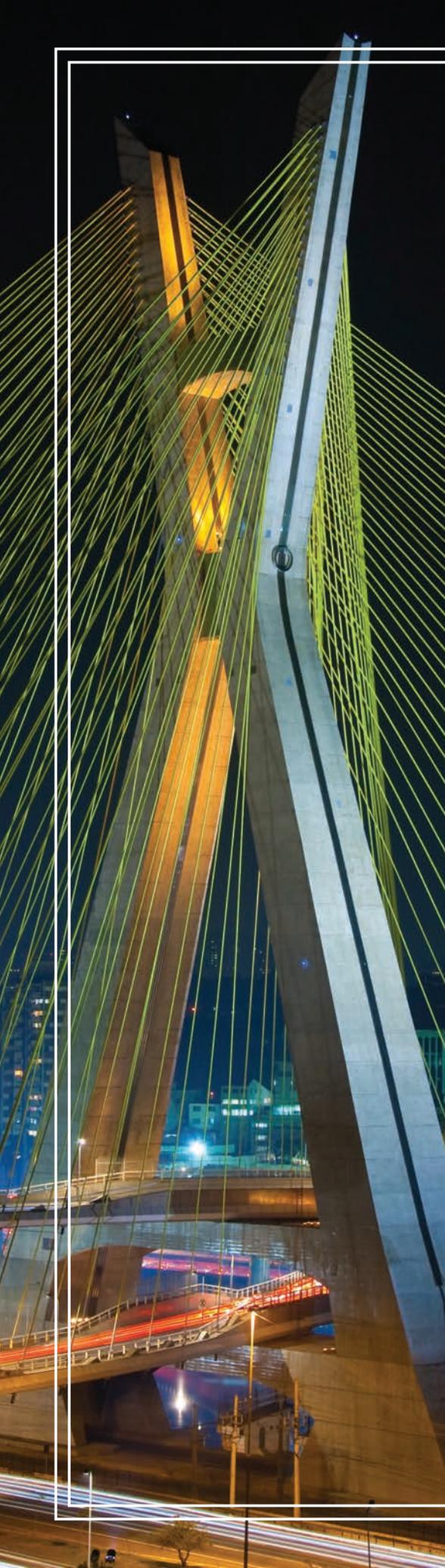


GRUPO
REVENDA

A P R E S E N T A

E S P E C I A L
SUDESTE





RECUPERAÇÃO E O COMÉRCIO DE

MATERIAIS DE CONSTRUÇÃO

POR NEWTON GUIMARÃES

O Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) divulgou os resultados do PIB brasileiro do primeiro trimestre de 2020, quando os impactos da Crise da Covid-19 já se faziam sentir por aqui; primeiro, em fevereiro, na forma de rupturas na cadeia de fornecimento das indústrias, para, no mês seguinte, se espalhar para todas as atividades econômicas. E, o PIB da Construção, a exemplo do que ocorreu na crise de 2014 a 2016, acusou de maneira mais intensa os impactos da Crise da Covid-19.

Em relação ao primeiro trimestre do ano passado, o PIB bra-

sileiro encolheu 0,3%, interrompendo doze trimestres consecutivos de crescimento, nos comparativos com os mesmos trimestres do ano anterior.

Se considerarmos o desempenho no acumulado de 2014 a 2019, o PIB brasileiro encolheu 2,7%, situação que será agravada ao final de 2020.

Já, o PIB da Construção, em relação ao primeiro trimestre do ano passado, encolheu 1%, interrompendo três trimestres consecutivos de crescimento, nos comparativos com os mesmos trimestres do ano anterior.

Se considerarmos o desempenho no acumulado de 2014 a

2019, o PIB da Construção encolheu impressionantes 28,8%, situação que, também, será agravada ao final de 2020, conforme podemos ver no gráfico 1.

O PIB do setor é composto, fundamentalmente, pelas atividades de construções de edifícios, obras de infraestrutura e serviços especializados da construção (em geral, atende as duas primeiras atividades), que, no mundo pré-pandemia, indicavam para vigorosas recuperações – por ora, estancadas –, com o aumento das vendas e lançamentos de imóveis novos e proeminente agenda de concessões, privatizações e vendas de ativos do Governo Federal, fundamentais para aumentar o nível de investimentos na infraestrutura do país. Já, um terceiro tripé que sustenta a indústria da construção, o comércio de materiais de construção (varejo e atacado), não diferentemente, sente os impactos da Crise da Covid-19, porém, com atenuantes, devido a manutenção do consumo das famílias e empresas (inclui hospitais e afins, e, indústrias diversas) durante o período de isolamento social, além do funcionamento, na maior parte do Brasil, das lojas físicas, permitindo a continuidade de parte das obras já iniciadas.

A crise anterior já havia ensinado aos fabricantes a importância desse consumo diluído por mais de 130.000 varejistas em todo o Brasil, com sua imensa capacidade de amortecer as perdas e os impactos financeiros das quedas dos lançamentos, construções de edifícios e obras de infraestrutura, com seus morosos processos de contratações e inícios de empreendimentos.

Porém, se na superação da crise anterior tratava-se de recuperar as vendas de materiais de construção paralelamente à recuperação econômica, o desafio para os próximos meses é reinterpretar motivações de consumo, para recuperar essas vendas diante de incertezas econômicas.

E, essencialmente, reinterpretar o consumidor pós-pandemia seria extrapolar muitos dos comportamentos anteriores, potencializando-os no presente. Então, vamos analisar alguns importantes comportamentos de consumo no mundo pré-pandemia na maior região do Brasil.

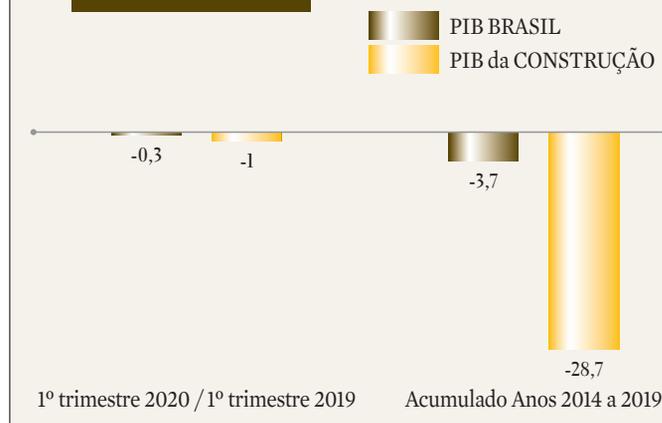
DIMENSÃO DO CONSUMO NO SUDESTE

Estima-se um faturamento do comércio de materiais de construção no Brasil, em 2019, de, aproximadamente, R\$136,691 bilhões. Isso representa um crescimento nominal de 8%, em relação ao ano de 2018.

A região Sudeste responde por, aproximadamente, 52,87% do total, ou, aproximadamente, R\$72,271 bilhões, divididos entre os estados de São Paulo, com participação de 32,2% do total, ou R\$44,015 bilhões; Rio de Janeiro, com 10,2%, ou R\$13,939 bilhões, Minas Gerais, com 8,75%, ou R\$11,963 bilhões, e, por fim, Espírito Santo, com 1,72%, ou R\$2,353 bilhões.

Somente os três maiores estados da região respondem por mais da metade de todo o consumo de materiais de construção no país.

GRÁFICO 1



Fonte: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) – Elaboração Fundação de Dados

Já o consumo per capita de materiais de construção da população com mais de 14 anos de idade (corte da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílio Contínua – PNAD Contínua) na região, é estimado em, aproximadamente, R\$1.001,24, sendo de R\$1.172,89, no estado de São Paulo; R\$989,44, no Rio de Janeiro; R\$692,49, em Minas Gerais, e, por fim, R\$715,20, no Espírito Santo.

Os consumos per capita de São Paulo e Rio de Janeiro somente são superados no Brasil pelo consumo per capita do Distrito Federal, em R\$2.056,76.

MOMENTO ANTERIOR A COMPRA

Segundo o Painel Comportamental do Consumo de Materiais de Construção 2019 – Digital, que entrevistou 934 consumidores das classes A/B/C que realizaram obras/reformas residenciais, entre outubro de 2018 e setembro de 2019, sendo 601 consumidores no Sudeste, desse total na região, 53,7% pesquisaram as informações sobre os materiais de construção, seguida pelos sites das empresas fabricantes, com 26,2%, praticamente empatados com o YouTube, com 25,1%, seguido pelos e-commerces de materiais de construção, com 22,4%, e, apenas para ficarmos nos cinco meios mais consultados, pelos blogs, foruns e comunidades na internet sobre decoração, acabamento e construção, com 14,6%.

Podemos ver melhor no gráfico 2 que excetuando as lojas físicas de materiais de construção, os outros seis meios mais consultados estão na internet.

O ponto de venda de materiais de construção continua sendo fundamental, não só para as transações comerciais, mas também, para consultas e buscas de informações antes de suas realizações. No entanto, a omnicanalidade dos consumidores (combinação de diversos meios durante a jornada de compra) impõe o desafio para os fabricantes e varejistas de integrarem

meios distintos, porém complementares, de maneira coerente e sinérgica.

Não é mais possível para uma mesma marca se portar de uma maneira no ponto de venda e de outra maneira num site ou e-commerce, ter comunicações divergentes no YouTube, Pinterest, Facebook, Instagram...

Para o consumidor, no início da longa jornada de compra de materiais de construção para obras e reformas, manter a coerência de comportamento das marcas em todos esses meios é um grande estímulo para que, após essa fase, ele opte pela bandeira varejista ou marca do produto no momento da compra. Sem fricção e barreiras, fluindo para a conversão.

MOMENTO DA COMPRA

E a internet foi utilizada para compras de materiais para a obra por 19,2% dos entrevistados no Brasil (não avaliamos quantidade, volume ou valores gastos, apenas uso, podendo ser um ou vários itens antes ou durante a obra), com destaque para os entrevistados da região Sul, com 25,5%, e menor incidência de uso na região Nordeste, com 8,7%. Já, na região Sudeste, 19,9% a utilizaram para compras.

Desses consumidores da região Sudeste, 38,7% consideraram como maior barreira para a compra a falta de possibilidade de conferir cores e texturas, seguida por ter de pagar valor do frete, para 36,6%; demora do frete/prazo de entrega, para 30,7%; não ter entrega imediata, para 28,3%, e, apenas para ficarmos nas cinco principais desvantagens apontadas pelos e-consumidores de materiais de construção, não conseguir dimensionar a quantidade de produtos necessários, para 23,4%.

Bem, questões ligadas a cores, texturas e dimensionamento da quantidade de produtos podem ser, justamente, resolvidas pela já citada fundamental integração de canais físicos e digitais; e, ao que tudo indica, os e-consumidores já perceberam isso.

Desses mesmos entrevistados, 56,6% buscaram apoio da loja física da mesma bandeira do e-commerce em que compraram posteriormente, para tirar dúvidas, checar dimensões, encaixes, medidas, cores, texturas etc. Já, 21,7% o fizeram em uma loja física de outra bandeira do e-commerce em que compraram posteriormente, e, outros 21,7% não precisaram de apoio de qualquer loja física para comprar pela internet. Em outras palavras, 78,3% dos e-consumidores de materiais de construção utilizaram as lojas físicas como showroom antes de fechar suas compras pela internet.

Já as barreiras ligadas ao preço do frete e prazo de entrega, ao que tudo indica, também estão sendo resolvidas pelos e-consumidores de materiais de construção.

O Clique e Retire, ou seja, compra pela internet e retirada na loja física, foi utilizado, na totalidade das compras, por 21,1% dos e-consumidores do Sudeste; 31,3% tiveram uma parte entregue em suas residências e outra parte retirada na loja física, e, por fim, 47,5% receberam a totalidade das compras em suas residenciais.

Em outras palavras, 52,4% dos e-consumidores de materiais de construção integram, em maior ou menor grau, o e-commerce com a loja física de materiais de construção para retirada de produtos.

É a internet estimulando o fluxo de consumidores na loja física, num segmento onde a necessidade sensorial (sentir

GRÁFICO 2

MEIOS PARA PESQUISAS DOS MATERIAIS DE CONSTRUÇÃO QUE SERIAM COMPRADOS POR CONSUMIDORES DA REGIÃO SUDESTE - %



texturas, tocar, ver cores etc.) e a rapidez de entrega e retirada, para não paralisação da mão de obra e atraso de cronograma da reforma residencial (que sempre atrasa), são fundamentais. Mas, então, quando os consumidores estão na loja pesquisando e/ou comprando, de que maneira eles fazem uso da internet em seus smartphones/tablets?

Apenas 20% não utilizaram as plataformas móveis na loja física enquanto estavam comprando. Já outros 36,6% as utilizaram para comparar preços dos materiais e comprarem em outro momento, em outra loja física; 32,7% utilizaram para fotografar os materiais e enviar para outras pessoas darem opiniões; 29,1% compararam preços dos materiais, negociaram com os vendedores e finalizaram a compra; 27,7% compararam preços dos materiais e compraram em outro momento, pela internet, e, por fim, 20,8% utilizaram as plataformas móveis para obter outras informações sobre características técnicas dos materiais.

A média de utilização dos “aparelhinhos” para quaisquer desses fins é de 1,8, ou seja, os consumidores de materiais de construção, quando realizando obras residenciais, chegam nas lojas com seus assistentes de compra no bolso, tornando ainda mais desafiante a tarefa dos vendedores, cada vez mais exigidos em seus conhecimentos técnicos e capacidade de negociação.

Interessante notar, como podemos ver melhor no gráfico 3, que os consumidores de maior poder aquisitivo se destacam no quesito de consultar seus smartphones/tablets e negociar com os vendedores na própria loja, tornando ainda mais

desafiante essa tarefa, porém, fundamental para vendas de produtos de melhor qualidade e aumento do ticket médio.

Por outro lado, esses mesmos consumidores de maior poder aquisitivo também se destacam no quesito relativo a desistência da compra na loja, fazendo-a em outro momento, numa outra loja física e, principalmente, pela internet.

Com isso, há espaço para as equipes de vendas melhor se prepararem e aumentarem a conversão, não perdendo esses clientes, justamente, no momento em que eles estão em suas lojas. Enquanto canal de vendas, os e-commerces ainda são pouco relevantes – e continuarão sendo mesmo após a pandemia –, para o faturamento total do segmento, mas a internet e seus diversos meios, incluindo os e-commerces, desempenham e desempenharão ainda mais, um papel fundamental no longo e de alto valor agregado ciclo de compras, que tanto caracteriza o segmento de materiais de construção.

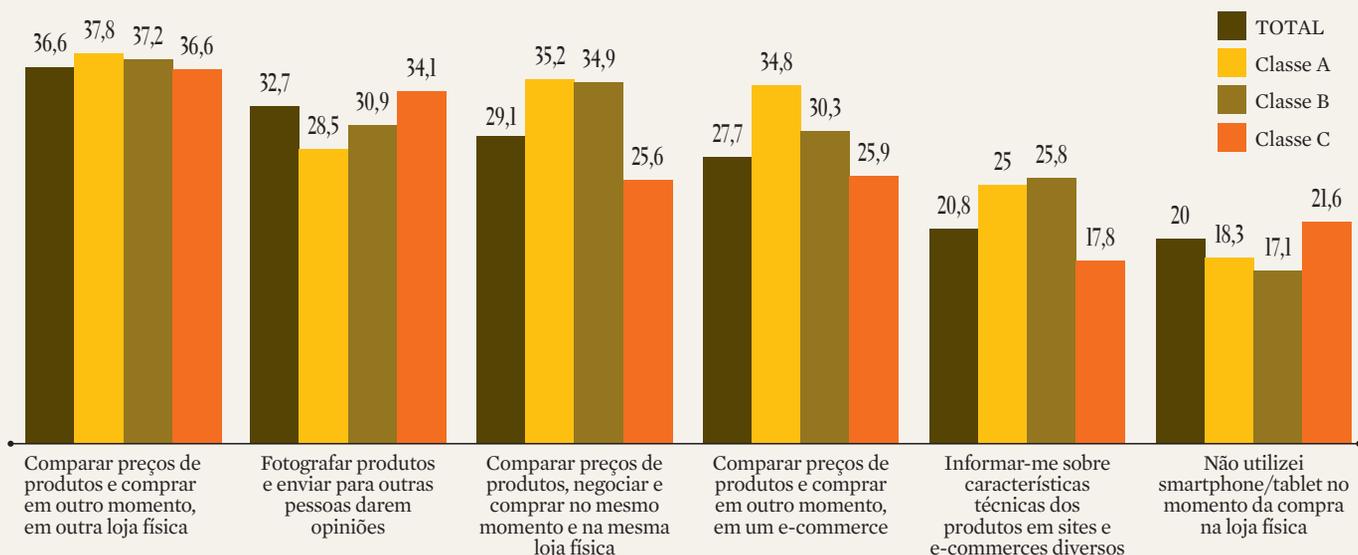
Na região Sudeste, os conceitos da omnicanalidade já estavam em desenvolvimento e, como frisamos na abertura do artigo, muitos comportamentos pré-pandemia foram potencializados no presente e serão incorporados com mais ênfase no mundo pós-pandemia.

E, não devemos decepcionar um mercado que responde por mais da metade do consumo de materiais de construção do país, não é?

Newton Guimarães é Head da Fundação de Dados, sistema de pesquisas e inteligência de mercado cogerido por Leroy Merlin, Eucatex e Votorantim Cimentos.

GRÁFICO 3

USO DO SMARTPHONE/TABLET NO MOMENTO DE COMPRA E/OU PESQUISA NA LOJA FÍSICA DE MATERIAIS DE CONSTRUÇÃO POR CONSUMIDORES DA REGIÃO SUDESTE - %



Questão: Você diria que no momento da pesquisa e/ou compra dos materiais para a sua obra num loja física, você utilizou o smartphone/tablet com acesso à internet para (...)

ADERE SOLUÇÕES AUTOADESIVAS

Fundada em 1967, a ADERE é hoje a maior empresa de capital nacional fabricante de fitas adesivas no Brasil. Além da matriz em Sumaré/SP, a ADERE conta atualmente com uma filial no Nordeste (Recife, PE) e uma filial no Sul (Novo Hamburgo, RS) voltada para o segmento calçadista.

QUALIDADE GARANTIDA: A ADERE é a primeira empresa de fitas adesivas 100% nacional a conquistar as certificações ISO 9001 e ISO 14001! O processo de certificação confirma que possuímos um sistema de gestão que observa os requisitos estabelecidos pela norma e demonstra a capacidade sistêmica em atender aos requisitos aplicáveis às nossas soluções e serviços.

A ADERE possui uma linha completa de soluções autoadesivas, incluindo a Fita Forte®, a dupla face mais forte do mercado. Também as Fitas Crepe, sendo seu carro chefe

a Fita 427, destaque no mercado de Pintura Imobiliária. E Fitas complementares como Silver Tape, Fitas para Empacotamento, Fitas Isolantes, Veda Rosca, Fitas para Demarcação de Solo, Antiderrapantes, entre outras soluções, somando mais de mil apresentações de produtos, destinados ao mercado de construção e disponíveis nas melhores lojas e Home Centers do Brasil. Também soluções para o mercado de indústria, fazendo parte dos processos mais qualificados, que requerem a melhor qualidade. E no mercado de papelaria, com as soluções que não podem faltar no dia a dia. A ADERE também atua no mercado automotivo e hospitalar, oferecendo soluções que facilitam os processos destas áreas.

Para todas as aplicações existe uma solução que ADERE. Saiba mais em www.adere.com.

AQUI TEM

FITAS ADESIVAS

ADERE®

Colou, tá colado.

**100%
COM VOCÊ**



O MIX DE PRODUTOS IDEAL PARA O SEU NEGÓCIO

AFORT: INVESTIMENTO EM QUALIDADE E TECNOLOGIA

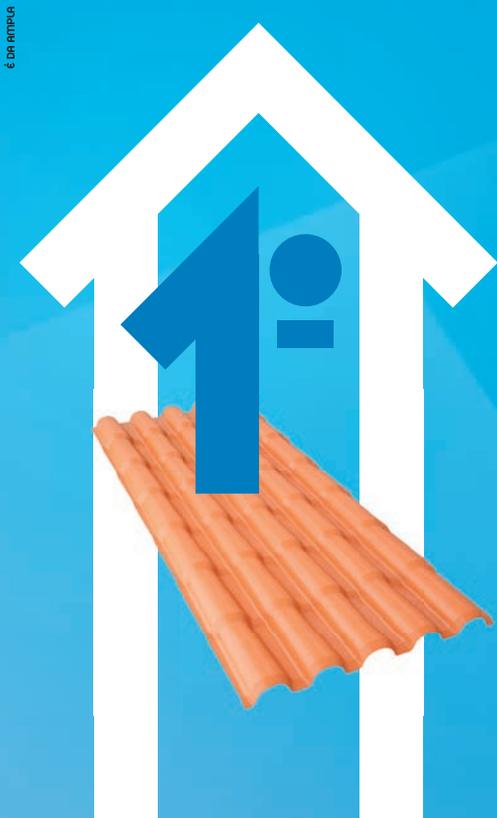
Cada vez mais o mercado da construção civil vem se aprimorando em tecnologias e inovações. Melhores soluções e alternativas para os variados projetos e desejos dos clientes estão surgindo de uma maneira rápida e são ofertados de forma acessível.

A Afort acompanha essa trajetória de perto atuando no segmento de telhas e produtos em geral para a construção civil. Desde 2008, a empresa vem construindo uma história consistente, buscando sempre gerar valor aos seus consumidores por meio da oferta de produtos de qualidade e serviços eficientes.

Em todos os anos de atuação a Afort procurou estar atenta às evoluções tecnológicas, com investimentos per-

manentes em equipamentos de ponta e logística inteligente. Isso se mostra em seus produtos, a começar pelas Telhas Coloniais de PVC. Produzida no Brasil com tecnologia italiana, as telhas são a inovação em sistemas de cobertura e uma eficiente e econômica solução para a construção de residências e estabelecimentos comerciais.

Assim como as lojas de material de construção têm ampliado seu mix de produtos, a Afort, procurando atender às necessidades do mercado e dos clientes, possui uma linha completa de telhas, caixas multiuso, piscinas e produtos de decoração para interior de casas e jardins como vasos e jardineiras. São produtos que atendem todas as fases da obra ou reforma, indo da construção à decoração.



A QUALIDADE ESTÁ SEMPRE NO TOPO. DAS CASAS E DA SUA MENTE.

Afort - 1º lugar geral
na categoria Telhas de PVC.

Pensar primeiro em fazer o melhor pra vida das pessoas. Foi assim que criamos a **primeira telha colonial de PVC do Brasil, com tecnologia italiana**. E foi com a sua parceria e reconhecimento que comemoramos o primeiro lugar de um prêmio tão importante.

Obrigado. Essa conquista também é sua.



AMANCO WAVIN INVESTE EM INOVAÇÕES PARA O MERCADO DA CONSTRUÇÃO CIVIL

A Amanco Wavin, marca comercial da Wavin, uma das maiores empresas mundiais em tubos e conexões, investe no que há de mais recente em termos de tecnologia para o mercado da construção civil. Reconhecida pela inovação, a marca apresenta diversas soluções prediais e de infraestrutura, sempre com o objetivo de facilitar a instalação e trazer mais praticidade para o dia a dia dos clientes e consumidores.

Um exemplo desse conceito é o Adaptador Click para reservatórios. O produto é pioneiro no mercado com seu método de instalação externo, que não exige o rosqueamento e pode ser feito por uma única pessoa, apenas com a pressão das mãos.

Já, a linha Amanco Fire Blazemaster é a única solução em CPVC de combate a incêndio para risco leve com dupla certificação no mercado, listada pela UL (Underwriters Laboratories) e aprovada pela FM (Factory Mutual), importantes reconhecimentos de segurança.

Outro destaque da marca é o Amanco Silentium PVC, sistema que reduz os ruídos nas tubulações de esgoto predial. Essa linha tem o menor nível de ruídos no mercado, conforme atestado pela VDI (Verein Deutscher Ingenieure), associação de engenheiros alemães.

O Amanco Super CPVC FlowGuard, sistema de tubos e conexões fabricado com o composto FlowGuard, também é um exemplo de inovação. Indicado para instalações de água quente e fria sob pressão, o produto apresenta resistência 25% superior ao CPVC convencional, além de alta durabilidade, o que elimina o risco de trocas e vazamentos por oxidação.

A marca oferece ainda a linha Amanco Gás, composta por tubos e conexões que conduzem gás liquefeito de petróleo (GLP) e gás natural (GN). Os tubos são fornecidos em bobinas e podem ser cortados em diferentes tamanhos, evitando desperdícios e gerando economia de material na obra.



Na hora da troca,
escolha qualidade.
Vá de Amanco Wavin.

A Amanco Wavin é parceria além da obra. Por isso tem soluções completas e produtos com a melhor qualidade para a sua obra, do início ao fim. Quer praticidade? Acesse o aplicativo Meu Instalador e marque uma visita com um especialista.

	10 MATIAS 
	7 TÚLIO MARAVILHA 

CONSTRUJÁ 30 ANOS

No ano em que completa 3 décadas de atividades, a Construjá tem se mostrado cada dia mais inovadora e digital.

A empresa que iniciou suas operações comercializando telhas, madeiras e caixas d' água, chega em 2020 com dois centros de distribuição que juntos somam quase 100 mil m² e eleita pelo ranking anual da revista revenda entre os melhores atacadistas distribuidores do Brasil, tendo destaque de 1º lugar no Estado de São Paulo, onde atua.

Sua preocupação em inovar e atender seus clientes com excelência, fez com que a empresa conquistasse o certificado ISO 9001, atestando a qualidade já reconhecida no mercado.

Essa atenção aos detalhes acontece de dentro para fora. A empresa investe muito em treinamento e desenvolvimento de pessoas e se preocupa com o bem estar dos seus colaboradores. No ano de 2019 recebeu o selo da GPTW (Great Place to Work) sendo reconhecida pelos seus colaboradores como um bom lugar para se trabalhar.

O mix de produtos é sempre pensado para oferecer quali-

dade e preço justo aos nossos clientes. Nossa marca própria de produtos Ferjá, vem sendo aprimorada constantemente.

O novo site que foi lançado em novembro de 2019 também veio cheio de inovações e melhorias para trazer mais comodidade na hora de fazer suas compras. A revista interativa veio causar uma disrupção nos modelos de catálogos de produtos existentes. Através da tecnologia de QR code, é possível ter os preços atualizados em tempo real, bem como os produtos que entram e saem de linha utilizando um aplicativo da empresa. Dentre muitas outras novidades, é possível também comprar produtos utilizando leitura de código de barras direto no App.

Chegamos aos 30 anos, orgulhosos por realizar grandes conquistas e agradecemos a todos os clientes, colaboradores, representantes, fretistas e fornecedores que com dedicação participam desses 30 anos de jornada, acreditando e crescendo conosco.

Quer estoque? É pra já.
CONSTRUJÁ
Distribuidora
www.construja.com.br

Do físico ao on-line
estamos aqui
te ajudando a construir
uma nova realidade.



- Entregas rápidas • Multicanais de atendimento • Preços competitivos • Pós vendas
- App com soluções personalizadas • Atendimento e mix diferenciado

SE PODE SER SONHADO, PODE SER REALIZADO

Quando o ex-presidente dos Estados Unidos Theodore Roosevelt disse a frase “se pode ser sonhado, então pode ser feito”, ele estava tão correto que ficaria pasmo ao ver quantas coisas foram desenvolvidas a partir do imaginário humano.

Olhando para o universo da construção, são tantos modelos e possibilidades, que o consumidor que está sonhando com o acabamento perfeito não tem limites na escolha dos pisos e revestimentos. As tendências das últimas coleções cerâmicas no mundo trazem a reprodução fiel de artigos naturais como madeiras, pedras rústicas, mármore, concreto e até mesmo ferro envelhecido. Além dessas reproduções, as cerâmicas e porcelanatos estão cada vez com formatos maiores e trazem relevos e texturas que proporcionam ambientes mais aconchegantes e intimistas.

Sendo uma marca muito procurada pelo consumidor e cada dia mais por arquitetos, a Embramaco se inspirou na frase de Roosevelt para atender todas as possibilidades imagináveis com seus pisos e revestimentos. Com uma linha de produtos atraentes, versáteis e que cobrem todas as preferências e bolsos, ganhou o gosto do brasileiro e cada dia conquista mais espaço. Tem um dos parques fa-



bris mais amplos e tecnológicos do mundo no universo cerâmico. Hoje, a Embramaco se orgulha em poder dizer que é a “empresa mais completa das Américas” e acredita que muito mais vem por aí. Graças a uma equipe de pessoas inspiradas e sonhadoras, tem a expansão e a transformação em seu DNA.

Para saber as novidades dos próximos anos, basta sonhar!



GRUPO FOXLUX: INVESTIMENTOS E SUPORTE EM TEMPOS DE PANDEMIA

Um novo vírus surgiu, e uma rápida adaptação foi necessária. Não houve muito tempo para tentativas e erros, afinal o impacto foi mundial. A realidade se transformou e foi preciso se reinventar. Esse é o cenário atual e empresas que foram ágeis e criativas conseguiram driblar as incertezas. É o caso do Grupo Foxlux, empresa sediada em Pinhais – Paraná que contempla as marcas Foxlux e Famastil. Com um mix de produtos variado, fazem parte das soluções itens para construção civil, jardinagem, ferramentas, iluminação, materiais elétricos e utilidades.

Desde março, diferentes medidas de apoio e suporte foram realizadas de forma constante. Para os representantes comerciais, a tecnologia foi a grande aliada para a aproximação. Lives foram a fonte de capacitação, com explicação sobre linhas de produtos, composição de mix, cenário de mercado, melhores formas de atuação, além de apresentações de lançamentos. As comissões não apenas foram pagas em dia, mas inclusive antecipadas, devido a eventuais atrasos de recebimento de outras pastas com que atuam.

As promoções e flexibilização na política comercial não cessaram. Pensando em manter ativo o segmento, venci-

mentos de clientes foram readequados e ajustados conforme as possibilidades, sempre pensando na continuidade da cadeia comercial. A busca por manter o estoque abastecido de clientes foi uma constante. Inclusive, foi ampliado o material de apoio a todos os locais que vendem os itens da Foxlux e Famastil. Displays de álcool gel personalizados foram entregues para que o consumidor também se sinta seguro ao visitar uma loja para realizar suas compras.

Internamente e de maneira muito ágil foi reforçada a preocupação do Grupo Foxlux com a saúde de seus colaboradores ao fornecer um local seguro e sanitizado. Foi adotada a modalidade de trabalho remoto, escala de trabalho otimizada, férias adiantadas e alguns casos de banco de horas para os funcionários.

Os investimentos em visibilidade de marca não cessaram durante o período e este novo cenário acelerou a inserção cada vez maior dos negócios no âmbito digital. Apesar do impacto da Covid-19, o Grupo Foxlux já percebe o sucesso da aplicação de novas estratégias durante esse período de nova realidade de mercado. É hora da retomada.



MAIS DE
1200

SOLUÇÕES EM PRODUTOS;
OPORTUNIDADES PARA SUA REVENDA!

Famastil **FOXLUX** GRUPO FOXLUX

FAMASTILFERRAMENTAS
FOXLUXBRASIL TVFOXLUX

Foxlux Abraçadeira de Nylon
Lâmpada LED Bulbo
Martelo
Kit Mangueira
Famastil
Foxlux

Famastil
KIT MANGUEIRA
KIT DE MANGUEIRA • HOSE KIT
20 metros
Contém: 1 mangueira, 1 esguicho e 1 conexão p/ torneira
RECOMENDAÇÕES DE USO
• Água a frio, evite a mangueira e a grade a virada.
• Não dobre, não trague com violências sobre a mangueira.
• Evite deixar a mangueira exposta ao sol, com espaço fechado e tonela aberta.
SAC 0800 400 000
GRUPO FOXLUX
IDEAL PARA HORTA E JARDINS
COM ACESSÓRIOS
MANGUEIRA TRANÇADA
1/2 X 2mm 20m
P80.02
7 890307 97688

MARLUVAS

A região sudeste, pujante em beleza e prosperidade configura-se uma das grandes forças motrizes do Brasil.

Há quase 50 anos a Marluvas nascia no interior de Minas Gerais, na cidade de Dolores de Campos – MG, também conhecida como a capital das selarias.

Nesse tempo, alcançamos todo o território nacional e ganhamos o mundo atendendo a mais de 15 países, no entanto, o Sudeste é a “nossa casa”, a região que nos acolhe e abriga nossas 12 unidades e dela expedimos para todos os pontos de demanda, seja aqui dentro ou lá fora.

É nessa grande e próspera região também, que temos boa parte da nossa cadeia de distribuidores, valorosos clientes, que são atendidos por nós com todo carinho e respeito, pois através deles nossos produtos são levados a ainda mais cidades em todos os estados do país, tornando a experiência dos usuários finais uma experiência notável, afinal não bastaria à Marluvas oferecer o melhor em conforto e qualidade se não contasse com os melhores parceiros comerciais para atender o seu público.

Boa parte da produção de mais de 10 milhões de pares de calçados fabricados anualmente e outros milhões de pares de luvas, fica no Sudeste para atender às mais diversas indústrias e principalmente ao público da construção. Clientes cada dia mais exigentes que querem calçados e luvas que os atendam nas suas atividades profissionais e de lazer.

Todos os dias, reafirmamos nosso compromisso de oferecer a melhor experiência comercial do mercado de EPI's, com respeito e dedicação, honrando a nossa história e trajetória até aqui.

Daniilo Oliveira - Diretor de Marketing



NO TRABALHO, TODO MUNDO TEM MARLUVAS. E NA SUA LOJA?

A Marluvas agora é **JUNTOS SOMOS+**

Conheça em juntossomosmais.com.br e fature prêmios.

Além de ter mais conforto, segurança e design, Marluvas é a marca Top of Mind do segmento. Por isso é ideal para o seu negócio. Afinal, se todo mundo lembra, todo mundo compra.

Seja um revendedor:

0300 788 3323 | faleconosco@marluvas.com.br



MARLUVAS
EQUIPAMENTOS PROFissionais

marluvas.com.br
0300 788 3323



A ÓTIMA DISTRIBUIDORA APOSTA EM TECNOLOGIA PARA ASSEGURAR UM ATENDIMENTO DE QUALIDADE

Uma empresa capixaba, com atuação em todo o Espírito Santo, a ÓTIMA DISTRIBUIDORA, completa em 2020, 15 anos, e com motivos para comemoração, pelo atendimento prestado a mais de 3000 clientes/mês, em diversos segmentos do varejo e com forte atuação em lojas de Material de Construção.

A empresa trabalha nesse momento com a crença de sempre, que lhe pautou a caminhada, que é a superação da relação transacional, a fim de promover enlaces duradouros e satisfatórios com os parceiros. “Desejamos presentear nossos parceiros, os Lojistas e as indústrias das quais distribuímos os produtos, com experiências positivas”, diz o empresário Francisco Passos, sócio-gerente da empresa.

Apesar do ano atípico por conta da Covid-19, e num contexto de incertezas, o empresário celebra a gestão planejada em seus processos de vendas, e afirma que o momento é de união e colaboração, para superação das adversidades e na busca por melhores resultados. “Nosso propósito é elevar a patamares cada vez mais humanizados as nossas parcerias comerciais”, reitera Francisco.

E completa, “vamos estar cada vez mais próximo dos

lojistas, levando informação de qualidade para sua melhor decisão de compra, colocando-nos sempre à disposição a qualquer hora ou local”.

Nos primeiros meses de 2020 foram investidos recursos nas mais modernas plataformas tecnológicas do mercado, que a fez alcançar a liderança no setor atacadista de Material de Construção no estado do Espírito Santo.

A ÓTIMA DISTRIBUIDORA deseja estar conectada com as necessidades dos parceiros, contribuindo e apoiando-lhes em seus negócios. Com uma ampla linha de produtos voltados para o setor e com mais de 7.000 diferentes itens em estoque, a ÓTIMA DISTRIBUIDORA sempre se destacou pelo atendimento diferenciado, uma logística eficiente, a qual tem propiciado assegurar aos clientes uma entrega bastante rápida. Soma-se ainda uma equipe de vendas altamente qualificada, com um intenso trabalho de PDV e um rígido padrão de qualidade. Entendemos que o segmento de material de construção vive um momento especial, principalmente as lojas de bairro. E pretendemos estar sempre na preferência dos nossos clientes na hora do abastecimento de sua loja, na certeza de que ficarão satisfeitos.



CHEGOU A HORA DA RETOMADA.

CONTE COM OS MELHORES PRODUTOS, PREÇOS
E CONDIÇÕES PARA RETOMAR SEU NEGÓCIO.

ÓTIMA

Central de Atendimento ☎ 27 3089-3888
@/distribuidora.otima f /distribuidoraotimaes
www.compraotima.com.br

CONSUMIDORES BUSCAM EFICIÊNCIA ENERGÉTICA E CONFORTO

Reformas são inspiradas por diversos motivos. A estética com certeza figura entre os principais, e existem também as reformas necessárias para corrigir problemas. E há aquelas realizadas para proporcionar melhorias ao bem estar dos moradores do imóvel, seja em termos de conforto ou de economia.

Sistemas de aquecimento de água, que podem ser utilizados para fornecer água quente para banho, torneiras e até mesmo para piscinas são um ponto crucial nestes quesitos. A capacidade de fornecimento de água aquecida em temperatura precisa é um importante componente na busca por conforto, e buscar alterna-

tivas capazes de atender a demanda sem gerar custos excessivos tanto na aquisição quanto no uso é fator determinante para qualquer consumidor.

Utilizar gás combustível, radiação solar ou uma combinação entre ambos é uma das maneiras mais eficientes e seguras de obter água quente para diversas aplicações. Estes sistemas são disponibilizados com uma ampla gama de escolha em termos de capacidades e funcionalidades, se adequando aos diferentes níveis de demanda, adequação à obra ou à possibilidade de investimento.

Além disso, sistemas existentes que já utilizam estas fontes energéticas para aquecer água podem ser

aprimorados e readequados para obter ainda mais conforto e economia. Pressurizadores, válvulas misturadoras, sistemas de recirculação automatizada e muitos outros dispositivos podem ser utilizados na busca por um lar mais aconchegante e eficiente.

Os clientes de um revendedor de material para construção se beneficiam, e a loja também, com o incremento de vendas. A Rinnai, especialista em aquecimento de água está há 45 anos no Brasil buscando inovar e contribuir com soluções ao mercado. Conheça mais sobre aquecimento de água acessando www.rinnai.com.br, e apresente ao seu público!



**TOP
OF
MIND**
Revenda Construção

Mais conforto para seus clientes
www.rinnai.com.br

Rinnai