assim como toda a linha premium de adesivos e selantes com toda sua tecnologia.

Os profissionais participaram de uma apresentação de produtos de alta performance com o Gerente Nacional de Vendas, Cassiano Cardoso, e o Trade Marketing da região, Cesar Kindlen. “A participação dos profissionais aumenta a cada edição do evento e isso nos mostra que estamos no caminho certo”, aponta Cassiano Cardoso.

O destaque foi o lançamento do garfo gaiola profissional, com cinco grandes diferenciais para os pintores: gaiola com 5 arames, haste mais robusta, com 7,5 mm, cabo emborrachado e maior, rosca interna para mais firmeza no uso



com prolongadores e a tecnologia de mancal e bucha, que isola o atrito entre o plástico e o aço, grande causador do famoso caldo cinza, o terror dos pintores. No final do evento foram realizados vários sorteios de diversas ferramen-

tas apresentadas na palestra, além de lavadoras a pressão, bicicletas e kits churrasco, entre outros. Logo após o sorteio, foi realizado um show da banda Tchê Barbaridade, grupo regionalista popular na região, que marcou o encerramento.

HD HEAVY DUTY®
Better to use Heavy Duty

Arame de Solda MIG



Solda forte e uniforme

O Arame de Solda MIG Heavy Duty® possui um acabamento perfeito e é indicado para soldagem de aços carbono em geral.

O produto é fabricado com um rigoroso controle de composição química, para garantir a excelente desoxidação durante a soldagem e maior uniformidade no cordão.

DADOS TÉCNICOS

- Norma AWS ER70S-6;
- Soldagem de aços carbono em geral;
- Excelente desoxidação durante a soldagem e maior uniformidade no cordão;
- Revestimento delgado de cobre com ótima aderência;
- Embobinamento: capa-capa.



HD HEAVY DUTY®
Better to use Heavy Duty

www.heavyduty.com.br
(41) 4042-7435 / contato@heavyduty.com.br



viajando pelo BRASIL

Confira as datas e os locais das principais feiras do segmento

EXPO REVESTIR

Feira Internacional de Acabamentos

De: 10 a 13 de março
Local: Transamérica Expo Center, São Paulo, SP
www.exporevestir.com.br

FEICON BATIMAT

Feira Internacional da Construção

De: 31 de março a 03 de abril
Local: São Paulo Expo, SP
www.feicon.com.br

ECOENERGY

Feira e Congresso Internacional de Tecnologias Limpas

De: 14 a 16 de abril
Local: São Paulo Expo, SP
www.feiraecoenergy.com.br

FEIMEC

Feira Internacional de Máquinas e Equipamentos

De: 05 a 09 de maio
Local: São Paulo Expo, SP
www.feimec.com.br

FENAHABITAT

Feira da Construção e Habitação

De: 20 a 23 de maio
Local: Parque de Exposições Vila Germânica, Blumenau, SC
www.viaapiaeventos.com.br

GLASS SOUTH AMERICA

Feira Internacional de Design e Tecnologia em Vidro

De: -3 a 06 de junho
Local: São Paulo Expo, SP
www.grassexpo.com.br

SMART.COM

Construction of Tomorrow

De: 17 e 18 de junho
Local: São Paulo Expo, SP
www.exposmartcon.com.br

FORMÓBILE

Feira Internacional da Indústria de Móveis e Madeira

De: 30 de junho a 03 de julho
Local: São Paulo Expo, SP
www.formobile.com.br

CONSTRUSUL

23ª Feira Internacional da Construção

De: 21 a 24 de julho
Local: Fiergs, Porto Alegre, RS
www.feiraconstrusul.com.br

EXPOLUX

Feira Internacional da Indústria da Iluminação

De: 04 a 07 de agosto
Local: Expo Center Norte, SP
www.expolux.com.br

CONCRETESHOW

Feira do Cimento e Concreto para a Construção

De: 11 a 13 de agosto
Local: São Paulo Expo, SP
www.concreteshow.com.br

FESQUA

XIII Feira Internacional da Indústria de Esquadrias

De: 16 a 19 de setembro
Local: São Paulo Expo, SP
www.fesqua.com.br

FICONS

XIII Feira Internacional de Materiais e Equipamentos da Construção

De: 15 a 18 de setembro
Local: Centro de Convenções de Pernambuco, Recife/Olinda
www.ficons.com.br

FISP

23ª Feira Internacional de Segurança e Proteção

De: 20 a 22 de outubro
Local: São Paulo Expo, SP
www.fispvirtual.com.br

FICONS

A localização geográfica de Pernambuco na região Nordeste e a estrutura instalada que, por meio do Aeroporto Internacional dos Guararapes, da malha viária e do Porto de Suape, oferece fácil acesso a todas as regiões do país, faz de Recife o local ideal para sediar o maior evento regional da construção.

Polo de atração de empresas que buscam o local ideal para a instalação de unidades industriais e centros de distribuição regional, Pernambuco e a região Nordeste, que vem apresentando taxa de crescimento superior à média nacional devido ao grande número de obras de infraestrutura, permite vislumbrar o sucesso desta iniciativa, que vai proporcionar novas oportunidades de negócios.

Uma vantagem estratégica facilmente confirmada pelo grande número de empresas que aqui instalam unidades industriais e centros de distribuição. Um dos mais importantes centros de eventos do país, Recife conta com um pavilhão de exposições de 20.000 m² no Centro de Convenções de Pernambuco, um espaço com mais de 74 mil metros quadrados, equipado com tudo o que você precisa para a realização de feiras, seminários, reuniões de negócios e eventos diversos.

Marluvas. A melhor solução em EPIs do Brasil.



Top of Mind
em Calçados
de Proteção



Maior fabricante
de calçados
profissionais da
América Latina



Atendimento
especializado
com foco
no cliente

Calçados Eletricistas
aprovados na
NORMA ABNT
NBR 16603.2017



Agora também
com proteção
para as mãos



Presente nos
principais canais
de distribuição do
Brasil e de outros
18 países



Calçados
com as
melhores
tecnologias



Garantia
de conforto
atestada pelo
IBTeC



Todos os
produtos
certificados

CALÇADOS
VEGANOS
MARLUVAS

Opções de
calçados
veganos



Investir em produtos Marluvas é investir no
crescimento da sua empresa. Seja um revendedor.

0300 788 3323
faleconosco@marluvas.com.br
marluvas.com.br



MARLUVAS
EQUIPAMENTOS PROFISSIONAIS

PODE
CHOVER

PARABÉNS

A DRYKO

Impermeabilizantes

parabeniza a

Tambasa

por seus 70 anos.

QUE A

DRYKO

GARANTE.

Mantas, fitas e emulsões asfálticas, argamassas impermeabilizantes. Tudo isso e muito mais para proteger a sua obra da umidade, mofo e goteiras.

