Revenda

Ed. 316 | Janeiro 2017 | Ano XXIX
www.construcaototal.com

A NÚMERO 1 DO SEGMENTO

VEJA OS PRODUTOS QUE GERAM MAIOR LUCRO

A **Ilumi** agradece o reconhecimento através do prêmio **Revenda.**

linha stylus

Tomada Monobloco
Dupla 2 Tomadas
10A

2º Lugar

MELHOR PRODUTO DO ANO

no segmento de Tomada, Plugue e Interruptor.

TOP OF MIND
Revenda Construção

www.ilumi.com.br ilumibrasil

1º Lugar

EXTENSÃO COMPACTA COM CORDÃO PARALELO

MELHOR PRODUTO DO ANO

no segmento de Extensão Elétrica / Filtro de Linha

2º Lugar

PINO ADAPTADOR 2 P+T BIPOLAR 10A

MELHOR PRODUTO DO ANO

no segmento de Pino Adaptador de Tomada

ILUMI®
MATERIAIS ELÉTRICOS

amarcadolarbrasileiro

otimismo, pero no mucho!

E começou 2017.
Ou melhor, terminou 2016. Êta ano para esquecer.
Há mais otimismo no ar. Empresários com os quais conversamos para a reportagem foram unânimes em falar de retomada do crescimento, investimentos e aquecimento nas vendas de material de construção.
Claro que poucos acreditam que tudo será como antes. Saudades dos anos dourados, que dificilmente voltarão.
As projeções para este ano são de leve crescimento, bem leve, contrariando um pouco as expectativas. Mas já é possível avistar a luz no fim do túnel.
Esta carta tem alguns chavões, como você pode perceber.
Mas é melhor utilizarmos os chavões positivos do que os utilizados ao longo de 2016. Cheios de dúvidas.
Pelo menos politicamente estamos caminhando para estabilidade e ajustes fiscais que, certamente, irão ajudar o Brasil em um futuro bem próximo.
Ainda estamos na fase do sacrifício, mas, sem ele, a vida seria fácil demais.
Enquanto o mundo se prepara para grandes mudanças políticas e econômicas (é só ver os movimentos que acontecem nos Estados Unidos, Grã-Bretanha e França, para falar de alguns grandes), nós aqui, humildemente, vamos comemorar no barco que vai navegar em águas mais calmas.
Vamos atravessar tempestades? Claro que vamos. Mas, comparado com as que nos castigaram ano passado, a calmaria (apenas para a boa navegação) chegou.

Boa leitura!
Bom ano!
Roberto Ferreira

ERRATA

Por um erro de edição, na reportagem sobre Tintas e Acessórios, página 66 da edição 313/outubro de 2016, foi citado como porta-voz da Anjo Tintas o sr. André Sorensen, que já não era Diretor da Unidade Revenda da marca Anjo. O Diretor Executivo da Unidade Revenda (Linhas Automotiva e Imobiliária) da Anjo Tintas é o **Gian Tartari** (foto). Ele assumiu o cargo em dezembro de 2015.

grupo Revenda

JANEIRO 2017 | Edição 316

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

INTELIGÊNCIA DE MERCADO
Newton Guimarães (newton.guimaraes@datamkt.com.br)

DIRETOR EDITORIAL
Roberto Ferreira (roberto@revenda.com.br)

REPÓRTER/REVISÃO
Clayton Gallo (clayton.gallo@revenda.com.br)

EDITORA DE ARTE / PROJETO GRÁFICO
Tatiana Hemmel F. Carlini (tatiana@revenda.com.br)

DIRETORA COMERCIAL
Carla Passarelli (carla@revenda.com.br)

GERENTES DE CONTAS
Carla Melo (carla.melo@revenda.com.br),
Juliana Tagliapietra (juliana@revenda.com.br)
Marli Moço (marli@revenda.com.br)
Solange Castilho (solange@revenda.com.br)

ESTAGIÁRIA DE VENDAS
Emilly Mendes (emilly.mendes@revenda.com.br)

ADMINISTRATIVO
Mislene Fernandes (mislene@revenda.com.br)

FINANCEIRO
Magda do Nascimento (magda@revenda.com.br)
Bruno Fernandes (bruno.fernandes@revenda.com.br)

TECNOLOGIA
Carlos Contucci (carlos@revenda.com.br)

DEPARTAMENTO JURÍDICO
Dr. José Geraldo Louzã Prado

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

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

Revenda

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

Instituto Verificador de Comunicação IVC

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

INDISPENSÁVEL

As Fitas **ADERE**® saem mais uma vez na frente em 2016!! Conquistamos o 1° lugar nos prêmios mais conceituados do mercado de construção: Melhor Produto do Ano da Revista Revenda e Prêmio Artesp.

Agradecemos aos Lojistas que classificaram a **ADERE**® como **INDISPENSÁVEL** em suas prateleiras, sempre com o melhor resultado em giro e lucratividade.

20° MELHOR PRODUTO DO ANO - 2016
Fita Crepe Imobiliária
1° Lugar - ADERE

Prêmio Artesp 2016
Fitas Adesivas
1° Lugar - ADERE

ADERE®
Colou, tá colado.

100% COM VOCÊ

www.adere.com
facebook.com/aderefitas
0800 701 2903

Capa:
Foto Fábio Andrade

Revenda

EDIÇÃO 316 | JANEIRO 2017 | ANO XXIX

12 | **Entrevista**
Maria Cristina Potomati Fiuza, presidente da Luckscolor, conta como mantém a marca forte em tempos difíceis na economia do país

16 | **Melhor Produto do Ano**
As 83 categorias premiadas pelo mercado de materiais de construção que movimentaram o varejo em 2016

52 | **2017**
Após um ano complicado e mudanças no governo, veja o que a indústria espera do mercado para o próximo ano

artigos e seções

10 | Top of Mind
62 | Coral Rio
65 | Agenda 2017

Ferragens

Toda resistência e funcionalidade de uma linha versátil e essencial da estrutura ao acabamento!

Conheça nossos vídeos e acesse nossas redes sociais!

facebook.com/vonderferramentas

youtube.com/vonderferramentas

www.vonder.com.br

Sempre utilize equipamentos de proteção individual VONDER

Trabalhe também com a linha completa de **Fixadores VONDER!**

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

É bom trabalhar com

vonder®

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

20º PRÊMIO MELHOR PRODUTO DO ANO

1º lugar

DUCHA ADVANCED
SEGMENTO
CHUVEIRO ELÉTRICO

0800 015 02 11 www.lorenzetti.com.br

1º lugar

LOREN EASY
SEGMENTO
TORNEIRA ELÉTRICA

1º lugar

LZ 1600D
SEGMENTO SISTEMA DE AQUECIMENTO A GÁS

1º lugar

ACQUA BELLA
SEGMENTO
FILTRO E PURIFICADOR DE ÁGUA

1º lugar

LINHA FORTTI
SEGMENTO
TORNEIRA EM ABS

2º lugar

LOREN ONE – C29
SEGMENTO
METAL SANITÁRIO

2º lugar

LOREN FIT SLIM – C31
SEGMENTO
TORNEIRA PARA COZINHA

OBRIGADO PELO RECONHECIMENTO

3º lugar

LINHA FORTTI
SEGMENTO
TORNEIRA DE PLÁSTICO

LORENZETTI

Mais do que você imagina

a vez do TOP OF MIND Revenda Construção

No início de janeiro, até o dia 10 de maio, revendedores de material de construção de todo o Brasil começaram a participar do Top Of Mind Revenda Construção 2016, a maior premiação editorial do segmento da construção civil, realizada pela revista Revenda Construção.

"Qual é a primeira marca que lhe vem à mente no segmento ...?

Esta é a única pergunta feita ao revendedor de material de construção.

A eleição dos produtos Top Of Mind é feita pelo departamento de pesquisa da Quinta Essência & Inteligência de Mercado.

As empresas vencedoras em cada segmento receberão o troféu Ruy Ohtake, uma obra de arte projetada pelo renomado arquiteto especialmente para a revista Revenda Construção.

Serão pesquisados 83 segmentos de fabricantes de produtos e 5 de serviços para a construção civil.

A pesquisa é realizada totalmente no C.A.T.I. (Computer Assisted Telephone Interviewing) e serão conhecidas as marcas mais lembradas pelos lojistas de material de construção que vivem o dia a dia do comércio.

O resultado é muito importante para as indústrias que, baseadas em nossa pesquisa, podem desenvolver trabalhos de comunicação com seus revendedores nas regiões ou estados onde não obtiveram bom desempenho.

Ferramentas Manuais

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

Jogos multifuncionais e ferramentas indispensáveis ao trabalho profissional, deixando o mix da sua loja ainda mais completo!

www.vonder.com.br

Trabalhe com a linha completa de Ferramentas Manuais VONDER!

Sempre utilize equipamentos de proteção individual VONDER

Conheça nossos vídeos e acesse nossas redes sociais!

facebook.com/vonderferramentas

youtube.com/vonderferramentas

É bom trabalhar com

vonder®

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

"O BALCONISTA É MUITO IMPORTANTE"

A marca Lukscolor foi lançada em 1989, mas o grupo foi fundado há 62 anos e consolidou-se como uma das principais do país no segmento de tintas, vernizes, solventes, texturas, efeitos especiais, primers e resinas para pintura imobiliária. A Lukscolor oferece também uma completa linha de produtos base água, desde a preparação da superfície até o acabamento, com suave perfume, que proporciona conforto e bem-estar durante a aplicação. A fábrica está instalada em São Bernardo do Campo, SP, numa área de 220 mil metros quadrados.

Por Roberto Ferreira | Fotos divulgação

Maria Cristina Potomati Fiuza está há 47 anos na Lukscolor, empresa fundada por seu pai, Domingos Potomati. Ainda menina, frequentava a fábrica em São Bernardo do Campo e se encantava com as cores das tintas que saíam das máquinas. Em 2002, assumiu a presidência da empresa. É auxiliada por sua irmã, Maria Angélica Potomati Albuquerque, que cuida do Marketing, e transformou a Lukscolor em referência no segmento de pintura residencial. Uma marca forte e desejada. Mas quer ainda mais, como conta nesta entrevista exclusiva à revista **Revenda**.

Mercado de tintas?
Foi um ano bastante difícil, um ano de muito trabalho. Apesar de todo o cenário ruim, nós, da Lukscolor, continuamos acreditando no mercado, no nosso negócio, acreditando que estamos no caminho certo. Continuamos investindo em nossa fábrica, tanto é que realizamos uma expansão de 6.000m² em nosso parque fabril, em São Bernardo do Campo.

Expansão para aumentar a produção?
São vários módulos, como expandir a área de produção e a oferta de serviços que estarão ali melhor alocados. Em momento nenhum paramos de investir, tanto é que não mexemos na produção. A Lukscolor não teve nenhuma queda expressiva nas vendas. O mercado perdeu uma dinâmica da visibilidade e de entender como as coisas vão se comportar e esse ***stop and go*** do mercado é muito ruim. O seu planejamento fica comprometido, o seu ***timming*** muda repentinamente e, às vezes, erramos, principalmente no setor cambial, muito volátil, e que, para nós, que importamos matéria-prima básica, fica muito difícil fazer o planejamento anual. E isso, de certa forma, nos faz perder um pouco a previsibilidade. Então, 2016 é um ano para ficar na nossa memória como muito difícil, onde as dificuldades foram muitas.

A sra. sentiu que o mercado desaqueceu?
O mercado ficou bastante difícil. Teve um certo funil, uma estancada nas vendas. Mas temos um perfil de mercado um pouco diferente de outros países. Nos Estados Unidos, por exemplo, você tem uma grande porcentagem das vendas de tintas para as grandes construções. O Brasil tem um mercado de construção relativamente novo, então, a indústria de repintura ainda é significativo. O mercado formiga, de manutenção, pequenas obras e reparos ainda nos mantêm ativos. Com o mercado retraído, com a grande falta de empregos e menor poder aquisitivo, as pessoas não trocam de imóvel e investem mais na melhoria dos seus imóveis. E a pintura traz um bem-estar para as pessoas.

A casa ainda é um porto seguro para as pessoas?
Veja, cuidar da casa pintando-a, por exemplo, não traz apenas o bem-estar, mas investimento no seu bem maior. Veja o mercado de automóveis, por exemplo. Houve uma retração total e os fabricantes de tintas para o segmento automotivo sofreram uma queda nas vendas muito maior que no nosso segmento. Felizmente, a Lukscolor não tem tintas automotivas... Antes, a tendência deste mercado era de que as pessoas trocavam seus carros usados por novos com maior frequência. Agora não. O consumidor está mantendo seu veículo por mais tempo e prefere reformá-lo quando há necessidade, mas é um mercado pequeno, não suficiente para manter o equilíbrio entre os fabricantes de tintas. Não somos deste segmento, volto a dizer, e o que eu ouço destes fabricantes é que cresceu um pouco apenas o mercado de repintura automotiva. Se é suficiente para o mercado deles, eu não sei.

A sra. acredita que este período pode ser longo?
Indubitavelmente, é um período difícil, é quase uma unanimidade que todos os setores foram afetados pela crise. Mas, dentro deste cenário, mais importante é continuar acreditando nas propostas e na filosofia da empresa, que é a de investir, estar sempre envolvida com o que existe de melhor em inovação e tecnologia.

Lukscolor é reconhecidamente uma marca Premium? Isso é bom ou ruim?
Trabalhamos fortemente com arquitetos e decoradores por conta dessa vocação de altíssima qualidade, mas a gente é bem plural nesta questão de público. Qualidade cabe em qualquer mercado ou segmento. O mais difícil para nós é mostrar ao consumidor qual a vantagem de utilizar uma tinta de alta qualidade, pintar com um bom produto. Difícil explicar para a maioria das pessoas que é mais vantajoso pintar com uma tinta de boa qualidade, premium, por exemplo, mesmo tendo custo maior, pois esta tinta vai lhe trazer maiores benefícios, vai durar mais, vai proteger melhor a sua casa, ter maior rendimento, mais resistência e acabamento do que utilizar uma tinta barata, que parece ser mais econômica e, ao longo do tempo, vai lhe trazer mais problemas do que soluções. Não é porque fazemos produtos premium que não estamos preocupados com produtos com bom custo/benefício para o consumidor. Esta equação é mui-

to importante para nós e queremos oferecer produtos com tão boa ou melhor qualidade do que os nossos concorrentes. E com bom preço, evidentemente. Em nosso foco, queremos entregar uma tinta ***up to date*** para o consumidor com preço viável para pintar com produtos Lukscolor. Esta é a equação com a qual trabalhamos.

Como agregar novidades a este mercado?
Esta é a nossa proposta: não declinamos nunca da opção de entregar sempre produtos com qualidade e inovar cada vez mais. Já passamos por tantas crises desde o início da Lukscolor que vamos superar mais uma, com certeza. Trabalho há 47 anos na empresa fundada por meu pai e, ao longo dos anos, passamos por vários planos financeiros, Verão, Primavera e todas as outras estações... e continuamos em frente, sempre com a mesma filosofia. Esta crise é um pouco diferente. As pessoas tinham a sensação de que as coisas estavam bem e deu no que deu. Não estavam preparados para a estancada que deu. Começou com perfil político, a economia não estava tão afetada. O viés político é que afetou a economia e pudemos ver que muitas empresas que estavam com projetos para ampliar ou construir, foram pegas no meio deste processo. Algumas, felizmente, sobreviveram, mas outras estão pagando um preço muito alto por investir em um momento muito difícil.

A receita é não parar?
A longo prazo, este cenário vai mudar. Eu sempre brinco com outros empresários, com quem tenho relacionamento, que você tem que decidir se quer plantar feijão ou batata. Se você quiser ser perene, você tem que ter estratégia de longo prazo e não de curto prazo. Se você fizer uma leitura correta do mercado, vai entender que o ciclo passa e novos horizontes se abrem. E temos que acreditar. E nós acreditamos sempre em lavouras de longo prazo.

Todas as empresas de tintas fazem os seus grandes lançamentos no final do ano. E destacam uma cor para ser seu carro-chefe. Como a Lukscolor lida com isso?
Temos trabalhado no investimento da área de cor. Fazemos parte do Color Marketing Group e fomos uma das primeiras empresas do Brasil a participar dos estudos globais de cores para ver as tendências mundiais, não só em tintas, que é super importantes para nós, mas também no ***trading***. Por exemplo, qual a tendência de cores para carros, carpetes etc. Na realidade, para nós, é importante investir e entender como é essa dinâmica de mercado de cor e trazer para o nosso público uma prévia que ajude as pessoas a se comportarem. Tanto é que nossos materiais são bonitos e ricos em informações e análises para o consumidor. O nosso lançamento acontece a cada dois anos e evitamos lançar no final do ano. Este ano, por exemplo, o nosso material de inspiração foi entregue em março/abril.

Outros países determinam épocas para os seus lançamentos?
O mercado de tintas e suas tendências é global. E, como nos Estados Unidos e Europa, eles lançam suas tendências no final do ano, nós acabamos por fazer o mesmo. E aqui coincide com o início do período de chuvas, o que não é muito bom para pinturas residenciais. O ***trend*** é o mesmo, mas nós temos o aquecimento do mercado no último trimestre do ano. Temos alguma sazonalidade em nosso segmento. Por exemplo: no litoral, as pinturas são feitas antes do verão, já que muitas residências são de veraneio e as pessoas querem passar a temporada com a casa em ordem. Outras regiões pintam após o verão, para manter a casa o restante do ano. Enfim, é um mercado muito atípico e o empresário tem que ficar muito atento às mudanças. A dinâmica de pintura é diferente para ambientes internos, é claro. Hoje, as tintas são muito tecnológicas, base água, e isso permite que um processo de pintura cause menos transtornos.

A Lukscolor tem boa atuação em todas as regiões do Brasil?
Nós não temos uma região mais forte. Fazemos um trabalho intensivo em quase todo o Brasil, mas temos áreas onde temos que trabalhar bastante para conquistar mercado. Nossa filosofia é chegar nas áreas onde ainda não atuamos de maneira estruturada, para ficar. A Lukscolor tem um produto diferenciado e isso o revendedor tem que passar para o usuário, explicar porque o nosso produto tem o preço um pouco maior, por exemplo. Que esclareça todos os atributos da nossa tinta, como performance, rendimento, durabilidade etc. A nossa responsabilidade ao

expandir a nossa presença é também expandir a nossa política de serviços. Então, temos muita cautela quando vamos atuar em uma região onde ainda não temos forte presença. Tem uma área do Nordeste onde precisamos alinhar uma dinâmica para aumentar a nossa atuação. Para isso, investimos muito em logística que nos permite atuar com uma dinâmica de entrega muito rápida. Claro que nada impede que, no futuro, possamos ter uma nova unidade ou CD em outra região. O Brasil é muito grande e temos que trabalhar pensando grande.

O pintor decide a compra da tinta ou o profissional plural já ocupa este lugar?
O pintor sempre foi importante porque é ele que vai trabalhar com o produto. É um profissional que respeitamos muito e que procuramos ficar sempre muito próximos dele. E, para isso, fazemos várias ações para levar informações, mostrar o que existe de mais moderno. Nós desenvolvemos produtos para facilitar cada vez mais a vida do pintor. Como o selador da Lukscolor, que permite aplicar produtos depois de apenas 7 dias. O pintor é sempre um parceiro importante para nós. E isso é histórico, pois meu pai começou sua vida como pintor automotivo e está em nosso DNA. Também damos muita importância ao balconista e, quanto mais informado e mais bem preparado ele estiver, melhor vai tirar todas as dúvidas do consumidor. Então, também estamos próximos destes profissionais. E os arquitetos, decoradores e designs estão no foco da Lukscolor. O mundo hoje é muito holístico e não pode ter o foco direcionado para uma única questão. Como empresa, a visão tem que ser pluralista e entender todas as interrelações que existem entre todos os públicos. Temos que ler e tentar atuar de maneira que todos entendam a importância da marca.

A marca Lukscolor é exclusiva para lojas de tintas?
Não. Claro que trabalhamos forte nas lojas especializadas, mas também estamos presentes em todas as lojas de material de construção e home centers. Queremos atingir o mercado que revenda tintas em todo o Brasil.

Como é trabalhar este mercado?
Temos uma política de muitos cursos, reciclagem de profissionais especificadores e pintores em geral. Temos tentado, ao longo dos anos, desenvolver programas e mostrar as vantagens de uma boa tinta. A Lukscolor é bem vanguarda no sentido de dar subsídios para atualizar os profissionais. Nossa preocupação é desenvolver produtos cada vez mais tecnológicos e com desempenho, pois sabemos que o público está muito bem informado e não aceita informação pela metade. As mídias ajudam muito com a velocidade da informação para o consumidor e as empresas devem ter a dinâmica que o mercado exige.

Qual o mix de produtos da Lukscolor?
Hoje, trabalhamos com 1200 itens no Lukscolor System, mais que um simples tintométrico. É uma infinidade muito grande de opções para o consumidor ter a oportunidade de escolher a cor que mais lhe convém.

Como trabalham com a divulgação?
Estamos presentes em todas as mídias, inclusive as sociais, tipo Instagram, Facebook, pois são multiplicadores de opinião. Além disso, investimos bastante em nosso site, pois sabemos que o comprador de tintas quer cor, tendência e informação global. Na realidade, temos que estar atentos às mudanças muito rápidas que acontecem no mundo interativo.

A Lukscolor pensa em fazer produtos correlatos com pintura. Acessórios, por exemplo?
Não, mas, uma época, nós trouxemos produtos decorativos e não existiam materiais ou ferramentas específicos para os efeitos. Desenvolvemos algumas ferramentas para aplicar o produto. Mas o intuito não era ser uma fábrica de acessórios e, felizmente, rapidamente, a indústria de acessórios absorveu a ideia e passou a fabricar as ferramentas. Ótimo para nós. As empresas de acessórios e ferramentas para pintura são muito parceiras da Lukscolor e queremos sempre entender os ***trends*** que têm.

Como trabalham com o reverso das embalagens?
Nós fazemos parte da Abrafati, que está estudando e desenvolvendo o programa de reverso das embalagens, para não poluir o meio ambiente. Temos muita preocupação em estruturar um programa para que tenha continuidade em todos os segmentos. Trabalhamos junto com todas as instituições para que a cadeia inteira ofereça um programa consistente. E as associações estão muito envolvidas com estas medidas e cumprir as políticas de meio ambiente.

20º MELHOR PRODUTO DO ANO

A 20ª edição do Melhor Produto do Ano, realizada pela revista Revenda, aconteceu no dia 22 de novembro, no Secovi-SP. Representantes das 83 empresas premiadas receberam o belíssimo troféu feito especialmente para o evento.

O Melhor Produto do Ano é o resultado do Top Of Mind, também realizado pela revista Revenda, em maio de 2016. As cinco empresas melhor classificadas do Top Of Mind indicam o produto para concorrer ao Melhor Produto do Ano. Com o resultado, o revendedor de material de construção pode montar o melhor mix de produtos para ter em sua revenda.

A pesquisa é realizada com revendedores de material de construção cadastrados no Grupo Revenda e a coleta de informações é feita pelo CATI – Computer Assisted Telephone Interviewing, e leva em consideração os produtos com melhor produtividade e rentabilidade para o lojista.

Este ano, foram realizadas 2.268 ligações para lojistas de todo o Brasil e obtivemos 5.417 respostas válidas e divididas percentualmente entre as regiões do Brasil e o PIB que as mesmas representam.

UMA NOVA LOJA EM 4 DIAS

A grande surpresa que esperava pelos convidados do evento Melhor Produto do Ano foi loja conceito montada no Secovi-SP. Convidados puderam conhecer o conceito de uma Loja 4D e foram monitorados por antenas de Wi-Fi para mostrar os locais que tiveram maior concentração de visitantes. Fernando Teixeira, um dos idealizadores do projeto juntamente com o escrirtório de arquitetura Candosim & Cabana e Design Novarejo, fez uma breve apresentação no final da cerimônia de premiação.

A transformação de pequenas e médias lojas de materiais de construção em apenas quatro dias, com baixo custo, permite que a loja seja inteiramente modificada sem grandes obras a um custo acessível para os lojistas. Esta revolução é liderada pelos mais experientes escritórios de arquitetura do setor, suportados por tecnologia de ponta e uma rede exclusiva de parceiros. A Loja 4D não tem as dores de cabeça de uma reforma. Os escritórios se preocupam com a loja enquanto os lojistas comemoram o aumento nas vendas.

As empresas que participaram do projeto foram: Gerdau, Incepa/Roca, Lorenzetti, Eluma/Paranapanema, Pincéis Atlas, Vonder, Weber quartzolit, Adere, A. J. Rorato, Aliança Metalúrgica, Astra, Deca, Herc, Intercement, Lukscolor, Mondialle, Norton, Sasazaki, Suvinil, Taschibra e Votorantim Cimentos.

A comunicação visual foi bastante elogiada por todos, assim como a exposição dos produtos.

filed.com.br

QUEM COMPARA QUALIDADE
SEMPRE PEDE LAMESA

INMETRO

TÜVRheinland OCP 0004

QUALIFIO

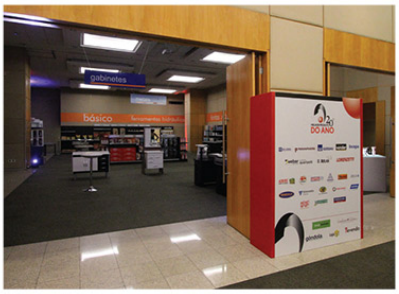
MAIS SEGURANÇA
E TRANQUILIDADE
PARA SUA OBRA

LAMESA

FIOS E CABOS ELÉTRICOS

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

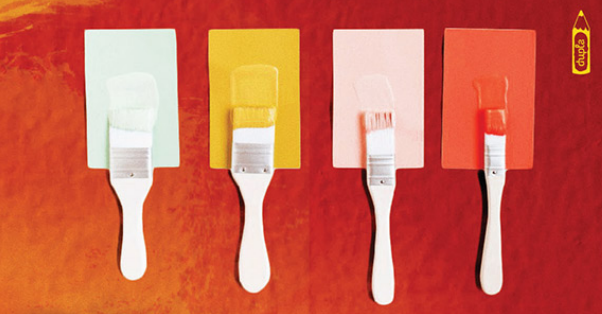
20º MELHOR PRODUTO DO ANO



(27) 3421.0400 | www.ellustintas.com.br ellustintas

Nossa Família é completa para atender da melhor forma a sua casa.

Conheça a linha completa em nosso site.



DEPOIMENTOS

O sucesso do evento também se deve às parcerias realizadas com grandes empresas. E o 20º Melhor Produto do Ano teve como patrocinadores as empresas Eluma/ Paranapanema, Gerdau, Incepa, Lorenzetti, Pincéis Atlas, Vonder e Weber quartzolit.

ELUMA PARANAPANEMA

No mercado da Construção Civil, é interessante a gente expor produtos num evento, porque você não só mostra o produto como reforça a marca, por isso é muito importante estar junto da revista **Revenda**, que circula em todas as lojas de material para a construção civil, e receber este prêmio reforça e dá uma conotação forte à marca. Estamos com cerca de 60 a 70% do mercado de conexões e tubos de cobre, tanto para água quente como para gás, entre outros. Estamos sempre tentando inovar. Embora o cobre seja um produto com tradição, você acaba inovando e mudando peças que são em bronze e passando para o cobre, que é o que se usa no mundo, até para facilitar as importações também.
Luís Carlos Massucato, supervisor de Vendas

GERDAU

Para nós, da Gerdau, é um privilégio sermos reconhecidos por 19 anos consecutivos com uma das mais importantes premiações do setor. Este reconhecimento reforça o nosso compromisso em oferecer uma ampla gama de produtos que agregam valor para lojistas, além de contribuir para o desenvolvimento dos negócios e da inovação na construção civil no país.
Marcos Faraco, diretor de Marketing e Vendas

INCEPA

Ter produtos e a marca reconhecidos pelo varejo mostra que a Incepa, nestes quase 65 anos de história de pioneirismo no setor, está sempre se renovando! Receber este prêmio nos motiva ainda mais.
Roberto Spaki, gerente de Marketing

Ferramentas Elétricas

Da Construção Civil à Indústria, potência e alto desempenho em uma linha profissional completa!

Conheça nossos vídeos e acesse nossas redes sociais!
facebook.com/vonderferramentas
youtube.com/vonderferramentas

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

www.vonder.com.br

Sempre utilize equipamentos de proteção individual VONDER

Trabalhe com a linha completa de **Ferramentas Elétricas VONDER!**

É bom trabalhar com

vonder®

Um trabalho bem feito começa com as ferramentas certas! **A escolha é sua e a qualidade é VONDER!**

LORENZETTI

Participamos da festa de premiação do Grupo Revenda há muitos anos e foi com grande entusiasmo que recebemos os prêmios de 1º lugar em grande parte das nossas categorias de produto, demonstrando que continuamos no caminho certo da inovação e da tecnologia para o desenvolvimento de novos produtos.
Alexandre Tambasco, gerente de Marketing

PINCÉIS ATLAS

Tivemos uma noite bem agradável, com uma bela apresentação do grupo de Inteligência da **Revenda**, onde somos co-patrocinadores; pudemos confraternizar com nossos clientes e outras empresas do segmento. 2016 é um anos especial para a Pincéis Atlas, comemoramos 50 anos, e receber o prêmio de Melhor Produto do Ano é o reconhecimento desse trabalho.
Mauricio Galhardi, gerente Comercial Nacional Área I Pincéis Atlas

VONDER

Os eventos e a premiação dos melhores produtos do ano, mais uma vez realizado com sucesso pela equipe da **Revenda**, nos possibilitaram a troca de informações com o mercado e novas perspectivas, com diferentes percepções sobre o cenário atual e projeções para o próximo ano. A palestra em especial também teve um rico e interessante conteúdo, pois traçou, com dados objetivos, os números do nosso setor, contextualizando a relevância do segmento à economia brasileira. O prêmio, sem dúvida, é um dos momentos de reconhecimento de todo trabalho de grandes marcas que atuam no varejo da construção e ajudam a fortalecer a imagem que todos os dias levamos para milhares de pontos de venda em todo Brasil. Ter nossos produtos como os indicados na preferência dos nossos parceiros é, sem dúvida, um motivo de comemoração e orgulho para a VONDER.
Fabiano Nogueira, coordenador Comercial VONDER/SP

WEBER

Receber, mais uma vez, o Prêmio Melhor Produto do Ano é motivo de grande orgulho e alegria para a Weber, fabricante dos produtos quartzolit. Essa conquista reafirma que estamos no caminho certo na busca por oferecer ao mercado soluções de qualidade e de alto giro aos nossos clientes. Além de sermos destaques nos segmentos Argamassa e Rejuntamento, estamos muito felizes pelo reconhecimento da linha de Impermeabilizantes quartzolit, pois isso mostra que nossos produtos estão conquistando cada vez mais os clientes, ao proporcionar grande lucratividade no ponto de venda. Agradecemos à revista Revenda por esta importante iniciativa.
Renato Holzheim, diretor-geral da Weber

/boschferramentas • www.boschferramentas.com.br

GSR 1000 SMART.
Melhor produto do ano.

A GSR 1000 SMART faturou o prêmio de Melhor Produto do Ano no segmento de ferramentas elétricas da revista Revenda Construção. Mais um reconhecimento que faz com que a Bosch continue investindo em inovação e tecnologia para oferecer o melhor para todos os profissionais.

BOSCH
Tecnologia para a vida

noite DE GALA!

Confraternização, falar de mercado, conhecer quem são os novos consumidores. A festa de entrega dos troféus aos melhores Produtos do Ano foi de arrasar.

Weber quartzolit, empresa patrocinadora do evento, e Village Home Center

Ilumi e revista Revenda

Nicom, revista Revenda e Taschibra

Taschibra

Deca e Hydra Corona

Revista Revenda e Gamma Ferramentas

Irmãos Fischer e revista Revenda

"A A. J. Rorato agradece a todos os clientes por mais esta importante conquista. Ficamos honrados em sermos reconhecidos e reiteramos nosso compromisso de produzir o melhor produto pelo menor preço possível. Parabéns à revista Revenda por nos trazer importantes e relevantes informações sobre o melhor mix de produtos para o mercado de material de construção."

Francisco Soares Rorato, diretor Comercial da A. J. Rorato

"Para nós, da Aliança, é sempre muito especial receber o prêmio de reconhecimento dos nossos clientes. Um evento como esse, onde podemos trocar informações e experiências, nos apoia para estruturarmos o planejamento para 2017."

Katy Messias, gerente de Marketing da Aliança Metalúrgica

MB Material de Construção e Loja 4D

DISCO DE CORTE **PARA MULTIMATERIAIS**

MULTI CORTE

O disco MULTICORTE é a solução perfeita para construtores, serralheiros e instaladores em geral. Com alta tecnologia NORTON e a sua multifuncionalidade o Disco Multicorte possibilita o corte de até 06 tipos diferentes de materiais: Aço, Inox, PVC, Alumínio, Azulejo e Pedra.

CORTA ATÉ 6 TIPOS **DE MATERIAIS**

SOLUÇÃO COMPLETA PARA A SUA OPERAÇÃO

Cortes macios e sem contaminação
Menos desperdício de material
Fácil controle para cortes precisos
Redução de ruído na operação
Disco estável e mais seguro

Disponível nas medidas: 115mm e 180 mm

Para mais informações entre em contato através dos canais:
@NortonAbrasivos
www.norton-abrasives.com/pt-br
www.facebook.com/NortonAbrasivosBr
www.youtube.com/NortonAbrasivos

CENTRAL DE ATENDIMENTO
0800-7273322

NORTON
SAINT-GOBAIN

"Todos os anos nos surpreendemos positivamente com a organização do evento de premiação dos melhores produtos, da revista Revenda. Além de conquistarmos importantes prêmios que confirmam nossa liderança em assentos sanitários, espelhos e banheiras, ainda temos a oportunidade de desfrutarmos de ótimos momentos entre amigos e profissionais do mercado."

Joaquim Coelho, diretor Comercial da Astra

Taschibra e revista Revenda

A. J. Rorato

Nicom

Adere

Revista Revenda

Revista Revenda e Herc

Adere e revista Revenda

InterCement

Loja 4D, Candossim e Cabana, revista Revenda e Design Novarejo

"Parabéns pelo evento. Foi ótimo. Gostei bastante da apresentação e seria ótimo poder compartilhá-la com as pessoas da equipe de MKT que não puderam participar".

Amanda Hernandes Soares, da InterCement

"Para uma marca que aposta na inovação e busca sempre levar praticidade aos seus consumidores, ter os produtos da Linha Predial Amanco entre os destaques no Prêmio Melhor Produto do Ano é consequência do esforço dedicado nos últimos anos e reconhecimento dos consumidores, que levaram nossa empresa a quase triplicar de tamanho, nos colocando muito próximos da liderança de mercado."

Adriano Andrade, gerente Nacional de Vendas da Mexichem Brasil

Aliança Metalúrgica

Blumenau Iluminação e revista Revenda

Revista Revenda e Jimo

Revista Revenda e Acqualimp

"Para nós, da Gamma Ferramentas, é com muita satisfação e orgulho que recebemos o prêmio. Estaremos, em breve, completando 4 anos de Brasil, e estar na seleção produtos do ano num mercado tão competitivo, em tão pouco espaço de tempo, certamente reflete o reconhecimento por parte dos nossos clientes."

Arno Grahl, diretor-geral da Gamma Ferramentas

"Para nós, a importância da nossa marca estar exposta, nesse momento único de confraternização e reconhecimento, é impagável! A parceria da GOLD com a revista Revenda, com certeza, tem nos trazido bons frutos e estaremos juntos para enfrentar os momentos de crise."

Janaína Sampaio, gerente Nacional de Vendas da GOLD

"Agradecemos a todos os lojistas que participaram desta pesquisa e escolheram a Bacia Sabatini como o Melhor Produto do Ano. Agradecemos também à revista Revenda, que nos recebe sempre tão bem e com tanto carinho."

Luciane Zanini, gerente Comercial da Icasa

SIL

Siemens

Revista Revenda e Condor Pincéis

"Para nós, da Henkel, participar do 20º Prêmio Melhor Produto do Ano foi motivo de muita satisfação. E ver a marca Cascola sair com três prêmios nos deixa muito honrados com o reconhecimento pelo trabalho realizado. Agradecemos a toda equipe da revista Revenda pela excelente organização do evento e por, mais uma vez, oferecer uma palestra que nos ajuda a refletir sobre os desafios para o próximo ano."

Claudio Amadio, gerente de Produtos da Cascola

"Foi uma honra participar junto com os colegas e parceiros do setor da Construção Civil do 20º Premio Melhor Produto do Ano. Como sempre, fomos muito bem recebidos. Temos muito orgulho de sermos, mais uma vez, premiados em uma pesquisa que realmente valoriza a opinião do revendedor."

Eduardo Mendes de Brito, Siemens

Loja 4D

Coquetel

HYDRO Z UNIKAP
GRANDES OBRAS TÊM!

Conheça, Confira, Revenda.

A qualidade vai surpreender você e seus clientes.

- Linha de Conexões, Válvulas, Registros e Filtro Y
- Linha de Combate a Incêndio
- Linha de PP-R
- Linha de PE-X
- Kits Hidráulicos

hydro Z UNIKAP

SOLUÇÕES PARA CONDUÇÃO DE FLUIDOS

(11) 2886-5151 | unikap@unikap.com.br

www.unikap.com.br

Atenção na premiação

Gamma Ferramentas

Revista Revenda e Vedacit

Sasazaki

"A Corfio se sente honrada por, mais uma vez, participar e fazer parte das empresas premiadas no 20º Melhor Produto do Ano. Os resultados das pesquisas em premiações anteriores, no segmento de condutores elétricos, demonstram que, desde 2013, os três primeiros colocados no ranking vêm se mantendo nas mesmas posições ano a ano, salvo mudanças nos percentuais de participação de cada um. Marcas tradicionais vêm perdendo espaço e participação gradual a cada ano e isso nos mostra uma tendência de mudança comportamental nos compradores atuais."

Eduardo Manso, diretor da Corfio

"Estar entre os produtos de maior rotatividade e lucratividade no ponto de venda em 2016 é motivo de grande satisfação e alegria para toda a família Bakof Tec. Este é o resultado de um trabalho realizado ao longo dos anos e vem para reforçar que estamos no caminho certo."

Nelcí Afonso Bakof, diretor-presidente da Bakof

Grupo Perlex e revista Revenda

Bosch

Votorantim Cimentos

InterCement

"Esta conquista é dedicada aos nossos colaboradores, clientes e revendedores, pois, somente com o empenho e dedicação de todos, ela se tornou possível. O prêmio se consolida a cada dia como um grande aliado da indústria, um importante indicador, que nos ajuda a olhar o mercado e suas tendências. A premiação vem coroar e confirmar o trabalho intenso que temos desenvolvido nesses últimos anos."

Kleber Luis Horta, diretor Comercial da HB

Astra

"Parabenizamos a revista Revenda pela realização do 20º Melhor Produto do Ano, uma excelente festa, que, além de homenagear os vencedores das diversas categorias de produtos, promove a integração entre as indústrias do setor da Construção Civil. A Soprano apenas tem a agradecer ao trabalho diário de todos os seus colaboradores, representantes, lojistas e distribuidores pela confiança na marca Soprano, em especial, aos nossos produtos "Fechadura Pop Line e a Ferragem Trava Porta de Piso", que obtiveram excelente destaque."

Maximiliano de Almeida, gerente Comercial unidade Fechaduras e Ferragens da Soprano

grupo perlex

20º MELHOR PRODUTO DO ANO

Mais uma conquista que vem demonstrar que esta parceria só pode dar certo.
capacitação, experiência, dedicação, honestidade, versatilidade.

Nós do Grupo Perlex agradecemos e garantimos ...
Nossa meta é a melhoria contínua.

1º LUGAR
TOMADA, PLUG E INTERRUPTOR
Perlex - Linha Pumalux

2º LUGAR
EXTENSÃO ELÉTRICA E FILTRO DE LINHA
Perplug - Extensão Eros

4º LUGAR
PINO ADAPTADOR DE TOMADA
Perlex - Pino adaptador 3 saídas

A linha mais completa de materiais elétricos do Brasil!

www.grupoperlex.com.br

vendas (11) 4662-9000

NÃO POLUENTE · LINHA ECOLÓGICA LIVRE DE METAIS PESADOS · PRODUTO NACIONAL · BNDES · RESPONSABILIDADE SOCIAL · TÜV

EMPRESAS DO GRUPO PERLEX

Ciser e Wurth

Mondialle

Eternit e revista Revenda

"O show room simulou um ponto de venda, com ambiente claramente voltado para uma nova maneira de expor produtos e, sobretudo, com uma visão com o foco no novo cliente. Este que, cada vez mais, busca novas formas de comprar, de se informar e de fazer contato com as indústrias.A apresentação bem estruturada sobre o novo consumidor de material de construção nos trouxe informações de qualidade e de suma importância para que possamos buscar novos caminhos e nos manter neste mercado cada vez mais qualificado."

Mário Silvano, gerente Corporativo Comercial da Herc

"Receber este prêmio é um reconhecimento mais do que especial em relação à credibilidade que temos com os lojistas deste segmento. Agradecemos a confiança, que é essencial para fortalecer e levar nossa marca para todo o território nacional. Que venha a premiação de 2017."

Luís Gonzaga Dias Filho, diretor Industrial, Logística e Suprimentos da Adere

Taschibra

"É uma grande conquista para a Vedacit ser novamente premiada nas categorias Impermeabilizantes, Espuma de Poliuretano, Imunizantes para Madeira e Mantas Asfálticas pela revista Revenda. Demonstra que a empresa continua sendo reconhecida, lembrada e respeitada pelos revendedores de todo o país. A realização de eventos como esse fornece subsídios ao planejamento estratégico da empresa e é uma ótima ferramenta para medirmos a percepção da marca perante nossos clientes."

Ana Paula Vales, Marketing da Vedacit

"Ter produtos e a marca reconhecida pelo varejo mostra que a Incepa, nestes quase 65 anos de história de vida e de pioneirismo no setor, está acompanhando,smas também criando tendências no mercado."

Roberto Spaki, Marketing Manager da Incepa

"Comemoramos muito esta conquista, a terceira consecutiva. Afinal, atesta que nossos esforços e investimentos constantes em qualidade e inovação são reconhecidos pelo mercado. Distribuidores e revendedores são mais que parceiros, são vitrine para os produtos da SIL e só temos palavras de agradecimento pela confiança em nós depositada. Assim como agradecemos a todos da equipe da revista Revenda pela excelente oportunidade de estar ao lado de pessoas tão importantes para nós."

Pedro Morelli, gerente Comercial e de Marketing da SIL

Palco

RADIAL

RADIAL 41 anos

www.radial.ind.br | sac@radial.ind.br | radial.ind.br

forusi metais sanitários

Se uma contribui para o meio ambiente, a outra, também!

torneira ACQUA sensor

Ao aproximar as mãos, o fluxo de água é acionado por meio de sensores.

Com nossas mãos podemos fazer do mundo um lugar melhor. Um gesto que beneficia todos, desde quem compra até quem usa.

A natureza depende de pequenos gestos!

Botão que regula o fluxo de água

monocomando ACQUA

FORUSI 40 anos desde 1975

linha completa em: www.forusi.com.br

20º MELHOR PRODUTO DO ANO

"Estar entre os ganhadores do Melhor Produto do Ano, disputadíssimo prêmio promovido pelo Grupo Revenda, é motivo de orgulho para a Norton e para a Carborundum, marcas da Saint-Gobain Abrasivos, que trabalham para oferecer aos profissionais da construção civil produtos de altíssima tecnologia e serviços de excelência que contribuem para tornar o segmento cada vez mais eficiente e competitivo. Estejam certos de que, a cada nova premiação, a responsabilidade de uma relação de absoluta parceria com os nossos distribuidores e revendedores só aumenta".

Patricia Bitencourt, coordenadora de Marketing Saint-Gobain Abrasivos América do Sul da Norton

"O resultado demonstra o forte compromisso da Sasazaki com os segmentos de portas e janelas de aço e alumínio e reforça a aceitação dos nossos produtos. Boa parte das decisões de compra ocorre dentro das lojas e os revendedores têm de estar preparados para disseminar informações sobre a qualidade das nossas esquadrias, seus diferenciais e aplicações. Tais esforços são reconhecidos em premiações como esta do Prêmio Melhor Produto do Ano, que é sempre um marco importante para a Sasazaki, pois consideramos os resultados em nosso planejamento estratégico."

Neylor Brito, diretor Comercial da Sasazaki

Lukscolor

"O 20º Melhor Produto do Ano é a afirmação de todo um trabalho que vem sendo realizado pela Blumenau Iluminação ao longo de seus 38 anos. Uma noite que reúne as principais empresas da construção civil do país, cheia de conhecimento e reconhecimento. É sempre enriquecedor trocar informações com aqueles que têm a mesma luta diária no mercado."

Cassiano Moser, supervisor de Vendas da Blumenau Iluminação

"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 Produtos da Starrett

Lorenzetti, revista Revenda e WD-40

Papaiz Assa Abloy, Pado e Precon

Deca e Casa Mimosa

"O prêmio de Melhor Produto do Ano do Grupo Revenda é sempre um dos eventos mais aguardados do segmento de materiais de construção. E esta 20ª edição se destacou. Foi mais um ótimo evento, tanto em organização quanto em conteúdo. O Grupo Revenda fez um excelente trabalho de pesquisa e premiação, reunindo os representantes de mais de 80 categorias do segmento. Destaco a exposição e o desenvolvimento da loja 4D com o mix de produtos vencedores e a excelente explicação de dados estatísticos da palestra do Newton Guimarães, que destacaram ainda mais os resultados de nossos próprios estudos internos sobre o novo perfil do consumidor de materiais de construção."

José Carlos Tonussi Junior, marketing da Mondialle

"Todos que trabalham na Fixtil estão muito felizes e orgulhosos ao receber este prêmio que é o reconhecimento de um trabalho sério e de muito compromisso com os consumidores, profissionais do setor e parceiros comerciais."

Henrique Ajauskas, comercial da Fixtil

Soprano

Bakof Tec

Black & Decker e Cortag

MAXTON® Brasil
Impermeabilizantes e Aditivos

CONHEÇA A LINHA
VEDA-FÁCIL
E PREVINA-SE
CONTRA A UMIDADE.

Maior impermeabilidade com resistência à alta pressão.

Consulte nossos representantes
(48) 3878 9000
vendas@maxtonbrasil.com.br

www.maxtonbrasil.com.br
/maxtonbrasil

20º MELHOR PRODUTO DO ANO

"A CSM tem a grande satisfação de receber, através do Grupo Revenda, o prêmio de Melhor Produto do Ano na categoria Betoneira pelo quinto ano consecutivo. Estar na primeira colocação ao longo desses anos é reflexo do compromisso que temos com os revendores, de colocar no mercado um produto de grande desempenho e qualidade."

Marcelo Emmerich, diretor Comercial da CSM

"O lojista é um público muito importante para a Suvinil e estar entre as marcas mais reconhecidas, em três categorias, mostra que estamos no caminho certo. Para conseguir esse resultado, acreditamos que é fundamental estar ao lado dos nossos parceiros, principalmente no desenvolvimento das estratégias e no auxílio às equipes de vendas."

Eduardo Castro, gerente Sênior de Trade e Serviços ao Mercado da Suvinil

Palestra

Painel dos patrocinadores

"É sempre com muita satisfação que a Taschibra participa do evento, afinal a conquista do prêmio só reforça a nossa preocupação e dedicação em oferecer os melhores produtos. Além disso, a proximidade com fornecedores e lojistas também amplia novos conhecimentos. A Loja 4D surpreendeu e trouxe uma leitura interessante para exposição das marcas."

Iberê Figueiredo, diretor Construção da Taschibra

Krona, Gold e Soprano

Revista Revenda e Taschibra

"Participar do evento de premiação do 20º Melhor Produto do Ano foi uma grande experiência. Além de conhecer outras empresas e pessoas do setor, a palestra sobre o mercado da Construção Civil trouxe uma nova perspectiva para o futuro, além de mostrar mudanças no perfil comportamental dos clientes finais. Em nome da Wurth do Brasil, agradeço ao Grupo Revenda e a todos os revendedores que confiaram em nossa marca e tornaram possível esta premiação."

Graciela Matos, coordenadora de Marketing da Wurth

"O evento foi muito importante para reforçar o relacionamento entre indústria e varejo. Temos confiança de uma melhora significativa a partir do segundo semestre de 2017, especialmente com um trabalho conjunto com o Varejo e com a retomada de investimentos das indústrias. A Tupy Conexões reconhece a importância deste prêmio e está sempre trabalhando em prol da geração de valor para nosso mercado."

Amauri Baggenstoss, diretor Nacional de Vendas da Tupy

Revista Revenda

Priscila Oliveira, mestre de cerimônia

"Estar entre as marcas mais lembradas no setor construção em todo o país é motivo de muito orgulho para toda equipe. O reconhecimento das nossas marcas de cimento Votoran, Tocantins, Poty e Itaú vem coroar mais uma etapa da nossa jornada. Receber as premiações também nas categorias argamassa e rejunte, com a Votomassa, reafirma a necessidade de oferecer uma família completa de produtos, além de reforçar a dedicação e o trabalho de toda nossa equipe.
Estamos próximos de nossos clientes e todas as nossas ações são direcionadas para que ele conquiste o sucesso."

Frederico Cruvinel, gerente Geral Comercial da Votorantim Cimentos.

mais VOTADOS

Representantes das empresas com os produtos mais votados pelos revendedores receberam um belo troféu

Rogério Cilento, 3M, recebe o troféu de José Otávio Garcia, da Casa das Pontas

Walter Coelho Moura, da A. J. Rorato, e José Otávio Garcia

Arley Lambaz, Acqualimp, e José Otávio Garcia

Luís Gonzaga Dias Filho, da Adere, e José Otávio Garcia

José Carlos Cavalcanti, da Aliança Metalúrgica, e José Otávio Garcia

Joaquim Lucas Sartori Coelho, da Astra, e José Otávio Garcia

Fernando Sabbatini, da Bosch/Skil, e José Otávio Garcia

Talita Viana, da Cerâmica Portinari, e José Otávio Garcia

Viviani Maria da Silva, da Ciser, e José Otávio Garcia

Sustentabilidade & *elegância*

Fabricados com processo de via seca que, comparado ao de via úmida, consome **menos energia térmica**, **65% menos água**, **30% menos gás natural** e emite **menos 30% CO_2**, os porcelanatos da marca In Out são sustentáveis, além de reunirem outras vantagens, pois são esmaltados, retificados, trazem um acabamento impecável e apresentam maior resistência ao impacto.

inout® Porcelanatos

inoutporcelanatos.com.br

PORCELANATO CERTIFICADO
ABNT NBR 15463
ANFACER Associação Nacional dos Fabricantes de Cerâmica para Revestimentos, Louças Sanitárias e Congêneres
porcelanatocertificado.com.br

Incefra Revestimentos Cerâmicos

Grupo Fragnani Cerâmicas

Julio Sanches, da Cortag, e Marcos Atchabahian, da Rede Village

Marcelo Emmerich, da CSM, e Marcos Atchabahian

Nelson Teixeira, da Deca, e Marcos Atchabahian

Edgar Pickler Martinello, da Eliane, e Marcos Atchabahian

Luis Carlos Massucato, da Eluma/Paranapanema, e Marcos Atchabahian

Antonio Alberigi Rodrigues, da Eternit, e Marcos Atchabahian

Lucas Silveira, da Fortlev, e Marcos Atchabahian

Alexandre Tambasco, da Fortti Lorenzetti, e Marcos Atchabahian

Cesar O. Rosa Peres, da Gerdau, e Hiroshi Shimuta, da Nicom

Antonio Ros, do Grupo Perlex, e Hiroshi Shimuta

André Pires, da HDL, e Hiroshi Shimuta

Claudio Amadio, da Henkel/Cascola, e Hiroshi Shimuta

Mário Silvano, da Herc, e Hiroshi Shimuta

Paulo Sérgio Rodrigues, da Ilumi, e Hiroshi Shimuta

Marcos Abib, da Intral, e Hiroshi Shimuta

Zalmir Pereira, da Irmãos Fischer, e Hiroshi Shimuta

Alessandro Gonçalves, da Irwin, e Hiroshi Shimuta

Carlos André Amorosino, da Jimo, e Hiroshi Shimuta

Robson Strafacci, da Ledvance/Osram, e Sérgio Vaz, da Casa Mimosa

Alexandre Tambasco, da Lorenzetti, e Sérgio Vaz

André Pires, da Lorenzetti Materiais Elétricos, e Sérgio Vaz

Michel Sentinelo, da Montana Química, e Sérgio Vaz

Eduardo Winkel, da Norton, e Sérgio Vaz

Ivan Elder, da Pado, e Sérgio Vaz

Everton Ferreira, da Philips, e Sérgio Vaz

Maurício Galhardi, da Pincéis Atlas, e Sérgio Vaz

Edson Piva, da Plasbil, e Sérgio Vaz

Abner Pereira de Brito, da Precon, e Sérgio Vaz

Neylor Sebastião de Brito, da Sasazaki, e Roberto Riveiros, da Center Mega

Pedro Morelli, da SIL, e Roberto Riveiros

Rodrigo Pontes Mendes, da Stam, e Roberto Riveiros

Antonio D'Angelo, da Starrett, e Roberto Riveiros

Luís Alberto Irigoytia, da Suvinil, e Roberto Riveiros

Iberê Figueiredo, da Taschibra, e Roberto Riveiros

Danilo Ribeiro de Souza, da Tigre, e Roberto Riveiros

Marcos Tomazel, da Tramontina, e Roberto Riveiros

Amauri Baggenstoss, da Tupy, e Roberto Riveiros

Ana Paula Vales, da Vedacit Otto Baumgart, e Roberto Riveiros

Fabiano Nogueira, da Vonder, e Roberto Riveiros

Frederico Cruvinel, da Votorantim Cimentos, e Roberto Riveiros

Carlos Pascoal Bordoni, da WD-40, e Roberto Riveiros

Renato Holzheim, da Weber quartzolit, e Roberto Riveiros

palmas PARA ELES

Ficar entre os mais votados também é um reconhecimento dos revendedores de material de construção. E estas empresas têm muito do que se orgulhar dos seus produtos

Marcos Chohfi, Adelbras, e José Otávio Garcia, da Casa das Pontas

Ricardo Cimolin, da Alumasa, e José Otávio Garcia

Rodrigo Fernandes, da Amanco, e José Otávio Garcia

Eneias Sena, da Araforros, e José Otávio Garcia

Julio Antonio de Souza Mateus, da Bakof, e José Otávio Garcia

Waldo Vicente, da Belenus, e José Otávio Garcia

Cassiano Ricardo Moser, da Blumenau Iluminação, e José Otávio Garcia

Douglas Berndt, da Brascola, e José Otávio Garcia

Leandro Rodrigues, da Bronzearte, e José Otávio Garcia

Ariovaldo Marigo, da Cedasa/Majopar, e José Otávio Garcia

Julio Fratantonio, da Ceramfix, e José Otávio Garcia

Ricardo Rodrigues, da Cerâmica Elizabeth, e José Otávio Garcia

Pedro Paulo Assumpção dos Santos, da Cobrecom, e José Otávio Garcia

Eginaldo Franzão, da Colorgin, e José Otávio Garcia

Daniel Pereira Coutinho, da Condor Pincéis, e José Otávio Garcia

Fernanda D. Figueiredo, da Coral, e José Otávio Garcia

José Eduardo Manso, da Corfio, e Marcos Atchabahian, da Rede Village

André Pires, da Daneva Lorenzetti, e Marcos Atchabahian

Cristina Garcia, da Delta, e Marcos Atchabahian

Cintia Kachuba de Castro, da Docol, e Marcos Atchabahian

Dercilio Rodrigues Souza Filho, da Duda, e Marcos Atchabahian

Eduardo Robertoni, da Fabrimar, e Marcos Atchabahian

Henrique Ajauskas, da Fixtil, e Marcos Atchabahian

Arno Grahl, da Gamma Ferramentas, e Hiroshi Shimuta, da Nicom

Janaína Sampaio, da Gold, e Hiroshi Shimuta

Leandro Cesar de Oliveira, da Gravia, e Hiroshi Shimuta

Camilo Souza, da Hydra Corona, e Hiroshi Shimuta

Luiciane Zanini, da Icasa, e Hiroshi Shimuta

Roberto Spaki, da Incepa, e Hiroshi Shimuta

Marco Tulio Nessralla, da InterCement, e Hiroshi Shimuta

Fernando de Farias Shmith, da Krona, e Sérgio Vaz, da Casa Mimosa

Reinaldo de Oliveira Batista, da Luckscolor, e Sérgio Vaz

Kleber da Horta, da Metalúrgica HB, e Sérgio Vaz

Edivaldo dos Santos Pereira, da Mondialle, e Sérgio Vaz

Fábio Pedra, da Papaiz, e Sérgio Vaz

Simone Correa de Souza, da Portobello, e Sérgio Vaz

Bruno Didonet, da Sayerlack, e Roberto Riveiros, da Center Mega

Eduardo Mendes de Brito, da Siemens, e Roberto Riveiros

Maximiliano de Almeida, da Soprano, e Roberto Riveiros

Julio Roberto de Landaburu, da Stanley Black & Decker/Dewalt, e Roberto Riveiros

Abner Fernandes, da Steck, e Roberto Riveiros

Rodney Zacharias, da Tekbond, e Roberto Riveiros

André Umlauf, da Víqua, e Roberto Riveiros

Alexandre Belinello, da Votorantim Siderurgia, e Roberto Riveiros

Graciela Mariano de Matos, da Wurth, e Roberto Riveiros

PALESTRA MOSTROU PERFIL DOS CONSUMIDORES

*Por Newton Guimarães

METALÚRGICA HB

Mais que aço, um estilo.

Agradecemos nossos clientes e parceiros pela 3ª colocação no 20º Prêmio Melhor Produto do Ano.

17 3837 9200 | 17 3837 9205
atendimento.consumidor@metalurgicahb.com.br
www.metalurgicahb.com.br

Durante a entrega dos troféus aos produtos premiados no 20º Melhor Produto do Ano, o gestor de Inteligência de Mercado do DataMkt Construção, do Grupo Revenda, apresentou aos presentes uma palestra com alguns dados e leituras do Painel Comportamental do Consumo de Materiais de Construção 2014/2015/2016.

Trata-se do primeiro painel comportamental do consumo de materiais e serviços, acompanhando o processo de compra do momento em que as famílias decidem realizar uma grande obra residencial até a sua efetivação.

Vamos estender algumas dessas informações, com intuito de gerar conhecimento aplicável para gestão do varejo do setor.

O fato é que o segmento Material de Construção, segundo a Pesquisa Mensal do Comércio do IBGE, passa pelo pior momento desde o início da publicação da série histórica, em 2005, e tudo indica que fechará o ano de 2016 com uma queda superior a 8,4%, no volume de vendas de 2015, comparado com 2014.

Como tal, é de se esperar que esse consumidor passe por fortes alterações em seus hábitos e atitudes de consumo dos materiais, produtos estes que, quando comprados para obras, possuem uma grande capacidade de endividamento e comprometimento da renda futura.

E num momento de alta na taxa de desemprego, queda da renda média dos trabalhadores e desconfiança em relação ao futuro da politica e da economia, consequentemente, quando tomada a decisão da realização da reforma, esse consumidor se informa durante mais tempo e em vários meios, como, por exemplo, as próprias lojas, sites dos fabricantes, e-commerces, tablóides, propagandas na TV e redes sociais, apenas para ficarmos entre os mais utilizados nessa fase anterior à compra.

Vamos, então, apenas considerando os consumidores que pesquisaram e compararam informações nas lojas físicas nesse período, a maior parte do total de entrevistados, com 72,1%, aprofundar o que eles esperam das lojas nesse momento.

Para 78,8%, as lojas de materiais de construção são importantes para pesquisas de preços dos produtos; seguidos por formas de pagamento, para 60,7%; variedade de produtos, para 48,2%; condições de entrega, para 37,6%; atendimento pessoal de vendedores para esclarecimento de dúvidas, para 34,6%, e conferir cores e sentir texturas, para 28,9%, apenas para ficarmos nos seis temas mais citados.

É interessante notarmos, até mesmo como forte indicativo da mudança comportamental citada acima, que o interesse em pesquisar formas de pagamento na loja física cresceu 24,9%, e que conferir cores e sentir texturas caiu 41,6%, em relação à mesma pesquisa realizada um ano antes, em 2015.

No entanto, esse consumidor mais pragmático e mais atento às questões transacionais, como preço e forma de pagamento, e menos atento às questões estéticas, quando compra, utiliza, em média, 4,8 tipos de canais durante a obra.

O que reforça algo que tem aparecido muito forte em todos os nossos estudos: o varejo de materiais de construção possui como característica marcante à complementação dos formatos de canais, cabendo ao consumidor utilizá-los e combiná-los de acordo com as necessidades momentâneas da obra.

Se não é possível oferecer o melhor preço, por que não oferecer o melhor atendimento? Se não é possível oferecer entrega imediata, por que não oferecer variedade de produtos? Se não é possível oferecer as melhores condições de pagamento, por que não oferecer um ambiente onde seja possível testar materiais com apoio especializado?

Ao fim, tudo indica que, independentemente do formato, seja um home center, loja grande, loja de bairro multicategorias, loja de tintas, materiais elétricos, hidráulicos, revestimento cerâmico, lojas de materiais básicos, e-commerce etc., há espaço para todos os tipos de lojas se desenvolverem, desde que aprendam a atender da melhor forma e dentro de suas possibilidades as necessidades dos clientes, mas, acima de tudo, desde que profissionalizem a gestão dos negócios.

O DataMkt Construção é uma iniciativa do Grupo Revenda, cogerido por Leroy Merlin, Eucatex, Pincéis Atlas e Votorantim Cimentos, empresas empenhadas em melhor entender o segmento e compartilhar conhecimento, contribuindo para profissionalização e desenvolvimento do setor.

*Newton Guimarães é gestor do DataMkt Construção

Conheça os produtos JOMARCA:

- Parafusos (todos os tipos),
- Porcas,
- Arruelas,
- Barras Roscadas,
- Acessórios para móveis
- Diversas Ferramentas

e MUITO MAIS!

(11) 4648 5248
Jomarca Kits São Paulo - SP

Instalada em Guarulhos com mais de 40 mil m² de área construida. Capacidade produtiva para mais de 800 milhões de peças ou 2,5 mil toneladas de produtos / mês.

Reconhecida internacionalmente como uma das mais sólidas companhias brasileiras do setor.

A Jomarca Parafusos oferece produtos de qualidade, resistência e durabilidade para os mais diversos segmentos: moveleiros, automotivos, eletrodomésticos, ferragens, materiais elétricos, calçados, brinquedos, utilidades domésticas, construção civil e o comércio em geral.

JOMARCA KITS

São 5 unidades para atendimento às indústrias moveleiras em todo o Brasil, especialmente dedicadas ao fornecimento de kits para montagens de móveis em geral. Trata-se de um dinâmico sistema de comercialização que já se estende a outros tipos de produtos.

(17) 3243 7373
Jomarca Kits Mirassol - SP

(27) 3264 3436
Jomarca Kits Linhares - ES

(32) 3577 1806
Jomarca Kits Rodeiro - MG

FINALMENTE CHEGOU!

2016 foi um ano difícil. Tivemos o impeachment da presidente Dilma Rousseff, intensificação da Operação Lava Jato, juros altos, economia em retração e muito desânimo no mercado. Mas chegou 2017. E, com ele, a esperança de dias melhores. Esperança é algo que o brasileiro mais tem. Afinal, tantas e tantas vezes precisou recorrer a esta palavra para superar as várias crises monetárias. Mas o que pensam os empresários e executivos das empresas do segmento de material de construção? Perguntamos: O que esperar de 2017? Veja o que responderam:

"Esperamos a retomada efetiva do crescimento nacional. Somente por meio do reaquecimento da economia será possível fomentar a geração de emprego e renda em nosso país. Assim, as famílias terão condições de voltar a investir em construção nas suas residências. Já as construtoras terão mais segurança em planejar e promover novos lançamentos, porque haverá demanda para isso. A recente queda na taxa de juros já é um fator favorável nesse sentido. Como as crises são cíclicas, não deixamos de trabalhar de forma orgânica no desenvolvimento e no lançamento de novos produtos, porque logo mais o país voltará a crescer."

Mauricio Harger, presidente da Mexichem Brasil

"A Strufaldi vem percebendo uma retomada na economia e isso faz com que nos traga uma maior confiança necessária para novas ações em 2017. Acreditamos que este resultado ainda mais positivo seja a partir do 2° trimestre."

Anderson Lisboa, departamento Comercial da Cerâmica Strufaldi

"2017 será sem dúvida um ano de retomada de crescimento, pois acreditamos que todas as condições para isso estarão presentes. A Adelbras sempre teve e mantém uma postura de investimentos e otimismo e este é um importante diferencial que os clientes e o mercado percebem. Adelbras é a marca que mais cresce no segmento da construção e, em 2017, este ciclo vai se manter, com muito trabalho."

Marcos Chohfi, gerente de Marketing da Adelbras

"Após um longo período de retração, verificamos um reaquecimento dos mercados interno e externo, bem como a valorização daquelas empresas que fabricam e comercializam produtos de qualidade assegurada e comprovada. 2016 foi muito bom para focarmos no desenvolvimento de vários produtos inovadores, que venham de encontro aos constantes desafios apresentados no segmento da Construção Civil."

Douglas Berndt, gestor Comercial da Brascola

"Apesar do atual cenário, o segmento de material de construção refletiu com queda inferior a outros segmentos. Consideramos que 2017 deverá ser um ano de retomada do crescimento. Diante da crise e volatividade do cenário econômico, a Fixtil entende que as palavras de ordem para 2017 serão: cautela, ousadia e determinação. O momento é de se preparar e readequar as finanças, mas não devemos deixar de olhar para o horizonte com coragem e otimismo para a retomada sustentada do crescimento do país."

Luis Carlos Lopez, diretor Comercial da Fixtil

"Esperamos que, em 2017, a economia volte a crescer, mesmo que em ritmo mais lento, de acordo com a reversão e o aumento do grau de otimismo dos empresários e consumidores."

Manoel Fernandes Flores, diretor Superintendente da Astra

A Metalúrgica HB quer estar mais próxima de você neste ano de 2017.

Atacadista de materiais para pintura, hidráulica, ferragens e segurança.

Entrega rápidas. Fracionamos embalagens.

marcas parceiras

Natrielli · TIGRE · Sherwin Williams · 3M · Roma · Colorgin · Brascola · Vedacit · Sayerlack · Starrett · Norton · Atlas · Viapol · Crscola · Adere · Irwin · Sika · Montana · Botafogo · WD-40

Grande SP (11) 3687 4850
Demais localidades 0800 7708865

CCR Distribuidora

"Espera-se de 2017 um ano de recuperação da economia, crescimento do nível de confiança do mercado e consequentemente aumentando a demanda."

Sergio Pompeo, gerente Nacional de Vendas da Ciser

"Entendemos que 2015 e 2016 foram anos muito difíceis para todos os segmentos e não ficou diferente no mercado de Materiais de Construção, onde a queda foi ainda maior, porém, acreditamos em graduais melhoras para o ano de 2017, levando em conta que possuímos um déficit habitacional e somos um país de tamanho continental com mais de 200 milhões de habitantes, ou seja, uma grande energia para recuperação de demanda. Para o ano de 2017, esperamos um crescimento de 20%."

Genésio Uhlmann, diretor da Bellota

"Segundo dados econômicos divulgados recentemente, as vendas no varejo de material de construção apresentaram sinais de melhora no segundo semestre de 2016. Mas, com as incertezas políticas e econômicas do Brasil, é difícil prever se o crescimento vai continuar nos próximos meses e como o mercado vai se comportar em 2017. Diante disso, vamos seguir com pesquisas para estudar as necessidades dos segmentos nos quais atuamos, como construção civil e madeireiro, e apresentar novas soluções e tecnologias aos clientes, mais eficazes e modernas."

Claudio Amadio, gerente da marca Cascola

"A Condor Pincéis tem ótimas expectativas para 2017. Vamos manter o planejamento com investimentos em tecnologia, melhorias no parque fabril, treinamentos e ações com os clientes. Com a previsão de aumento do PIB e o cenário político estabilizado, a tendência é de que a construção civil retome o caminho do crescimento e também as pequenas reformas aconteçam com maior velocidade."

Daniel Coutinho, coordenador de Marketing da Condor Pincéis

"Assim como todos os segmentos da insdústria do país, esperamos um 2017 melhor, com a economia se reaquecendo e todos os setores trabalhando com confiança e aumentando seus investimentos."

Diniz Simões, gerente de Vendas e Construção Civil da Deca

"O mercado como um todo está bastante otimista e começa a ver uma perspectiva melhor para a economia em 2017, e aqui, na GhelPlus, não é diferente, esperamos que os segmentos que atuamos (materiais de construção e móveis) e as projeções já apresentadas para 2017 sejam concretizadas e os negócios sejam retomados."

Pedro Rodrigues, Sócio-Presidente da GhelPlus

"A Rinnai deseja aos lojistas do Brasil vendas aquecidas em dois mil E17!"

"Para o próximo ano, esperamos uma sensível retomada no crescimento da economia a partir do segundo trimestre. A expectativa é de que até o final do ano a situação melhore gradativamente e tenhamos clima de maior confiança."

Paulo Alessandro Delgado, gerente de Marketing da Cobrecom

"A Icasa está otimista para 2017. A nossa empresa não para de investir e de acreditar. Agora, com o novo Governo, nossa esperança é de que as medidas de contenção da inflação comecem a surtir efeito em curto espaço de tempo, reaquecendo o mercado."

Luiz Roberto Bebeto Teixeira, diretor Comercial da Icasa

"2017 reserva muitas oportunidades, vamos juntos ao encontro delas."
Cortag

"Acreditamos que 2017 será um ano melhor que 2016, que, apesar de todas as dificuldades, foi um ano de crescimento para nossa empresa. O conceito de banheiras free-standing está cada vez mais presente no cotidiano do brasileiro e, com isso, temos uma expectativa muito positiva de crescimento no próximo ano. Também estamos desenvolvendo estratégias e adaptação do mix de produtos para aumentarmos nossa atuação junto ao público consumidor mais jovem, através de outros canais de distribuição, que não vinham sendo atingidos até agora."

Jéssica Garcia, gerente de Marketing da Doka

"Estamos esperando um ano um pouco melhor do que 2016, mas nada excepcional. O consumo deve ainda estar bastante retraído, mas o importante neste momento é que o pessimismo está diminuindo e este fato tem relação direta com a melhora no consumo."

Giuliano Tissot, diretor Comercial e Marketing de Famastil

"Esperamos que o cenário econômico comece a dar sinais positivos em 2017 e que a crise econômica ceda espaço para a melhoria do mercado, recuperando os níveis de rentabilidade. Acreditamos na retomada deste crescimento de forma gradativa do setor para os próximos anos e seguimos com os planos de investimentos em nossas operações com o objetivo de atender a essa demanda.
A Bostik, proprietária da Usina Fortaleza, está preparada para o cenário positivo, apresentando seu novo posicionamento da marca, com lançamentos de novos produtos, sustentados pela tradicional qualidade e inovação."

José Coelho, diretor Geral da Usina Fortaleza

"Olhando por uma visão macro, penso que 2017 será um ano de transição, de retomada do mercado nacional. Porém, o cenário político brasileiro deixa toda a cadeia produtiva em estado de alerta, não sabendo o que poderá acontecer. Já olhando para o nosso trabalho, a Ellus Tintas vem num forte crescente nos últimos anos, por isso, esperamos que 2017 consolide nosso ganho de participação do mercado atual."

Maxwel Calegario Maciel, diretor Executivo da Ellu's Tintas

"Para 2017, contamos com um aquecimento da economia e algumas mudanças nos hábitos de consumo, especialmente no consumidor final que compra nossos produtos no varejo. Muita gente deixou de contratar serviços e passou a fazer pequenas reformas sozinho. Enxergamos isso na força que o Movimento Maker vem ganhando e na quantidade enorme de blogs e canais voltados para DIY nas mídias sociais. Mesmo que o brasileiro volte a gastar, as despesas serão mais pensadas e direcionadas."

Adriana Vasconcelos, trade Marketing Coordinator da Fischer

"É muito complicado fazer previsões em um país como o Brasil, mesmo que seja para o ano seguinte. Percebemos algumas melhoras em diversos setores, mas, ao mesmo tempo, muitos outros setores ainda sofrem por consequência da crise. Mas ressaltamos que acreditamos que o ano de 2017 será mais movimentado em relação aos anos de 2015 e 2016 e estamos nos preparando para esse resultado positivo."

Larissa da Silva, diretora de Marketing da Gaam

"O ano de 2017 ainda será um período de muitos desafios, principalmente porque a economia nacional está em processo de reestruturação. De qualquer maneira, a Husqvarna está otimista e aposta em um cenário mais positivo do que o atual, pois acreditamos na retomada do crescimento econômico já neste ano."

Mauro Favero, vice-presidente de Vendas e Serviços para a América Latina da Husqvarna

"Alguns fatores serão determinantes para a retomada da economia, todos sabemos que somente investimento é que traz crescimento para a economia, porém, para investir, é preciso haver recursos, seja através do nível de poupança ou captação de terceiros internos ou externos atrelados a outros fatores, como: Taxa de Câmbio + Taxa de Inflação + Taxa de Juros."

Administração geral da Haga

Desejamos que 2017 seja repleto de oportunidades, conquistas e vitórias e que nossa parceria seja sinônimo de SUCESSO. ADERE

"Em 2015, o crescimento da Krona ficou acima dos 15%, em um mercado que teve retração de 12%. 2016 foi mais difícil, mesmo assim, devemos crescer, embora não tenhamos o número ainda. 2017, apesar de exigir cautela, tende a ser de uma retomada maior da economia. Estamos otimistas. Especialmente porque temos um foco muito grande na execução de nosso planejamento. Com a crise, por exemplo, trabalhamos bem a oportunidade criada pelo fato de os consumidores procurarem produtos que ofereçam a mesma qualidade por preços mais justos. Fizemos a campanha "Quem Questiona usa Krona", que fortalece a marca e sua característica de ofertar uma excelente relação custo/benefício; investimos cerca de R$ 45 milhões na unidade do Nordeste, que duplicou nossa capacidade de produção."

Vilson Perin, presidente da Krona

"O ano de 2016 trouxe muitos momentos de incerteza política e econômica no país, mas não deixamos de investir em pesquisa, desenvolvimento e lançamento de novos produtos. Espera-se uma leve retomada do crescimento para 2017, só não sabemos se será o suficiente para recuperar a desaceleração dos últimos dois anos."

Rafael Ferreira, gerente Comercial da Montana

"A CCR Distribuidora deseja a todos, saúde e prosperidade em 2017."

"O setor teve grandes perdas, causadas pela crise politica, econômica e, principalmente, com a falta de perspectiva por parte dos investidores, empresários e do povo brasileiro. No momento, já compartilhamos de uma melhora na confiança, por isso, nossa visão para 2017 é, sim, melhor do que 2016."

Nilberto Andrade Matos Filho, diretor da Norcola

"Especialistas alertaram que, em 2016, o cenário econômico poderia ser tão instável quanto 2015. No entanto, apesar deste panorama, a IBBL vem consolidando seus lançamentos da linha de purificadores que deve trazer ainda mais novidades para este ano. As expectativas de crescimento são positivas para encerrar 2016 e melhores ainda para 2017."

Priscila Pinha, gerente de Marketing e Produtos da IBBL

"O mercado será difícil, pois haverá uma diminuição no número de entregas de imóveis em relação a anos anteriores, mas, mesmo assim, estamos buscando traçar um plano de crescimento para o próximo ano.

Leonardo Abreu, Marketing da Rinnai

"Em 2017, a expectativa consiste na continuidade do crescimento da construção civil nos patamares observados em anos anteriores, recuperando o equilíbrio. Dessa forma, seguiremos investindo fortemente em pesquisas e desenvolvimento de produtos, ampliando a capacidade produtiva das fábricas e intensificando o trabalho no canal de distribuição. A nossa expectativa realmente é positiva."

Eduardo Coli, CEO da Lorenzetti

"Considerando as perspectivas econômicas apontadas pelo mercado para 2017, estamos mantendo nossos objetivos e acreditando em uma recuperação, mesmo que lenta, para setor da construção. Nos preparamos para manter a nossa participação de mercado nos setores em que somos líderes e crescer em novos."

Pedro Francisco Apollinari Cury, diretor de Vendas e Marketing Saint-Gobain Abrasivos América do Sul

"Esperamos que 2017 seja um ano muito melhor do que foi 2016."

Fernando dos Santos Saviolo, Marketing da Nambei

"O cenário econômico brasileiro foi desafiador em 2016 e ajudou a Paranapanema a demonstrar a resiliência do seu modelo de negócios. A estratégia da Companhia foi direcionar mais volumes para o mercado externo, compensando o desaquecimento da demanda brasileira. O mercado tem sinalizado melhora nas expectativas de queda de inflação, juros e crescimento do PIB em 2017, o que pode beneficiar no médio prazo a retomada das vendas no mercado interno."

Christophe Malik Akli, presidente da Eluma Paranapanema

"Um ano melhor que 2016. Este ano secou toda a água e chegamos ao fundo do poço. A perspectiva para 2017 é de crescimento moderado, mas crescimento."

José Ricardo Ovídio, diretor da Pincéis Gallo

"Sabemos que a situação atual não é confortável e não podemos nos acomodar. Precisamos ser criativos para que possamos nos manter ativos no mercado. Mesmo com a dificuldade enfrentada neste ano, a Roma tem ultrapassado em um percentual importante as vendas de 2015. Também temos notado um maior otimismo no mercado e a expectativa é de uma retomada nas vendas ainda maior para 2017."

Adriano Baggio, Pincéis Roma Ltda

"Acredito que 2017 será o ano da retomada para o mercado de construção que, tão sofrido nos últimos anos, poderá voltar a empregar e gerar desenvolvimento para o país."

Heitor Cavalheiro, COO da Tekbond

"Deve ser um ano de recuperação, pois a demanda reprimida gerada em 2015 e 2016 vai gerar crescimento."

Arley Ribeiro, diretor Comercial da Pulvitec

"Estamos em uma boa fase, sentindo a retomada gradativa de vários mercados importantes, principalmente tratando-se do varejo e, em especial, do segmento de Construção Civil, contemplando ferragens, ferramentas, máquinas e equipamentos e muitos outros setores, responsáveis por insumos importantes e que ajudam a aquecer a nossa economia. A indústria, da mesma forma, também almeja projeções positivas em termos de investimentos e crescimento já para o fim deste ano e que isso se acentue em 2017, até por serem setores da economia que, tradicionalmente, dão respostas rápidas em termos de reação e comportamento de consumo. O cenário ainda é de desafios e incertezas, mas percebe-se confiança no meio empresarial e ânimo entre os revendedores e também consumidores, os primeiros indícios de uma retomada econômica do país como um todo e o primeiro passo é cada um fazer a sua parte e acreditar. Nesse sentido, a VONDER acredita e muito que o setor de ferramentas em geral deve acompanhar esse primeiro momento de reaquecimento do mercado e quem apresentar soluções que acompanhem tendências, facilite e disponibilize mais tecnologia embarcada em seus produtos e serviços sai na frente. A VONDER aposta em itens de diferenciação competitiva, com investimentos constantes em incrementar seu mix.
Valter Antônio Lima Santos, diretor Comercial do Grupo OVD – VONDER

"O mercado já mostra uma tímida recuperação e esta deve se manter durante o ano de 2017. Esperamos que o governo consiga aprovar as medidas de limite de gastos do governo e, possivelmente, a reforma tão esperada da previdência social. Estamos otimistas com relação ao próximo ano e, claro que, além de estar otimista na capacidade de recuperação do mercado, estamos nos preparando para isso. Sabemos que temos muito a crescer, pois possuímos produtos inovadores que ainda não são populares no Brasil, mas já são tecnologias conhecidas nos Estados Unidos e Europa. Como selantes e adesivos a base de MS Polímero e Espumas Profissionais".

Antonio Arcanjo, diretor Geral da Selena Sulamericana

"Depois de um 2016 de muito trabalho, arrumando a casa, desejamos que 2017 seja mais colorido e cheio de oportunidades. Feliz 2017!" ELLU'S Tintas

"A Sasazaki é uma empresa sólida e que trabalha com capital próprio desde 1988. Isto nos permite os ajustes necessários para manter os investimentos em 2017, possibilitando manter um planejamento estratégico direcionado ao crescimento e sempre com foco nos clientes, nos parceiros e no público interno."

Neylor Brito, Diretor Comercial da Sasazaki

"Em geral, acreditamos que 2017 será melhor que 2016, sobretudo por não termos as instabilidades causadas pelo ambiente político."

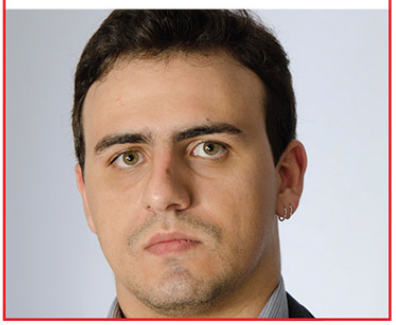
João Roberto Ximenes, gerente Comercial Executivo da Vedacit

"Em 2017 a expectativa é positiva. Com a melhora na economia, esperamos continuar um bom crescimento em toda a linha de duchas, torneiras e iluminação profissional LED. Abrir novos mercados no cenário externo e novos produtos em nosso mix."

Tiago Zagonel, coordenador de Vendas da Zagonel

"O ano de 2017 será de muitas comemorações, pois completaremos 25 anos. Acreditamos que será um ano de novos desafios e obstáculos, já que o mercado está retomando seu curso, teremos também grandes projetos para colocar em prática, muitas novidades e lançamentos para apresentar... aguardem!"

Rafael Bernardi, coordenador de Marketing e Propaganda da Âncora



"Nossa projeção de vendas para 2016 está sendo cumprida e esperamos para 2017 um cenário ainda mais promissor. A Adere fez investimentos importantes em tecnologias e equipamentos, especialização de pessoal e automação de processos-chave, que nos dão ainda mais competitividade e possibilidades de crescimento."

Rossana Brocchi, Marketing da Adere

Desejamos que 2017 seja um ano de muitas vendas para você, Lojista! Conte com a nossa equipe. Conte com a HYDRO Z UNIKAP!

A Lorenzetti comemora a chegada de 2017 e garante que será um excelente ano aos lojistas, com muitos lançamentos.

"Temos expectativas positivas para 2017."

Fabricio Buzeto, diretor de Marketing da Weber

"Com as mudanças que começaram a acontecer no cenário nacional, já estamos vislumbrando a volta do consumo. A SIL acredita na recuperação gradual da economia, que trará consigo o importante segmento da construção civil ao longo do próximo ano e meio, para uma retomada mais acertada a partir de 2018. O próximo ano ainda será de ajustes."

Pedro Morelli, gerente Comercial e de Marketing da SIL

"Em 2017, estaremos concentrados em estabelecer no mercado a linha de disjuntores lançada no início de 2016, além de continuarmos focados no fortalecimento de nossas linhas de interruptores, que são nosso carro-chefe. Continuaremos atentos às possibilidades e não descartamos a entrada em novos segmentos, mas não temos nada definido, até porque o cenário econômico que se desenha para 2017 ainda exigirá cautela."

Roberto Aimi, diretor da Tramontina Eletrik

"O mercado de tintas é um segmento de vital importância para a economia nacional, que emprega direta e indiretamente milhares de pessoas. Os indicadores financeiros de confiança, como o Banco Central (BC) e o Boletim Focus, estão projetando um ano de melhoras. Estamos confiantes em fatores, como: a queda da inflação, a manutenção do emprego e no aumento do poder de compra. Nossa percepção é de que a economia deve deslanchar com a retomada dos lançamentos imobiliários, a liberação do financiamento de materiais de construção e a virada positiva nos mercados, bem como a melhora da crise política que o país atravessa."

Fernando L. Olio, diretor de Marketing da Solventex

"Estamos projetando um ano promissor em função das mudanças econômicas que estão ocorrendo no país. Percebemos nos últimos três meses uma recuperação na construção civil pesada, o que nos motiva a olhar o ano de 2017 com metas arrojadas para esse setor. De qualquer forma, 2017 seguirá sendo um ano desafiador na primeira metade e esperamos uma melhora nos negócios da Stanley Black & Decker a partir do segundo semestre."

Fabio Govina, diretor de Marketing Stanley Black & Decker

"Há expectativas de que o país retome investimentos para tracionar o segmento da construção civil. Além disso, a situação econômica tende a ter gradual melhora em 2017. Diante desse cenário, a Soletrol irá focar suas estratégias em otimizar sua produtividade, com muita criatividade e sem investimentos desnecessários. Desse modo, a empresa estará preparada para atender o mercado solar, que se manteve firme mesmo em meio à recessão, e também aos possíveis aumentos na demanda. As diretrizes da companhia são muito claras: trabalho intenso, serenidade e bom senso nas decisões."

Luís Augusto Ferrari Mazzon, diretor presidente da Soletrol

"Acreditamos que o próximo ano será de retomada de crescimento. O último ano, especialmente, foi bastante desafiador para o empresariado brasileiro. Contou muito nesse período a estratégia da empresa e confiança do consumidor na marca. A expectativa é de que 2017 seja mais tranquilo, com mais estabilidade, mas, para isso, é preciso agir, estar sempre à frente. Caso esse cenário se confirme, será possível retomar alguns investimentos que ficaram em segundo plano, apresentando novidades para o setor."

Afonso Schreiber, presidente da Taschibra

CORAL sobe o morro

O Morro Santa Marta fica em Botafogo, na cidade do Rio de Janeiro, em um dos pontos mais turísticos da Cidade Maravilhosa. Este é um dos motivos para os moradores da comunidade não deixarem o local, além do aluguel compatível com suas rendas e diversos projetos sociais.

Um exemplo é o Projeto Tudo de Cor, coordenado pela Coral, que começou em 2009, como um piloto, onde foram pintadas 34 casas em torno da Praça do Cantão, bem como a própria praça, que ganhou pintura no chão, além de receber uma "Quadra Inesperada", com uma cesta de basquete numa das paredes, para a população local poder jogar, brincar e se divertir a qualquer hora. Um projeto desafiador que, no início, a própria Coral precisou entender a comunidade para realizá-lo, além de expor o questionamento sobre o que a cor traria para os moradores do local, chegando ao resultado de que as cores têm o poder de melhorar a vida das pessoas. Passada a fase inicial, de cadastro das moradias que seriam pintadas, lembrando que casas em áreas de risco ou de madeira não podiam participar, a Coral se instalou em um escritório na entrada do Morro Santa Marta, para cuidar de tudo bem de perto na comunidade, que conta com um número que varia entre 5 e 6 mil moradores, um número que é dinâmico e muda de acordo com a chegada frequente de novos moradores, mas com rara saída, que vivem nas cerca de 1800 casas do Santa Marta, onde algumas chegam a ter 5 andares, cada um habitado por uma família.

Depois de 7 anos, o projeto Tudo de Cor no Morro Santa Marta vai passar para uma nova fase. Após uma pesquisa com 431 respondentes, sendo que 259 tiveram a fachada pintada por causa do projeto, a Coral constatou "que as cores trouxeram mais alegria, melhorando a autoestima das pessoas e o bem-estar dos moradores", comenta Marcelo Abreu, gerente de Marketing Institucional da AkzoNobel Tintas Decorativas e líder do projeto Tudo de Cor. "Escolhemos o Santa Marta porque foi a primeira comunidade pacificada a receber uma UPP – Unidade de Polícia Pacificadora –, presente até hoje. Desde que iniciamos o projeto,

nunca vi uma arma por aqui", acrescenta. "Quando começamos, pensávamos: qual a missão da Coral? O que é cor? Cor é vida, é alegria. Nós fizemos o projeto e hoje temos uma pesquisa que avalia o impacto que teve na comunidade, onde medimos os resultados na pessoa, na casa e na comunidade. Teve impacto nas três dimensões. Temos informações sobre o orgulho de quem está morando na comunidade (83% passaram a sentir mais orgulho da moradia após a renovação da fachada), bem-estar foi muito bem avaliado (74,2% dos entrevistados disseram que as intervenções ajudaram o Santa Marta e ser um lugar melhor para se viver), autoestima (73,4% tiveram a autoestima elevada), e tem também a valorização do imóvel", acrescenta Marcelo.

"As pessoas não querem deixar o Santa Marta", comenta Verônica Moura, formada no curso completo de Guia Turístico, em uma turma de 12 estudantes, que trabalham no Morro Santa Marta, mostrando o local e contando um pouco de sua história, apresentando as Quadras Inesperadas, assim como outros profissionais que, habituados com o local, trabalham como guias para turistas, que, mesmo sem ter participado do curso completo, passaram por um treinamento e são replicadores das informações aos visitantes.

Nesses 7 anos de Tudo de Cor no Santa Marta, foram 53 mutirões, totalizando 1803 voluntários brasileiros e estrangeiros, com um total de 400 casas pintadas e mais de 25 mil litros de tintas usados. Entre 24 cores disponíveis, as preferidas pelos moradores foram verde-pastel e violeta-dignidade. Além das casas, diversos muros foram pintados, inclusive

o da UPP, pintado pelo artista Swell; a escadaria principal da comunidade também ganhou novas cores, feita pelos coletivos NAVIU E SerHumano, o painel de 18m² ao lado do campinho de futebol, no alto do Santa Marta; gerou os resultados não só na melhoria do visual da comunidade, mas também ajudou a criar oportunidades, como a loja de lembrancinhas, ao lado da praça em homenagem ao cantor Michael Jackson, que gravou um video clipe no local, e que conta com objetos de decoração, vestuário, canecas, chinelos, muitos com estampas criadas por um morador do Santa Marta.

TOP OF MIND
Revenda Construção

2º LUGAR EM
FERRAMENTAS MANUAIS

Estamos aqui novamente!
Mais uma vez, nós da PACETTA, deixamos nosso agradecimento pelo reconhecimento e confiança que o mercado e parceiros tem em nossa linha de produtos.
Estar posicionada entre as principais empresas do mercado brasileiro é um grande orgulho.
Nas próximas décadas não será diferente!
Obrigado!

PACETTA, QUALIDADE INDISCUTÍVEL.

DESDE 1947
PACETTA®
QUALIDADE EM FERRAMENTAS

Acesse o site e fique por dentro das novidades:
www.metalurgicapacetta.com.br

VITÓRIA STONE FAIR
Feira Internacional do Mármore e Granito
De 14 a 17 de fevereiro
Carapina Centro de Eventos, Serra/ES
www.vitoriastonefair.com.br

EXPO REVESTIR 2017
Fashion Week da Construção
De 07 a 10 de março
Transamerica Expo Center, São Paulo/SP
www.exporevestir.com.br

3ª EXPO ARQUITETURA SUSTENTÁVEL
De 04 a 07 de abril
São Paulo Expo
São Paulo/SP
www.expoarquiteturasustentavel.com.br

23ª FEICON BATIMAT
Feira Internacional da Construção
De 04 a 08 de abril
São Paulo Expo, São Paulo/SP
www.feicon.com.br

FABRICON
Feira Brasileira de Fabricantes da Construção Civil
De 25 a 28 de maio
Parque de Exposições Vila Germânica, Blumenau, SC
www.viaapiaeventos.com.br/feirafabricon

FECONATI
Soluções Sustentáveis para a Construção Civil
De 01 a 04 de junho
Local: Atibaia, SP
www.feconati.com.br

CONSTRUSUL
Feira Internacional da Construção
De 02 a 05 de agosto
Fenac – Novo Hamburgo/RS
www.feiraconstrusul.com.br

GREENBUILDING BRASIL
Conferência Internacional e Expo
De 08 a 10 de agosto
São Paulo Expo - São Paulo/SP
www.expogbcbrasil.com.br

CONCRETE SHOW SOUTH AMERICA
Feira Internacional da Construção Pesada
De 23 a 25 de agosto
São Paulo Expo - São Paulo/SP
www.concreteshow.com.br

ABRAFATI 2017
15º Congresso Internacional de Tintas
15ª Exposição Internacional de Fornecedores para Tintas
De: de 03 a 05 de outubro
São Paulo Expo - São Paulo/SP
www.abrafati.com.br

GAMMA
FERRAMENTAS

Três prêmios em 2016
O resultado é o reconhecimento

Troféu Top of Mind
Categoria Ferramenta Elétrica de Bancada - 3º lugar

Melhor Produto do Ano
Plaina Desengrossadeira G683

As melhores empresas para o consumidor
Indicação ao Prêmio Época Reclame Aqui

AQUISIÇÃO DO CENTRO DE DISTRIBUIÇÃO

Uma conquista que nos torna ainda mais fortes

O novo Centro de Distribuição faz parte da estratégia de ampliação da empresa no mercado nacional.

A Gamma Ferramentas acaba de adquirir o centro de distribuição (CD) de 12 mil m² de área construída em um terreno de 22 mil m². Porque depois de tantas premiações achamos justo termos espaço que comporte o que temos de melhor, os principais motivos de você ter escolhido a Gamma: potência, fácil usabilidade, qualidade premium e atendimento incomparável.

gammaferramentas.com.br

CORTAG
REVOLUTION TOOLS
20º
MELHOR PRODUTO
DO ANO
Cortador profissional HD 750.
Pela 14ª vez consecutiva, eleito
o Melhor Produto do Ano.
A todos os revendedores,
o nosso muito obrigado!
CORTAG HD 750
www.cortag.com.br
Confira os nossos lançamentos
e a linha completa de ferramentas Cortag.