CONSTRUÇÃO

REVENDA

www.construçãototal.com.br

VAREJO E DISTRIBUIÇÃO

286
ano XXVI
Julho 2014

CISER, QUALIDADE E SEGURANÇA DA BASE AO TETO

TOP OF MIND
Revenda Construção
Categoria Parafuso

Exija Ciser.
Marca de Confiança.

marketing@ciser.com.br

Teleciser: 0800 474500

Rede CISER
Seu canal de integração e prêmios.
redeciser.com.br

CISER Parafusos e Porcas
ciser.com.br

carta do editor

as mais mais

Imagem é tudo. Vender também! Uma marca que é reconhecida por sua boa imagem perante os consumidores – em nosso caso, os lojistas de material de construção – tem grande caminho percorrido para se tornar também desejada pelos consumidores finais. Trabalhar a imagem de uma marca exige muitos investimentos. Divulgação no ponto de venda, bom relacionamento da indústria com o varejo, transparência nas negociações, qualidade do produto, pós-venda e intenso trabalho de marketing.

O Top Of Mind Revenda Construção, cuja cobertura completa você acompanha nas páginas desta edição, mostrou quais as marcas mais conhecidas pelos revendedores de todo o Brasil. Em 88 categorias e 3 enquetes, descobrimos aquelas que estão mais presentes na mente dos nossos leitores, que ganharam o belíssimo troféu Ruy Ohtake.
A festa, realizada no Clube Monte Líbano, em São Paulo, foi mais do que uma prova de superação – o tema do evento – mas também de reconhecimento dos revendedores.

Boa leitura!
Roberto Ferreira

ERRATA

Na página 64 da edição 285, não saiu o nome da categoria Pia, Cuba e Tanque de Inox.

Na somatória dos votos (quantidade de revendas), na página 36 da edição 285, divulgamos 3.368 quando a somatória é 3.336.

Hydra

Ao contrário da informação nas edições 283 e 284, a Hydra, marca referência em válvulas de descarga, incorporou as linhas de torneiras e duchas elétricas da recém-adquirida Thermosystem, passando a oferecer também sistemas de aquecimento de água com sua assinatura. Ou seja, a Hydra tem agora dois "braços": o de válvulas e o de sistemas de aquecimento de água.

GRUPO REVENDA

JULHO 2014 I Edição 286

Diretoria	Ivete Nunes (ivete@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@revenda.com.br)
Diretor Editorial	Roberto Ferreira (roberto@revenda.com.br)
Editora de Arte	Camila Duarte de Azevedo (estudioduplaideia2@gmail.com)
Chefe de Arte	Tatiana Hemmel F. Carlini (tatiana@revenda.com.br)
Projeto Gráfico	Dupla Ideia Design
Repórter/Revisão	Clayton Gallo (clayton.gallo@revenda.com.br)
Diretora Comercial	Carla Passarelli (carla@revenda.com.br)
Gerentes de Contas	Alessandra Bertuzzi (alessandrabertuzzi@revenda.com.br), Juliana Tagliapietra (juliana@revenda.com.br), Marli Moço (marli@revenda.com.br), Solange Castilho (solange@revenda.com.br)
Estagiária de Vendas	Marcela Macário (marcela.macario@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) Cristiane Pereira da Silva (cristiane@revenda.com.br)
Departamento Jurídico	Dr. José Geraldo Louzã Prado

Assinaturas
Vera Lúcia M. Lopes (vera@revenda.com.br)
Tel.: (11) 5503-2061

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

CONSTRUÇÃO REVENDA VAREJO E DISTRIBUIÇÃO

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 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.

QUINTA ESSÊNCIA PESQUISAS

fotos: Fábio Andrade e Shutterstock

CONSTRUÇÃO
REVENDA
VAREJO E DISTRIBUIÇÃO
Edição 286 - ano XXVI - Julho 2014

12
TOP OF MIND
As marcas mais lembradas

14
METODOLOGIA
Entenda como foi feita a pesquisa Top Of Mind Revenda Construção

42 RESULTADOS
Resultado analítico completo de todos os segmentos

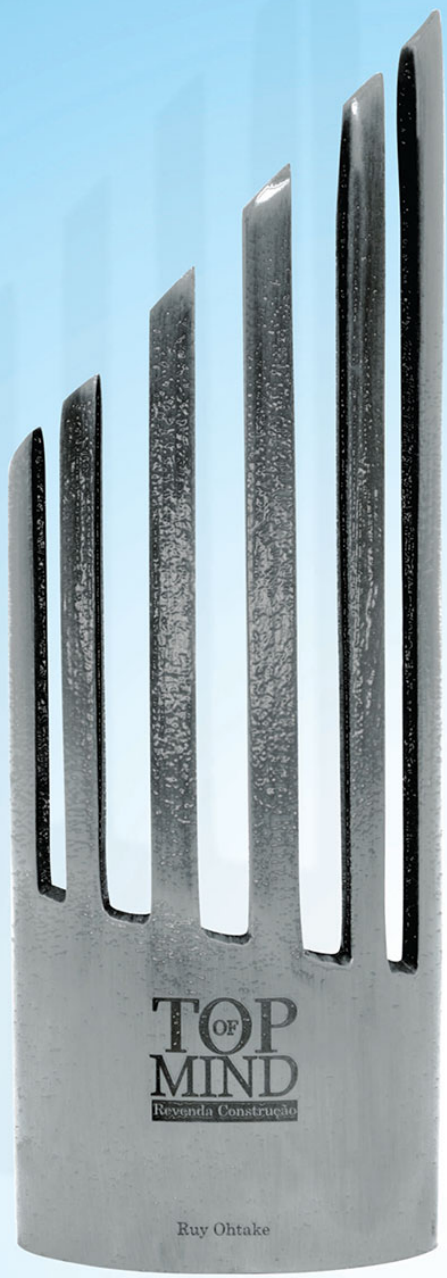
126 A FESTA
O tema foi Superação

174 PAINEL
As novidades que estão chegando nas gôndolas

ARTIGOS E SEÇÕES

Prêmio Atacadista.....10
Patrocinadores.....150
Evento Secovi.....170
Tecobi.....184
Indicadores.....186
Sua Loja.....190
Clique Aqui.....192
Agenda.....194

2014.
UM ANO REPLETO DE CONQUISTAS.



Astra e Japi - Top of Mind. Uma conquista muito bem lembrada.

A Astra e a Japi estão entre as marcas mais lembradas pelos revendedores de materiais para construção e acabamento no Brasil. Ganhar o reconhecimento dos nossos clientes é sem dúvida a maior conquista de todas.

TOP OF MIND
Revenda Construção

Prêmio **TOP OF MIND**

Acessórios para Banheiro

Assentos Sanitários

Banheiras

Armário e Espelho de parede

Prêmio **DESTAQUE**

Armário para Banheiro

Utilidades Domésticas

Prateleiras

Pia e Tanque

Porta e Janela de Alumínio

Metal Sanitário da Japi

Metal Sanitário Economizador de Água da Japi

Japi

A escolha inteligente

www.japi.com.br
0800-772-5274

ASTRA

Mora na sua vida

www.astra-sa.com.br
0800-14-6977

competence

Uma grande marca não aparece da noite para o dia. A não ser que ela seja o resultado da união de seis grandes marcas.

InBetta

Criatividade facilita a vida.

BETTANIN · ATLAS · SANREMO · PRIMAFER · ORDENE · SuperPro BETTANIN

Somos a InBetta. Uma marca que já nasce grande, reunindo 6 grandes empresas que produzem mais de 4.500 diferentes tipos de produtos, totalizando cerca de 50.000.000 de unidades produzidas por mês, comercializados em todo o Brasil e exportados para mais de 50 países. Somos mais de 2.600 profissionais trabalhando para facilitar a vida das pessoas através da nossa principal matéria-prima: a **criatividade**.

Conheça melhor a InBetta em www.inbetta.com.br.

9º PRÊMIO EXCELÊNCIA ATACADISTA DISTRIBUIDOR

nossa eleição vai começar

A partir de 3 de julho até 25 de agosto, lojistas de material de construção e representantes das indústrias fabricantes de produtos para este segmento votarão para apontar os Melhores Atacadistas Distribuidores de Material de Construção de todo o Brasil.

Para votar, é muito simples: lojistas e fabricantes votarão pelo site www.construcaototal.com.br, preenchendo os dados solicitados e indicando o CNPJ.

Outra novidade fica por conta da votação espontânea pelo call center da Quinta Essência Pesquisa & Inteligência de Mercado, no mesmo período. Para isso, será utilizado o banco de dados do Grupo Revenda, também usado em outras premiações. As entrevistas serão através de telefonemas, aprimorando ainda mais a nossa pesquisa, uma vez que, para determinar a distribuição destes telefonemas, será levada em consideração a importância desta região/estado dentro do PIB que a mesma representa.

Com isso, neste ano, teremos, além dos 60 maiores atacadistas no âmbito nacional, o resultado também por região, pois sabemos a importância dos mercados regionais.

O evento de premiação do 9º Prêmio Excelência Atacadista Distribuidor será realizado no dia 2 de outubro.

* Imagens ilustrativas. Certificado de autorização CAIXA nº 1-0090/2014.
Todos os direitos reservados. Proibida a reprodução parcial ou total deste conteúdo.

TOP OF MIND
Revenda Construção

Fotos Fábio Andrade, Fábio Góis, Victor Andrade

SUPERAÇÃO!

Uma simples palavra. Um grande desafio. O tema da festa de premiação do Top Of Mind 2013 Revenda Construção mostrou o que as empresas fabricantes de material de construção nacionais fazem além dos produtos que vendem: criatividade, desempenho e superação.

PLATINUM

FORTALEZA argamassas e revestimentos
FORTLEV É MUITO MAIS CAIXA D'ÁGUA
MEBUKI Detalhes que fazem a diferença.
weber SAINT-GOBAIN
produtos quartzolit
MAN Caminhões Ônibus

GOLD

DANEVA
LORENZETTI
Marcas do Grupo legrand
LORENZETTI
NORTON SAINT-GOBAIN
vonder

APOIO

PAPAIZ
grupo perlex
ATLAS PINCÉIS E FERRAMENTAS
FIXGIL
ASTRA
Japi Integral
MONDIALLE
Roca
DENVER IMPERMEABILIZANTES
deca
GERDAU
50 anos HERC MARCA DE QUALIDADE

Com este tema e o exemplo da águia, ave que se transforma e se supera ao longo da sua vida, os mais de 600 presentes no evento realizado no dia 27 de maio, no salão nobre do Clube Monte Líbano, em São Paulo, participaram da entrega dos belíssimos troféus Ruy Ohtake às empresas Top Of Mind 2013 em 88 categorias e 3 enquetes e às empresas Destaque na mesma pesquisa.

Um telão de 18 metros de comprimento foi um dos diferenciais da noite, onde foram projetadas as logomarcas das empresas vencedoras e um vídeo mostrando o voo de uma águia, condutora de toda comunicação do Top Of Mind 2013 **Revenda Construção**.

A noite foi de festa. Muita festa. Foi a coroação de um trabalho de pesquisa realizado no período de dezembro de 2013 a março de 2014 pela Quinta Essência Pesquisa & Inteligência de Mercado. Foram contatadas quase 39 mil revendas em todo o país, com 3.336 votos/revendas válidos.

SUPERANDO OS LIMITES

Durante o evento, foram apresentadas várias situações de superação no enorme telão envolvendo atletas e profissionais da construção civil.

Você já ouviu falar em superar limites. Mas que limites são esses? Grandes, novos, inquietantes... cada um sabe até onde pode ir. Até onde quer ir.

Será? O tijolo colocado é tão desafiador quanto o edifício inteiro. A atitude é tão importante quanto a ação.

O detalhe é tão revelador quanto o projeto em si.

Metas, objetivos e resultados vão construindo o sucesso pouco a pouco. Fazendo história.

Não existem barreiras. Não existem desculpas. Apenas o desejo, a vontade de seguir em frente, de crescer, evoluir profissionalmente.

O ser humano não para, não pode parar. Imagina, muda, cria, dia após dia supera a si mesmo e as expectativas de todo o mundo.

Novos desafios surgem e, com eles, uma nova vontade de fazer acontecer.

Superar a altura, superar a água, superar as distâncias, superar o inesperado. Superar o medo e ver o futuro chegar voando.

Limite? Cada empresa sabe qual é o seu. Superá-lo é uma escolha, uma opção, uma forma de construir vitórias e se destacar.

O FUTURO VOA PARA QUEM SE DESTACA

Superação é um exercício, um hábito, uma atitude.

Engana-se quem imagina que é algo pronto, acabado, com uma fórmula para ser seguida. Não é.

Aliás, é muito mais simples falar sobre o que não é superação do que sobre como ela é feita ou construída.

Todos os dias, é preciso fazer mais do que vencer desafios, mais do que ultrapassar limites, mais do que se reinventar.

METODOLOGIA DO TOP OF MIND

A pesquisa Top Of Mind é realizada no formato espontâneo e não-induzido.

C.A.T.I (Computer Assisted Telephone Interviewing)

• Realizada por telefone com base em cadastro do Grupo Revenda de mais de 65 mil revendedores de materiais de construção no Brasil inteiro.

O banco de dados da Quinta Essência conta com 65.025 revendas de material de construção servindo de base para a amostra.

Foram necessários 38.431 telefonemas para coletar 3.336 entrevistas com varejistas. As entrevistas foram distribuídas nas macrorregiões do Brasil, com proporção semelhante a do PIB nacional. Contabilizados 19.739 votos válidos (revendedores votaram em mais de uma categoria).

AMOSTRA: Quando falamos de amostras, sempre temos que ter uma ideia mínima da população, ou seja, se a amostra vai representar uma população muito grande (considerada infinita) ou uma população pequena. Quando sabemos que a população é pequena, a amostra pode ser um pouco menor se comparada com uma população muito grande.

Fazendo os cálculos para amostras mínimas concluímos que, quando a população se aproxima dos 100.000 casos, as amostras sugeridas vão se equiparando, isto quer dizer que, em um universo de 100.000 casos, podemos usar a formulação para amostras com população pequena.

No caso da Editora Quinta Essência, temos um cadastro com cerca de 65.000 revendas de material de construção e estimamos que, no Brasil, temos algo em torno de 100.000 revendas relevantes. Logo, consideraremos uma população pequena.

É preciso estar preparado para a mudança, o novo, o impensável. E, mesmo assim, planejar o próximo passo.
Tudo munda o tempo todo! O mercado, os consumidores, as técnicas construtivas, enfim, o amanhã é um projeto em construção.
Acreditar talvez seja o segredo. Mas acreditar em quê?
Acreditar no talento, na vontade de crescer, na coragem de ser visionário, na garra e no privilégio de ser referência. Superar significa ser respeitado, admirado, lembrado por pessoas, empresas e pelo mercado.

O FUTURO CHEGA VOANDO PARA QUEM SE SUPERA

O que faz da superação um desafio contínuo? Um objetivo a ser alcançado com persistência?
Muita gente se pergunta como chegar? Como vencer? Como estabelecer um novo patamar?
Talvez a pergunta mais importante seja: "E depois?".
Superar algo, alguém ou a concorrência traz consigo uma grande responsabilidade: o valor da referência, do exemplo a seguir, do competidor a ser batido.
Imagine um campeão Olímpico. Um líder político. Um cientista. Um empresário de sucesso. Imagine você e a sua empresa.
Em um segundo, a superação é o limite; no segundo seguinte, começa um novo desafio, uma nova busca, uma nova obsessão.
Este é o espírito, a essência da superação: evoluir, surpreender, inovar, ultrapassar todos os limites. E fazer isso outra vez, e outra, e outra, até se tornar tão natural quanto respirar.
É assim que uma empresa se transforma em Top Of Mind.

COMO LER A TABELA

Na parte superior, temos o nível de confiança, isto é, podemos pensar em amostras que, ao dar os resultados, temos 95% (ou 99%) de confiança, que representam a população. Dentro de cada nível de confiança, temos sempre um intervalo de valores que leva em conta o erro amostral. O padrão é usar ou 3%, 5% ou 10% de erro amostral.
Total de Revendas pesquisadas/votantes: 3.368 (100%)
Norte: 153 (4.6%)
Nordeste: 433 (13.1%)
Centro-Oeste: 253 (7.6%)
Sudeste: 1.893 (56.3%)
Sul: 604 (18.1%)
Com este volume, teremos 99% de confiança, com margem de erro de 3%.
Período de coleta: dezembro de 2013 a março de 2014.
Abrangência: 9 Categorias e 88 Seg-

mentos do setor de materiais de construção e 3 Enquetes.
1 Top Of Mind GERAL.

TABULAÇÕES/CRITÉRIOS:

São gerados dois índices para melhor visualização e leitura dos dados por segmento e categoria. São eles:

LEMBRANÇA DE MARCA DO SEGMENTO – TOP 10

Representa o grau de concentração do segmento em termos de presença de marca.
Quanto maior o índice, maior a concentração de força de marca do segmento entre as 10 principais marcas do segmento.
Quanto maior o índice, mais fortes as 10 marcas e maior a barreira de entrada para novas marcas.
Ex.: Relação entre (%), Total de Citações das 10 mais e Total de Citações do Segmento.

PRESENÇA NO PDV

Representa a penetração do segmento na revenda (lojas que trabalham ou não com determinado segmento).
Ex.: Relação entre (%), Total de Citações de Revendas que não Trabalham com Produtos do Segmento e Total de Citações do Segmento.

DEFINIÇÕES:

a) Categoria: Agrupamento de segmentos análogos por área de atuação.
b) Segmento: Agrupamento de empresas/marcas por função/característica.
Critérios:
• Foram considerados todos os 88 segmentos, mesmo os que não atingiram um mínimo de 10 marcas.
• Foram efetuados arredondamentos percentuais para uma casa decimal (0,0) em todos os dados apresentados, que não provocaram variação no resultado final.
• Categorias pesquisadas dentro de lotes de revendas, pré-selecionados, de acordo com sua classificação/tipo de loja – Hidráulica, Elétrica, Básico, Tintas, Geral.
Proporção de lojas: pequena, média e grande:
Grande: 232 votos – 5%
Média: 6.039 votos – 31%
Pequena: 12.680 votos – 64%
Foram estabelecidos critérios para definir o tamanho das lojas: foram consideradas lojas pequenas as com até 200m² de área, até 5 funcionários e apenas um check-out. As lojas médias tiveram o critério área de até 1.000m², de 6 a 30 funcionários e até 5 check-outs. Já as grandes atendiam ao critério de área acima de 1.000m², mais de 30 funcionários e mais de 5 check-outs.

	95% DE CONFIANÇA			99% DE CONFIANÇA		
N= POPULAÇÃO	3% +-	5% +-	10% +-	3% +-	5% +-	10% +-
500	250	218	81	250	250	125
1.000	500	278	88	500	399	143
1.500	624	306	91	750	460	150
2.000	696	323	92	959	498	154
3.000	788	341	94	1.142	544	158
5.000	880	357	95	1.347	586	161
10.000	965	370	96	1.556	622	164
20.000	1.014	377	96	1.687	642	165
50.000	1.045	382	96	1.777	655	166
100.000	1.058	383	96	1.809	659	166

TOP OF MIND
Revenda Construção

OS VENCEDORES

Na noite de festa, a comemoração maior foi dos representantes das empresas premiadas como Top Of Mind em 88 segmentos. E, com orgulho, mostraram os seus belíssimos troféus!

André Oliveira, da 3M

As empresas campeãs fizeram muita festa no momento da premiação. Tinha até torcida organizada para aplaudir seus representantes quando subiam ao palco para receber o troféu. Muito justo. Afinal, foram eleitos pelo voto dos revendedores de material de construção de todo o Brasil. Uma prova de que suas marcas estão presentes nas revendas. Algumas empresas venceram em mais de uma categoria e, este ano, a chamada em ordem alfabética das empresas vencedoras tornou o evento mais ágil. Que venha 2015!

Valter e Vander Coelho Moura, da A. J. Rorato

Dayse Maria Whitaker e Ronaldinho da Aliança Metalúrgia

Diego Matos, Manoel Flores e Alan Calacina, da Astra

Osvaldo Britto, da BR Plásticos

Luiz Felipe Pateo, da Cascola

Viviani Maria da Silva, da Ciser

Nelson Rebelato, da Daneva Lorenzettti

Carlos Manoel Guardia, da Cortag

Camilo Penna Braz e Rodrigo Garcia da Silva, da Deca

Top Of Mind

Walter Donizete Moreira, da Eliane

Gabriel Pontes, da Eternit

Alcione Albanese, da FLC

Evandro de Oliveira Sant'Anna, da Fortlev

Rene Game, da Fame

Ana Carolina Fernandes Ventura e Daniel Ribeiro, da Gerdau

DISCO DE CORTE é vonder®

Entra em campo...

UMA SELEÇÃO DE PRODUTOS CAMPEÕES!

Quem bate um bolão no trabalho profissional escolhe a força, a durabilidade e o desempenho de um time de ponta!

Sempre utilize equipamentos de proteção individual VONDER

PAIXÃO POR FERRAMENTAS, FUTEBOL E PELO BRASIL vonder

www.vonder.com.br

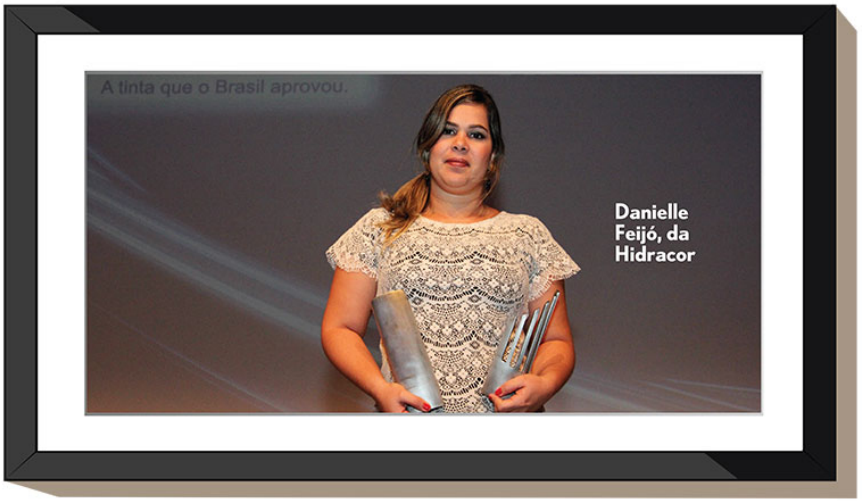
TODOS OS DIREITOS RESERVADOS.
PROIBIDA A REPRODUÇÃO PARCIAL OU TOTAL DESTE MATERIAL E CONTEÚDO.

Top Of Mind

Fábio Brito, do Grupo Ramassol

Ricardo Meister, da HDL

Mario Silvano, da Herc


A tinta que o Brasil aprovou.
Danielle Feijó, da Hidracor

Daniel Palmeira Rezende, da IBBL

Humberto Marin Munhoz, da Ibirá

Ogilvy

RECICLAMOS SEM FIM

Obrigado, revendedor. Sua confiança se transformou em mais uma conquista.

Gerdau. Vencedora do Prêmio Top of Mind Revenda Construção.

Pela 21ª vez consecutiva, conquistamos o Prêmio Top of Mind Revenda Construção nas categorias Vergalhão, Pregos, Telas, Treliças e Arame Recozido. Agradecemos a todos os revendedores, pois a força da nossa parceria se transformou em grandes resultados.

GERDAU

www.gerdau.com.br

/gerdau /gerdausa

Top Of Mind

Zalmir Pereira, da Irmãos Fischer

Daniel Trussardi Fayh, da Jimo

André Pires, da Legrand

Rafael Martinez e Ronaldo Guerra, da Irwin

Alexandre Tambasco e Angelo Lazarini, da Lorenzetti

Geraldo Bernardis, da MAN

EQUIPAMENTO PARA SOLDA é

vonder®

Entra em campo...

UMA SELEÇÃO DE PRODUTOS CAMPEÕES!

Máquinas e acessórios que surpreendem pelo rendimento, segurança e qualidade para uso profissional e industrial!

Sempre utilize equipamentos de proteção individual VONDER

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

PAIXÃO POR FERRAMENTAS, FUTEBOL E PELO BRASIL
vonder

www.vonder.com.br

Top Of Mind

Roberto
Giocondo,
da Margirius

Rafael
Ferreira,
da Montana
Química

Alexandre
Brito
Santos,
da Norton

Claudio
Henrique
Giannico,
da Osram

SOLUÇÕES **LEGRAND** PARA SUA **RESIDÊNCIA**

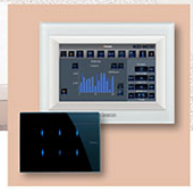
Linha completa de interruptores e tomadas da **Pial Legrand**

Quadro Home Network VDI **Legrand**

Distribuição elétrica **Legrand**

Porteiro eletrônico com vídeo Sense e fechadura **HDL**

Sistema de segurança CFTV **HDL**



Sistemas de automação **Legrand**

MÁXIMA PERSONALIZAÇÃO PARA OS CLIENTES MAIS EXIGENTES

- **Opções de design para máxima personalização**
  Ampla gama de formas, acabamentos e funções que se integram com beleza e modernidade aos ambientes contemporâneos, gerando conforto visual.
- **Uma casa totalmente conectada e confortável**
  Conexão de alta velocidade para acesso à Internet, sistemas de distribuição de som, de iluminação, cenários, controle de acesso e sistemas de automação ao alcance das mãos e num único ponto.
- **Maior segurança para sua tranquilidade**
  Sistemas de monitoramento de CFTV, vazamento de gás ou água, e proteção da rede elétrica para o patrimônio e pessoas.

www.legrand.com.br
Centro de Suporte Técnico
cst.brasil@legrand.com.br
0800 11 8008

TOP OF MIND Revenda Construção

legrand®

Janaina Sampaio, da Pado

Sérgio Lima, da Prat-K

Cláudio Sorato Júnior, da Precon

Fabio Formigari, da Pincéis Atlas

25 anos de América Latina • 1 ano de Brasil • Qualidade e confiança para você

GAMMA 25 anos

GAMMA®

Muito mais que ferramentas.

TOP MIX diferenciado para a sua loja!

Conheça nossa linha completa:

PISTOLAS DE PINTURA ELÉTRICA | COMPRESSORES DE AR | BOMBAS D' ÁGUA | ROÇADEIRAS E MOTOSSERRAS

GERADORES | MÁQUINAS DE SOLDA | FERRAMENTAS DE BANCADA | FERRAMENTAS ELÉTRICAS | FERRAMENTAS A BATERIA DE LÍTIO

@GammaBr

gammaferramentas

www.gammaferramentas.com.br

GAMMA SULAMERICANA COMÉRCIO, IMPORTAÇÃO, EXPORTAÇÃO E DISTRIBUIÇÃO LTDA.

0800 979 0199 - (41) 3375.0099 - (11) 4559.9099

info@gammaferramentas.com.br

Top Of Mind

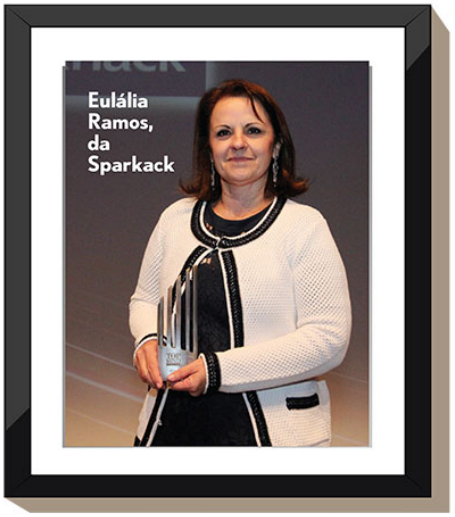
Eduardo Mendes de Brito, da Siemens

Carlos Eduardo Pereira da Silva e Neylor Sebastião de Brito, da Sasazaki

Romulo Natale Giancioppo, da Sika

Marcelo Barone, da SIL

Tony Kuribara, da Stam


Eulália Ramos, da Sparkack

TOP OF MIND
Revenda Construção

Ser TOP of Mind é uma conquista que a Fischer agradece a você.

Tradicionais no mercado da construção civil, os carrinhos de mão e betoneiras Fischer são projetados ergonomicamente, possuem alta resistência e durabilidade. Referência neste segmento, os dois produtos são destaques nas pesquisas e premiações da Revista Revenda, despontando como melhor produto do ano e **Top of Mind dos lojistas** no Prêmio Ruy Ohtake, o "Oscar" da construção civil.

Qualidade comprovada por quem entende do assunto.

www.fischer.com.br
@fischeroficial /FischerOficial

Fischer

47 3251 2000
fischer@fischer.com.br

ISO 9001

SELO SOCIAL

Top Of Mind

Luís Irigoytia, da Suvinil

Warner Studart Maia Filho, Emerson Sá dos Santos e Julio Cézar Santana, da Tigre

Afonso Schereiber Neto, daTaschibra

Julio Cesar Baldasso, Diego Campiol e Valmir Beneduzzi, da Tramontina

Isabel Boloni, da Transsen

sil.com.br
SIL VEZES MAIS LEMBRADA
TOP OF MIND
Revenda Construção
FIO E CABO ELÉTRICO
Ruy Ohtake
A SIL agradece aos revendedores por mais uma vez indicarem a nossa marca como a mais lembrada no prêmio Top of Mind, categoria fio e cabo elétrico. Este reconhecimento não é para menos, afinal a SIL tem SIL vezes mais ética e SIL vezes mais comprometimento. E assim, vamos continuar trabalhando com qualidade e responsabilidade, para sermos sempre lembrados como a marca que liga todo o Brasil. Muito obrigado!
SISTEMA DE GESTÃO QUALIDADE
AACC EMPRESA SOLIDÁRIA
QUALIFIO EMPRESA ASSOCIADA
/silfiosecabos
SIL

Top Of Mind

Heli Alves Garcia, da Tupy

Emerson Sá dos Santos, da Tigre, empresa mais parceira do lojista

Alexandre Cezilla Vieira, da Votorantim

Sérgio Lombardi e João Roberto Ximenes, da Vedacit Otto Baumgart

Sérgio Morato Gomes e Carlos Eduardo Ferreira, da Weber

Carlos Bordoni, da WD-40

CS 400 L
www.csm.ind.br

Betoneiras CSM, as mais vendidas do Brasil

- Possuem o melhor custo-benefício • São mais robustas • Maior confiabilidade
- Oferecem maior segurança ao operador • Referência em inovação e tecnologia

SISTEMA DE GESTÃO DA QUALIDADE
ISO 9001 – 2008 - FM 517769

47 3372 7600 - www.csm.ind.br
SAC: 0800 600 7600 - saccsm@csm.ind.br

CSM®
MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS PARA CONSTRUÇÃO

35 anos CSM

Top Of Mind

Gersinho
Bartolomeu,
Tambasa

BATIMAT
Liliane
Bertolucci,
Feicon
Batimat

Venha construir e reformar com a RADIAL!
RADIAL
RADIAL
DESDE 1975
www.radial.ind.br
sac@radial.ind.br
(11) 3576-0299

soprano.com.br
facebook.com/SopranoBR

COM SOPRANO VOCÊ SEMPRE SAI GANHANDO.

Design, tecnologia, inovação e sofisticação. Há 60 anos, esse time está em campo para fazer o melhor por você. Para levar segurança para sua casa, sua família, seu trabalho.

Conheça mais sobre a seleção campeã de fechaduras Soprano: Open Golf, Soul e o lançamento Unique.

Fechaduras Soprano | Mais confiança em suas mãos.

Open Golf com espelho E36

Soul com roseta R25

Unique TS com espelho E14

SOPRANO
Divisão Construção Civil

60 ANOS

FECHADURAS · FERRAGENS · CADEADOS · ACESSÓRIOS PARA MÓVEIS · MOLAS DE PISO E AÉREAS · MATERIAIS ELÉTRICOS · UTILIDADES DOMÉSTICAS

TOP OF MIND
Revenda Construção

DESTAQUES

Empresas que tiveram boa votação receberam o troféu Ruy Ohtake na categoria Destaque, uma maneira de homenageá-los!

O Grupo Revenda premiou diversas empresas que receberam expressiva votação no Top Of Mind, mas insuficiente para a vitória. Utilizando outro belíssimo troféu desenhado pelo renomado arquiteto Ruy Ohtake, fez a premiação na abertura do evento. Estas empresas foram respresentandas pelos seus executivos, que elogiaram bastante a nova premiação e a fluidez com que subiram no palco para receber os troféus.

Ricardo
Mergentater,
Brascola

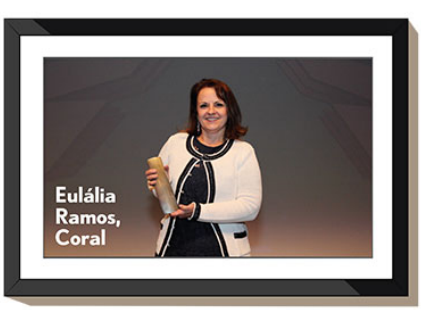
Marcelo
Roffe,
Brasilit

Panayótis
Nicolas
Spanos,
Cemar
Legrand

Carlos
Schmitt,
Ceramfix

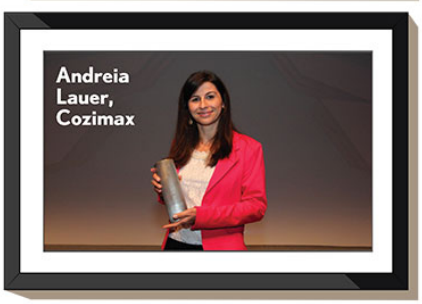
Mauricio
Miranda,
Cerâmica
Delta

Daniel
Coutinho,
Condor


Eulália
Ramos,
Coral

João
Carlos
Assoni,
Corfio

Felipe
Thalaker,
Corona


Andreia
Lauer,
Cozimax

Alexandre
Palhares,
Cris-Metal

Fernando
Raboch,
CSM

José Miguel
Morgado,
Denver

Daniel
Campos,
Direcional

Rafael
Fendrich,
Docol

Top Of Mind

Leonardo Kuriyama, Dormer

Gicélia Melo da Silva, Durin

Marcelo Moretto, ECP

Manuella Curti de Souza, Europa

Fernando Buchene, Fabrimar

Alexandre Calderano, Fabrinox

Rodrigo Machado, Famastil

Eduardo Stanzel, Fico

Edmilson José Zamai, Fimap

Francisco Eduardo Lopez, Fixtil

Angelo Lazzarini, Fortti

Paulo Bellini, Foxlux

Dilvo Costa, Franke

Alexandre Cricci, Golden

Antonio Ros Ros e Antonio Ros, Grupo Perlex

Alexandre Junqueira, Grupo Roca

Richardson de Castro, Hydronorth

Marco Aurélio Assis, Ical

Paulo Sérgio Franco, Icasa

Anderson Bezerra, Ilumi

Rafael Lopes, Irmãos Corso

Edson Zago, IV Plast

Flávio Rodrigues, Jacuzzi

Fabíola Fernanda Almeida, Jomarca

Rodrigo Inácio, Krona

Reinaldo Oliveira Batista, Lukscolor

Cleber Spínola, Ciplak/ Lwart

Daniel de Carvalho Alencar, Makita

Jairo e Rodrigo Uemura, Mebuki

Adenilson Chaves Silva, Menegotti

Top Of Mind

Fábio Gonçalves Marques, Mercedes-Benz

Julio Cesar Santana, Mestre Tigre

Ivan Godói, Metalúrgica Rocha

Maciel Mendes, MGM Corp.

José Carlos Melloni, Mondialle

Marcos Douglas Nascimento Guedes, Nambei

Edvaldo Schamp, Orbi Química

Demétrio Rodriguez, Ouro Fino

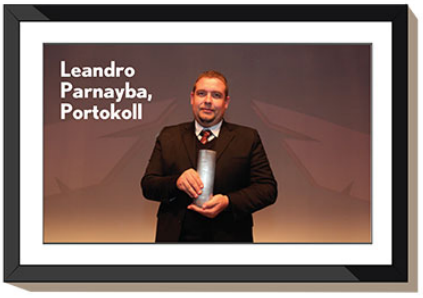
Newton Andrade, Pacetta

Edson Tamura, Papaiz

Pedro Rogério Almeida, Peneiraço Vitória

Marcos Bonifácio, Plasutil

Wagner Studart Filho, Plena Tigre


Leandro Parnayba, Portokoll

Constanzo Di Cicco, Prysmian

Gelson
Antonio
Schiochet,
Ramada
Ferramentas

Otto
Mercadante
Busch,
Ramo Conexão

Leonardo
Abreu,
Rinnai

Marcelo
Alvarenga,
Sayerlack

José
Raphael
Bicas
Franco,
Soletrol

Rodrigo
Borges,
Stanley

Abner
Fernandes,
Steck

Celso
Santos,
Sylvania

Paulo Cezar
Martins
Pereira,
Termomecânica

Di Palma,
Tytan/
Selena

Maximiliano
Freire,
Usina
Fortaleza

Eduardo
Evangelista,
Viapol

André
Ricardo
Umlauf,
Víqua

Willy
Vieira
Pires,
Vonder

TOP OF MIND
Revenda Construção

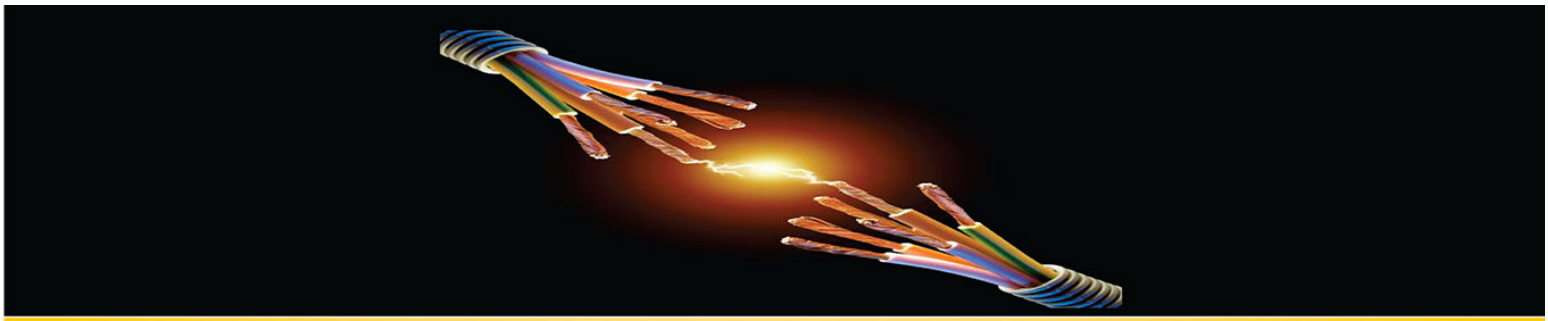
TABELA ANALÍTICA

Tigre e Votorantim Cimentos foram as marcas mais lembradas pelos revendedores que votaram quando a pergunta pedia a marca mais lembrada de toda a cadeia da construção civil. Já o atacadista distribuidor Tambasa teve expressiva votação no seu segmento.

MARCAS ABSOLUTAS DO MERCADO

Estas foram as marcas mais lembradas pelos revendedores, independetemente do segmento:

TOP OF MIND REVENDA CONSTRUÇÃO	
VOTORANTIM	32,3
TIGRE	31,7
AMANCO	7,1
SUVINIL	5,7
GERDAU	5,3
WEBER	5,1
DECA	4,5
TRAMONTINA	3,2
CORAL	3
CIMENTO CAUÊ	2,1



INSTALAÇÃO ELÉTRICA É COISA SÉRIA!

Quanto vale a segurança do seu lar?

AVALIE SEMPRE!

A experiência e seriedade do profissional.

A qualidade e credibilidade dos materiais utilizados.

Produtos de cobre, Qualidade de ouro

Perfil
Condutores Elétricos

grupo perlex

Há mais de 50 anos no seu lar, levando segurança e confiabilidade!

www.grupoperlex.com.br
(11) 4662-9000

EMPRESA NÃO POLUENTE

LINHA ECOLÓGICA LIVRE DE METAIS PESADOS

SISTEMA DE GESTÃO TÜV QUALIDADE

PRODUTO NACIONAL

RESPONSABILIDADE SOCIAL

EMPRESAS DO GRUPO PERLEX

ENQUETE

Neste segmento, o revendedor votou na marca da empresa que lhe dá mais suporte

INDÚSTRIA MAIS PARCEIRA DOS LOJISTAS	
TIGRE	27,4
ASTRA	15,1
WEBER	13,7
VOTORANTIM CIMENTOS	12,3
AMANCO	8,3
LUCKSCOLOR	6,8
CAUÊ	4,1
PRECON	4,1
SUVINIL	4,1
CAMPEÃO	4,1

ATACADISTA DISTRIBUIDOR MAIS PARCEIRO DO LOJISTA	
TAMBASA	48,3
DIFERPAN	13,5
FERRAGENS NEGRÃO	9
RAMADA	6,7
CARDÃO COMÉRCIO EXPORTAÇÃO	5,6
NOVA CASA	5,6
COFEMA	3,4
ELETROLESTE	3,4
COELHO	2,2
MARTINS	2,2

MELHOR FEIRA DE NEGÓCIOS	
FEICON BATIMAT	50
CONSTRUIR	23,7
CONSTRUSUL	15,8
REVESTIR	10,5

twitter.com/LukscolorTintas lukscolortintas instagram.com/LukscolorTintas youtube.com/LukscolorTintas

TOP OF MIND

Quem conhece nossa qualidade não tira da cabeça.

Lukscolor, destaque no Prêmio Top of Mind 2014 categoria tintas.

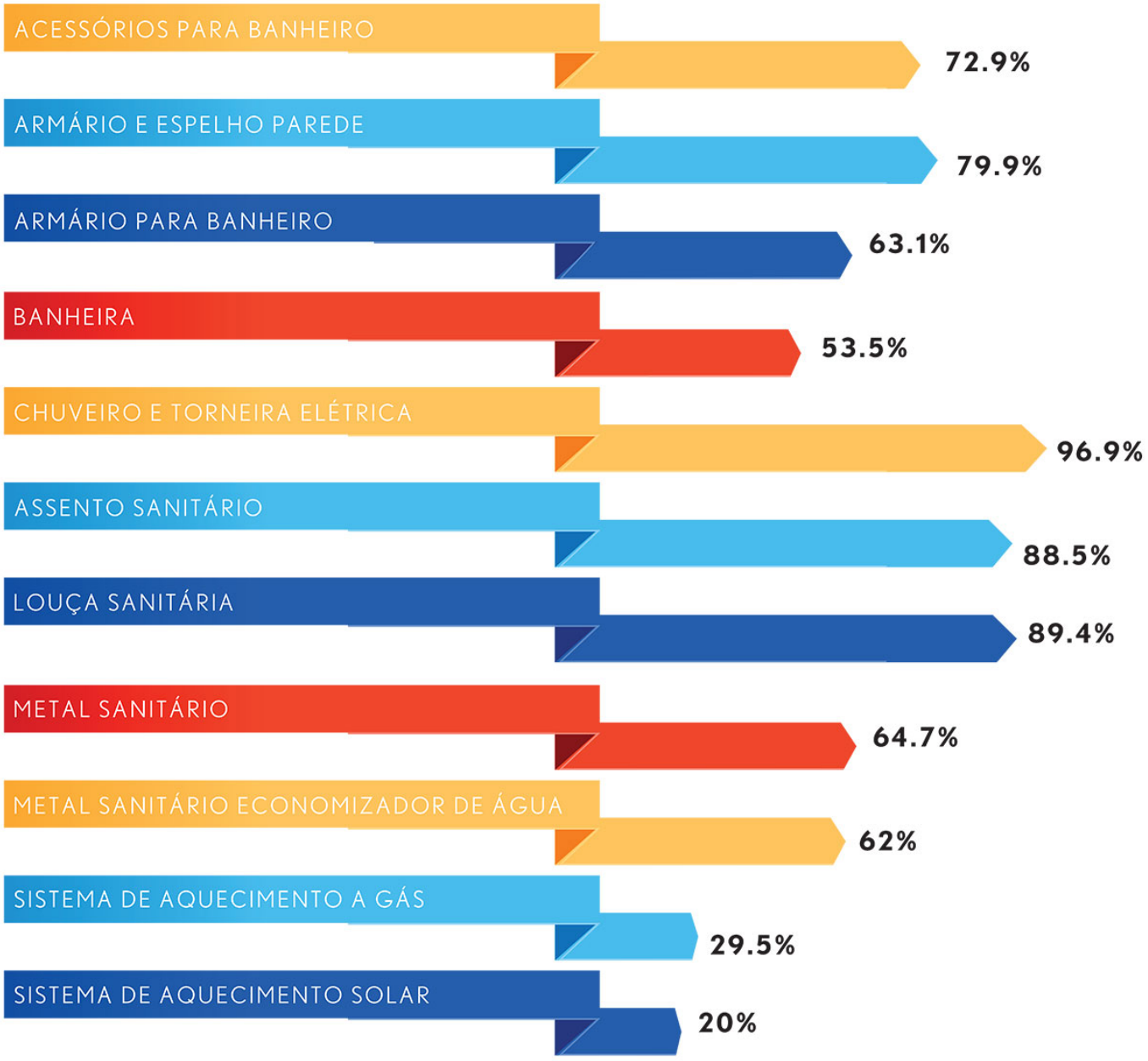
A Lukscolor agradece a todos os revendedores por terem escolhido nossa marca como uma das finalistas do Prêmio Top of Mind 2014. Uma indicação que nos enche de orgulho e demonstra que quem conhece a qualidade Lukscolor não esquece.

www.lukscolor.com.br

top of mind

ITENS PARA BANHEIRO

Força da marca do segmento na categoria
Quanto maior o índice, maior a força de marca **(Brand Recall)**



EXit.ag

PBQP do Habitat
Programa Brasileiro da Qualidade e Produtividade do Habitat

A **CREDIBILIDADE** QUE VOCÊ PRECISA TER **EM SUA LOJA.**

TOP OF MIND
Revenda Construção

A KRONA É UMA DAS MAIORES EMPRESAS DE TUBOS E CONEXÕES DO BRASIL E REFERÊNCIA NO SEGMENTO DE MATERIAIS DE CONSTRUÇÃO.
É por isso que ao indicar os produtos da Krona para a obra ou a reforma de seus clientes você garante mais qualidade, credibilidade e confiança.

20 ANOS
KRONA
TUBOS E CONEXÕES
PURO TALENTO BRASILEIRO

krona.com.br /kronabrasil /krona_brasil /kronabrasil

top of mind

LEMBRANÇA DA MARCA DO SEGMENTO - TOP 10

PRESENÇA NO PDV

ACESSÓRIO PARA BANHEIRO		
TOP OF MIND	ASTRA	24,8
TOP OF MIND	DECA	24,5
	DOCOL	6,5
	TIGRE	4,5
	GRUPO ROCA	3,7
	TALITA METAIS	2,1
	PEVILON	2,1
	IMPERATRIZ	2,1
	EXPAMBOX	2,1
	JACKWAL	1,7
	OUTROS	25,9

ARMÁRIO E ESPELHO DE PAREDE		
TOP OF MIND	ASTRA	60,6
	A.J. RORATO	8,1
	HERC	3,8
	CRIS METAL	3,8
	EXPAMBOX	3
	DUDA	3
	TIGRE	1,7
	FIMAP	1,3
	*SINTEX	1
	ARTPLÁS	1
	OUTROS	12,7

* A empresa não fabrica este produto.

LEMBRANÇA DA MARCA DO SEGMENTO - TOP 10

PRESENÇA NO PDV

LEMBRANÇA DA MARCA DO SEGMENTO - TOP 10

PRESENÇA NO PDV

ARMÁRIO PARA BANHEIRO EM MDF, BP, FF, OSB		
TOP OF MIND	A.J. RORATO	38,5
	ASTRA	14,3
	MGM MÓVEIS	7,4
	COZIMAX	7,4
	FIMAP	5,6
	GAAM	4,1
	JB GABINETES	4,1
	CEROCHA	2,5
	HERC	1,9
	EXPAMBOX	1,9
	OUTROS	12,3

PortoKoll®
PREMIUM
Valoriza sua obra

PORTAL PUBLICIDADE

NUNCA UM DETALHE GANHOU TANTO DESTAQUE. E TUDO ISSO, GRAÇAS A VOCÊ.

O REJUNTAMENTO ACRÍLICO PORTOKOLL PREMIUM É **TOP OF MIND.**

Conhecer a importância de um acabamento perfeito é para profissionais especializados, e nos sentimos orgulhosos de fazer parte da sua escolha. **Muito obrigado.**

www.portokollpremium.com.br

PAREXGROUP
Building expertise, together

top of mind

ASSENTO SANITÁRIO		
TOP OF MIND	ASTRA	49,1
	DECA	10,5
	TIGRE	6,7
	AMANCO	6,4
	MEBUKI	6,4
	GRUPO ROCA	3
	*ICASA	3
	HERC	1,5
	CIPLA	1,5
	FIORI	1,5
	OUTROS	10,4

* A empresa não fabrica este produto.

LEMBRANÇA DA MARCA DO SEGMENTO - TOP 10

PRESENÇA NO PDV

LEMBRANÇA DA MARCA DO SEGMENTO - TOP 10

PRESENÇA NO PDV

BANHEIRA		
TOP OF MIND	ASTRA	59,1
	JACUZZI	9,8
	OURO FINO	9,8
	MONDIALLE	6,6
	GRUPO ROCA	5,4
	*MUNDIAL PRIME	3,4
	OUTROS	5,9

* A empresa não fabrica este produto.

CHUVEIRO E TORNEIRA ELÉTRICA		
TOP OF MIND	LORENZETTI	66,4
	FAME	13,7
	THERMOSYSTEM	7
	CORONA	6,6
	ZAGONEL	1
	HERC	1
	ASTRA	1
	OUTROS	3,3

LEMBRANÇA DA MARCA DO SEGMENTO - TOP 10

PRESENÇA NO PDV

TOP OF MIND

REVENDA CONSTRUÇÃO 2013

CHUVEIRO
E TORNEIRA ELÉTRICA

1ª MARCA
MAIS LEMBRADA

OBRIGADO PELO SEU RECONHECIMENTO

www.lorenzetti.com.br
0800 015 02 11

LORENZETTI
Mais do que você imagina

top of mind

LOUÇA SANITÁRIA		
TOP OF MIND	DECA	35
	GRUPO ROCA	30,8
	ICASA	13,9
	FIORI	6,7
	ETERNIT	2,5
	ASTRA	2,1
	SANITEX	1,2
	SANTA CLARA LOUÇAS	1,2
	HERVY	1,2
	*INCEFRA /INCENOR / TECNOGRES	1
	OUTROS	4,4

* A empresa não fabrica este produto.

LEMBRANÇA DA MARCA DO SEGMENTO - TOP 10

PRESENÇA NO PDV

LEMBRANÇA DA MARCA DO SEGMENTO - TOP 10

PRESENÇA NO PDV

METAL SANITÁRIO (TORNEIRA, SIFÃO, ENGATE E COMPL.)		
TOP OF MIND	DECA	27
	DOCOL	12
	JAPI	6
	LORENZETTI	5
	MEBER	3,5
	FORUSI	3,5
	FABRIMAR	3
	*AMANCO	2,5
	IMPERATRIZ	2,5
	TALITA METAIS	2,5
	OUTROS	32,5

* A empresa não fabrica este produto.

METAL SANITÁRIO ECONOMIZADOR DE ÁGUA		
TOP OF MIND	DECA	33,3
	DOCOL	21,6
	JAPI	8,1
	FABRIMAR	8,1
	FORUSI	3,6
	LORENZETTI	3,6
	GRUPO ROCA	3,6
	KELLY METAIS	2,7
	TALITA METAIS	1,8
	ETERNIT	1,8
	OUTROS	11,7

LEMBRANÇA DA MARCA DO SEGMENTO - TOP 10

PRESENÇA NO PDV

TOP OF MIND

REVENDA CONSTRUÇÃO 2013

METAL
SANITÁRIO

UMA DAS
MARCAS
MAIS LEMBRADAS

OBRIGADO PELO SEU RECONHECIMENTO

www.lorenzetti.com.br
0800 015 02 11

LORENZETTI
Mais do que você imagina

top of mind

LEMBRANÇA DA MARCA DO SEGMENTO - TOP 10

PRESENÇA NO PDV

SISTEMA DE AQUECIMENTO A GÁS		
TOP OF MIND	LORENZETTI	57,7
	KOMECO	11,3
	RINNAI	5,6
	ELECTROLUX	4,9
	*JACKWAL	4,2
	*ALIANÇA	2,8
	ORBIS	2,8
	**FAME	1,4
	***DECA	1,4
	LG	0,7
	OUTROS	7,2

* Fabricante de acessórios para aquecedor a gás.
** Fabricante de aquecedor elétrico.
*** A empresa não fabrica este produto.

SISTEMA DE AQUECIMENTO SOLAR		
TOP OF MIND	TRASSEN	18,5
	SOLETROL	14,8
	KOMECO	13
	THERMOSYSTEM	9,3
	BOSCH	8,3
	*LORENZETTI	6,5
	MONDIALLE	5,6
	*TIGRE	2,8
	*FAME	2,8
	CUMULYS	2,8
	OUTROS	15,7

* A empresa não fabrica este produto.

LEMBRANÇA DA MARCA DO SEGMENTO - TOP 10

PRESENÇA NO PDV

TOP OF MIND

REVENDA CONSTRUÇÃO 2013

SISTEMA DE AQUECIMENTO
A GÁS

1ª MARCA
MAIS LEMBRADA

OBRIGADO PELO SEU RECONHECIMENTO

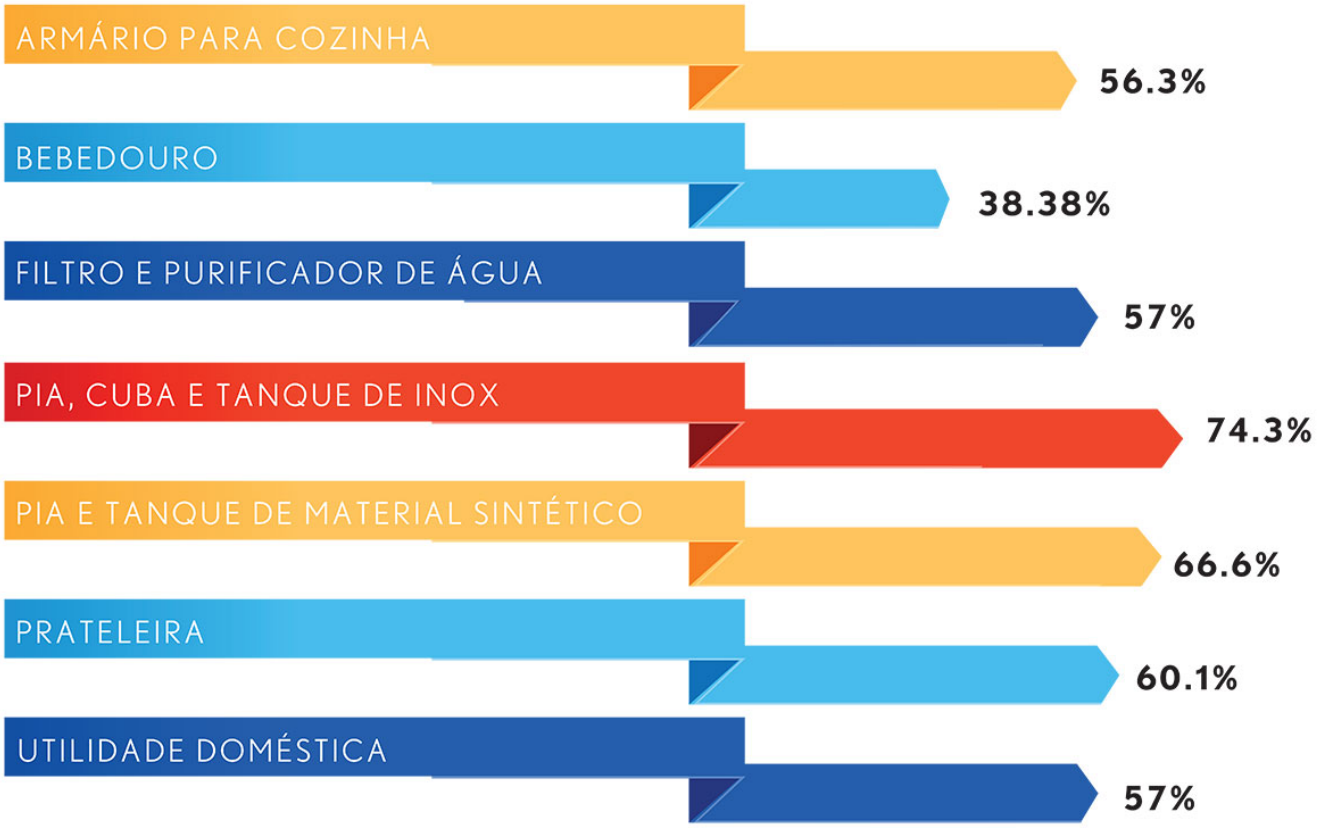
www.lorenzetti.com.br
0800 015 02 11

LORENZETTI
Mais do que você imagina

top of mind

ITENS PARA COZINHA

Força da marca do segmento na categoria
Quanto maior o índice, maior a força de marca **(Brand Recall)**



BAKOF TEC*

CAIXA D´ÁGUA PARA A VIDA

dar up

A FAMÍLIA ESTÁ CADA VEZ **MAIOR**

A BAKOF APRESENTA DOIS GRANDES LANÇAMENTOS.

MAIS **OPÇÕES**
MAIS **SEGURANÇA**

PRODUTO CERTIFICADO ABNT NBR 13210

facebook/bakoftec

www.bakof.com.br

55 3744 - 3232

Bakof - RS
Frederico Westphalen/RS

Bakof - MS
Campo Grande/MS

Bakof - CE
Tauá/CE

top of mind

LEMBRANÇA DA MARCA DO SEGMENTO - TOP 10

PRESENÇA NO PDV

ARMÁRIO PARA COZINHA EM MDF, BP, FF, OSB		
TOP OF MIND	A. J. RORATO	38,2
	FIMAP	14,7
	*ITATIAIA	4,9
	*TODESCHINI	4,9
	MGM MÓVEIS	3,9
	BONATTO	2,9
	COZIMAX	2,9
	ASTRA	2,9
	ITALÍNEA	2
	FABRIBAM	2
	GAAM	2
	JB GABINETES	2
	OUTROS	16,7

*A empresa não vende em lojas de material de construção.

BEBEDOURO		
TOP OF MIND	IBBL	31,6
	LATINA	18,4
	ESMALTEC	10,5
	HERC	7,9
	*LORENZETTI	7,9
	EUROPA	7,9
	COLORMAQ	5,3
	AQUAMASTER	5,3
	PHILCO	2,6
	*FABRIBAM	2,6

*A empresa não fabrica este produto.

LEMBRANÇA DA MARCA DO SEGMENTO - TOP 10

PRESENÇA NO PDV

Quem é líder sempre se destaca.

FORTLEV. Mais uma vez, vencedora do Prêmio Top of Mind Revenda Construção, que destaca as marcas do segmento de construção mais lembradas entre os consumidores.

Ganhadora do Troféu **Ruy Ohtake** nas categorias: Caixa d'Água de Fibra de Vidro, Caixa d'Água de Polietileno e Cisterna.

FORTLEV®

É MUITO MAIS CAIXA D'ÁGUA

top of mind

LEMBRANÇA DA MARCA DO SEGMENTO - TOP 10

PRESENÇA NO PDV

FILTRO E PURIFICADOR DE ÁGUA		
TOP OF MIND	LORENZETTI	31,8
	EUROPA	16,4
	DURIN	7,3
	HERC	6,4
	PURIFIC	4,5
	IBBL	2,7
	FORTLEV	2,7
	ACQUALIMP	1,8
	ICO METAIS	1,8
	TIGRE	1,8
	OUTROS	22,7

PIA, CUBA E TANQUE DE INOX		
TOP OF MIND	TRAMONTINA	27
	FABRINOX	11,5
	GHELPLUS	10,8
	FRANKE	10,8
	A. J. RORATO	8,8
	CLASSINOX	5,4
	*DECA	4,1
	PIANOX	2,7
	FORMINOX	2,7
	DECORALITA	2
	OUTROS	14,2

*A empresa não fabrica este produto.

LEMBRANÇA DA MARCA DO SEGMENTO - TOP 10

PRESENÇA NO PDV

LEMBRANÇA DA MARCA DO SEGMENTO - TOP 10

PRESENÇA NO PDV

PIA E TANQUE DE MATERIAL SINTÉTICO		
TOP OF MIND	A. J. RORATO	44,4
	IRMÃOS CORSO	9
	ASTRA	6
	DECORALITA	4,5
	SINTEC	4,5
	MARSINTY	3,8
	ART FIBRA	3,8
	*SINTEX	2,3
	FAMAS	1,5
	GARÇA PIAS E TANQUES	1,5
	FIBRASOL	1,5
	OUTROS	17,3

* A empresa não fabrica este produto.

TOP OF MIND

REVENDA CONSTRUÇÃO 2013

PURIFICADOR E FILTRO DE ÁGUA

1ª MARCA MAIS LEMBRADA

OBRIGADO PELO SEU RECONHECIMENTO

www.lorenzetti.com.br
0800 015 02 11

LORENZETTI
Mais do que você imagina

top of mind

LEMBRANÇA DA MARCA DO SEGMENTO - TOP 10

PRESENÇA NO PDV

PRATELEIRA		
TOP OF MIND	PRAT-K	39,5
	ASTRA	37,2
	FICO	5,8
	A. J. RORATO	2,3
	*DECA	2,3
	D-CORE	1,2
	*METASUL	1,2
	THOMPSON	1,2
	RIBEIROS	1,2
	*DOCOL	1,2
	OUTROS	7

*A empresa não fabrica este produto.

UTILIDADE DOMÉSTICA		
TOP OF MIND	TRAMONTINA	28,1
	ASTRA	21,9
	PLASÚTIL	8,3
	CANAL	4,2
	PRAT-K	3,1
	SANREMO	2,1
	METASUL	2,1
	*PLASTILIT	2,1
	*PLASMATIC	2,1
	CONDOR	2,1
	OUTROS	24

* A empresa não fabrica este produto.

LEMBRANÇA DA MARCA DO SEGMENTO - TOP 10

PRESENÇA NO PDV

Conexões TUPY

Mais segurança e durabilidade para sua instalação.

A TUPY produz a mais completa linha de conexões BSP, NPT e TUPYPRES para condução de líquidos, gases e vapores e está presente em diversas edificações atendendo as mais diferentes demandas.
Fabricadas no Brasil e distribuídas mundialmente, as Conexões TUPY possuem certificado de procedência e estão em conformidade com as especificações das normas nacionais e internacionais, garantia de 5 anos e suporte técnico na aplicação através da Assistência Técnica TUPY. Não abra mão da qualidade, só com as Conexões TUPY você garante a segurança máxima da sua obra.

vivascom.com.br

SAC 0800 727 8400
www.tupy.com.br

Certificações Disponíveis:

Segurança

INMETRO OCP 0005

ISO 9001
ISO 14001
BUREAU VERITAS
Certification

Argentina

USA

Empresa Participante:

PBQP-H

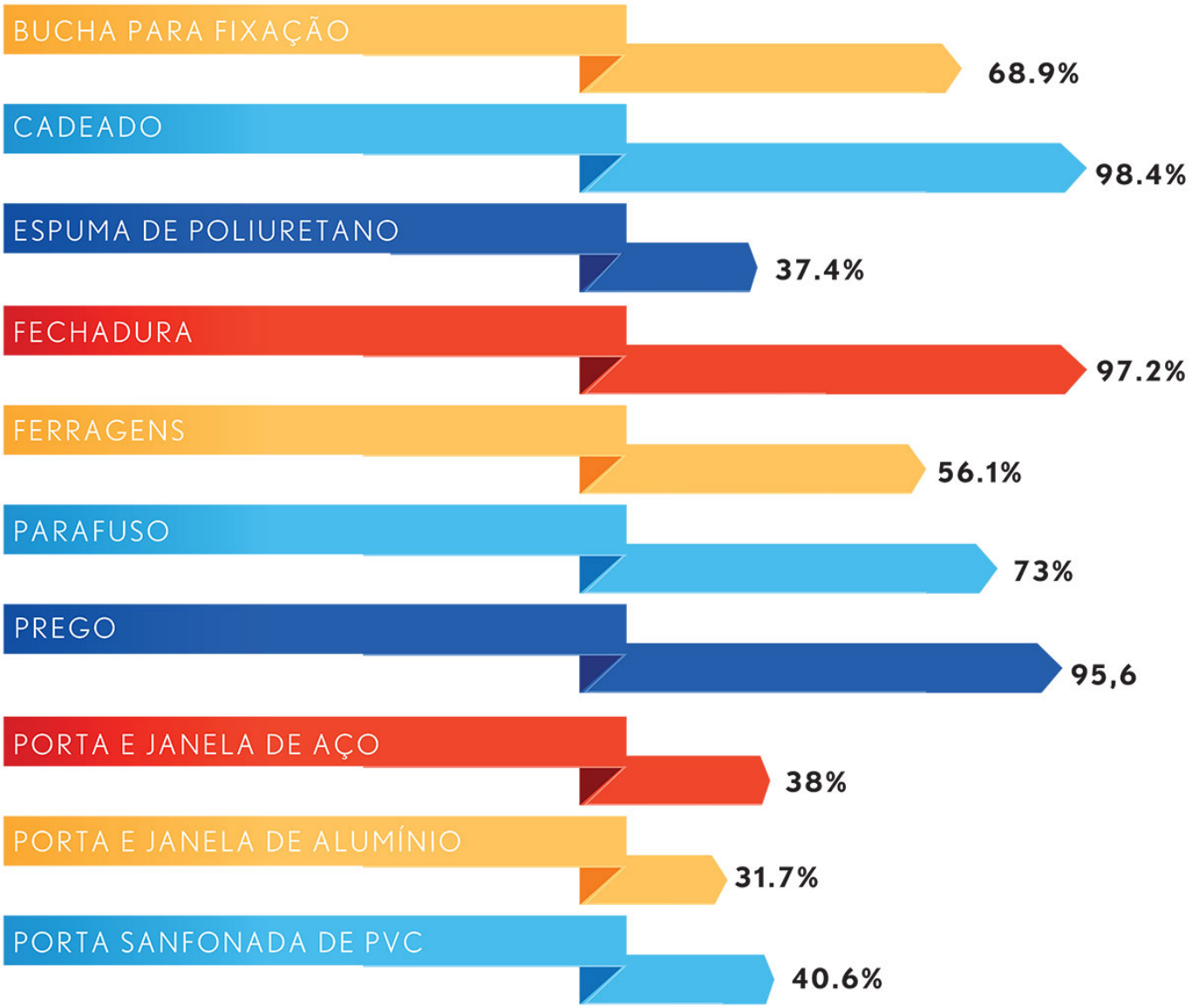
Conexões TUPY

Sua marca de confiança.

top of mind

ESQUADRIAS, FERRAGENS E ACESSÓRIOS PARA INSTALAÇÃO

Força da marca do segmento na categoria
Quanto maior o índice, maior a força de marca **(Brand Recall)**



As melhores soluções em iluminação

LLUM 50 anos

O mais completo **MIX** de produtos para o **SUCESSO** do seu negócio!

A **LLUM** é TOP 10 no segmento de luminárias, e traz para 2014 uma coleção completa de luminárias e lâmpadas que vão desde o tradicional ao que há de mais moderno em luminárias e lâmpadas LED.

TOP OF MIND 2013 TOP 10 REVENDA CONSTRUÇÃO

TOP OF MIND Revenda Construção

A **LLUM** é a marca que mais investe em **PDV.**

Oferecendo as melhores soluções para exposição de produtos do mercado de iluminação.

- Displays
- Testadores
- Materiais de comunicação.

Display
New Clean LED

Testador
para lâmpadas
Fluorescentes

Associada à Abilux

EMPRESA ISO9001 CERTIFICADA

BRONZEARTE®
www.bronzearte.com.br

televendas
0800 880 2153

top of mind

LEMBRANÇA DA MARCA DO SEGMENTO - TOP 10

PRESENÇA NO PDV

BUCHA PARA FIXAÇÃO		
TOP OF MIND	FISCHER BRASIL	54,6
	PRODUTOS FIX	10,5
	IV PLAST	7,4
	FIXTIL	7,4
	BEMFIXA	2
	VONDER	1,6
	SFORPLAST	1
	ÂNCORA	1
	PREGUIN	1
	WURTH	1
	OUTROS	12,5

CADEADO		
TOP OF MIND	PADO	49,8
	PAPAIZ	39,1
	STAM	8,8
	GOLD	1,7
	SOPRANO	0,2
	VONDER	0,2
	BRASÍLIA	0,2

LEMBRANÇA DA MARCA DO SEGMENTO - TOP 10

PRESENÇA NO PDV

A MONDIALLE MAIS UMA VEZ ESTÁ ENTRE AS MELHORES FABRICANTES DE BANHEIRAS DO BRASIL.

TOP OF MIND
Revenda Construção

DESTAQUE BANHEIRA

MONDIALLE
HIDROMASSAGEM | SOLAR

PRODUTOS CERTIFICADOS
INMETRO

QUALITY SYSTEM CERTIFICATION
ISO 9001:2008
DNV

Acesse o QR Code para mais informações

www.mondialle.com.br

top of mind

LEMBRANÇA DA MARCA DO SEGMENTO - TOP 10

PRESENÇA NO PDV

ESPUMA DE POLIURETANO		
TOP OF MIND	CASCOLA	15,9
	TYTAN / SELENA	9,8
	VEDACIT OTTO BAUMGART	5,6
	MUNDIAL PRIME	5,6
	TEKBOND	4,7
	FISCHER BRASIL	4,2
	INTERFIX	4,2
	SIKA	3,7
	AMAZONAS	3,7
	ÂNCORA	3,7
	OUTROS	38,8

FECHADURA		
TOP OF MIND	STAM	32,7
	ALIANÇA METALÚRGICA	23,8
	PAPAIZ	12,5
	PADO	10,1
	SOPRANO	7,3
	AROUCA	4,4
	LA FONTE	2
	IMAB	2
	HAGA METAIS	2
	HELA	1,2
	OUTROS	2

LEMBRANÇA DA MARCA DO SEGMENTO - TOP 10

PRESENÇA NO PDV

LEMBRANÇA DA MARCA DO SEGMENTO - TOP 10

PRESENÇA NO PDV

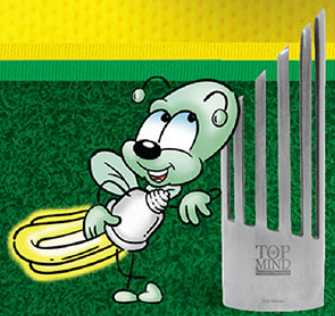
FERRAGENS		
TOP OF MIND	ALIANÇA METALÚRGICA	19,4
	METALÚRGICA ROCHA	13,7
	TRAMONTINA	11,7
	SILVANA	10,9
	VONDER	4
	PAPAIZ	2,6
	PAGÉ	2,6
	LOTH	2,6
	OUTROS	32,5

TOP OF MIND
Revenda Construção

Mais uma vez a taça é nossa!

Taschibra, indiscutivelmente campeã.

Nove títulos consecutivos em 1º lugar na categoria luminárias como a marca mais lembrada no mercado.
Obrigado pelo reconhecimento!



acenda TASCHIBRA®

PRÊMIO TOP OF MIND
DA REVISTA REVENDA
CONSTRUÇÃO.
1º lugar na categoria luminárias

/taschibra | www.taschibra.com.br

top of mind

LEMBRANÇA DA MARCA DO SEGMENTO - TOP 10

PRESENÇA NO PDV

PARAFUSO		
TOP OF MIND	CISER	30
	JOMARCA	25,1
	BELENUS	7,4
	FISCHER BRASIL	5,4
	VONDER	3,4
	MITTO	3
	PREGUIN	2,5
	FECHA	1,5
	DAPCO	1
	*GERDAU	1
	OUTROS	19,7

*A empresa não fabrica este produto.

PREGO		
TOP OF MIND	GERDAU	87,3
	ARCELLORMITALL	6,3
	VONDER	1,8
	PREGUIN	0,9
	MADEPREGO	0,5
	METALGRAMPOS/MARTINS	0,5
	MORLAN	0,5
	KONAMI	0,5
	JOMARCA	0,5
	SOFIX	0,5
	OUTROS	0,9

LEMBRANÇA DA MARCA DO SEGMENTO - TOP 10

PRESENÇA NO PDV

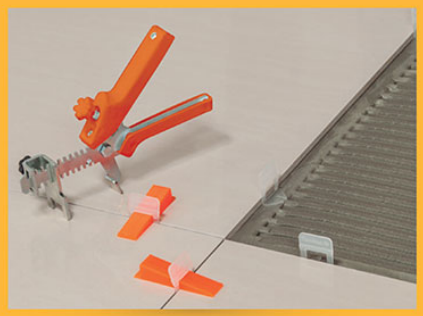
MASTER 155

CORTADOR MANUAL

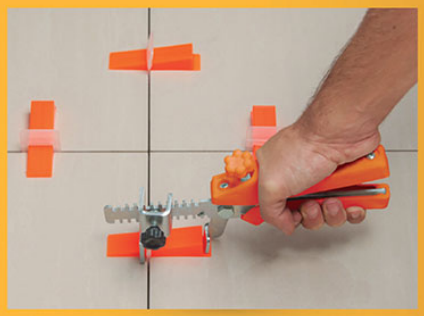
Cortador manual de pisos, revestimentos cerâmicos e porcelanatos de grandes formatos. Sistema articulado que separa as peças em ângulo de 45º. Cortes e separação na própria base (até 155 cm).

TOP OF MIND Revenda Construção

SISTEMA DE NIVELAMENTO



Sistema de nivelamento para pisos, revestimentos e porcelanatos. Garante o nivelamento correto entre as peças e minimiza o tempo de aplicação. É indicado principalmente para grandes formatos. Espaçadores disponíveis nos tamanhos: 1,0 e 1,5 mm.



ZAPP 1250

CORTADOR ELÉTRICO

Cortador elétrico genuinamente nacional (fabricação própria). Permite cortar cerâmicas, revestimentos, porcelanatos, mármore, granito e pedras naturais com superfícies lisa, áspera ou em relevo. Faz cortes em qualquer ângulo e chanfros de 45º utilizado para acabamento em cantos de parede e degraus de escada.

Cortag

Cortadores de precisão para pisos cerâmicos e porcelanatos

top of mind

PORTA E JANELA DE AÇO		
TOP OF MIND	SASAZAKI	57,5
	MGM CORP.	8,6
	GRAVIA	5,2
	ALIANÇA METALÚRGICA	4,6
	LUCASA	2,9
	TRIFEL	2,3
	JANELOT	1,7
	MECAL	1,7
	GRUPO RAMASSOL	1,7
	*EBEL	1,1
	OUTROS	12,6

*A empresa não fabrica este produto.

LEMBRANÇA DA MARCA DO SEGMENTO - TOP 10

PRESENÇA NO PDV

LEMBRANÇA DA MARCA DO SEGMENTO - TOP 10

PRESENÇA NO PDV

PORTA E JANELA DE ALUMÍNIO		
TOP OF MIND	SASAZAKI	33
	MGM	8,9
	ASTRA	6,3
	ALUMASA	6,3
	EBEL	5,4
	JANELOT	4,5
	TRIFEL	3,6
	GRAVIA	3,6
	ESQUADRIAS PRADO	3,6
	*ALCOA	2,7
	OUTROS	22,1

*A empresa só vende para construtora.

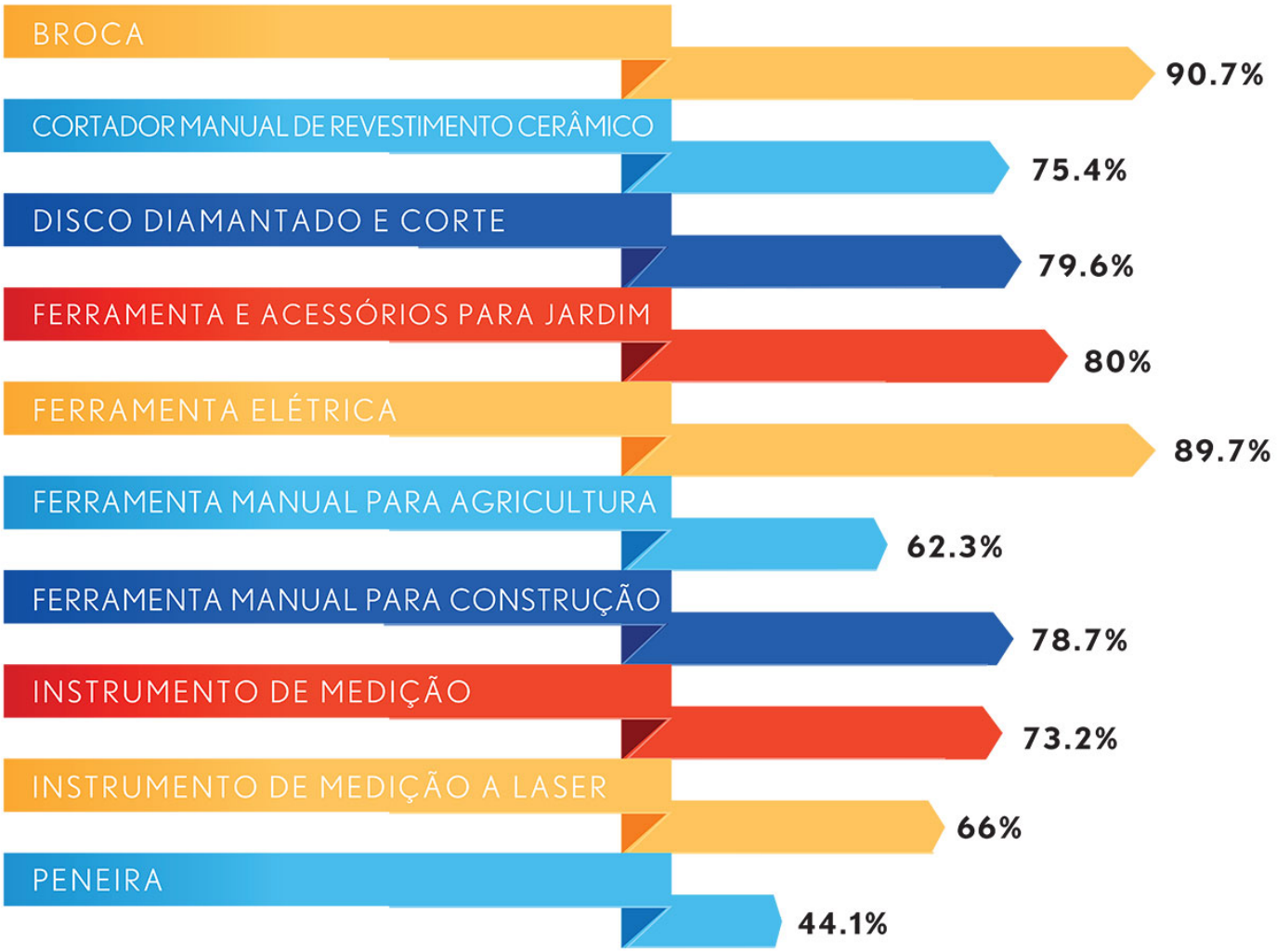
PORTA SANFONADA DE PVC		
TOP OF MIND	BR PLÁSTICOS	24,5
	PERMATTI	15,3
	DUDA	13,3
	ARAFORROS	8,2
	TIGRE	6,1
	PLASBIL	6,1
	*AMANCO	4,6
	PERFILPLAST	4,1
	CONFIBRA	3,6
	OUTROS	14,3

*A empresa não fabrica este produto.

top of mind

FERRAMENTAS EM GERAL

Força da marca do segmento na categoria
Quanto maior o índice, maior a força de marca **(Brand Recall)**



OBRIGADO REVENDEDOR!

ESTE ANÚNCIO É SÓ PARA LEMBRAR QUE NÃO NOS ESQUECEMOS DE VOCÊS.

SASAZAKI
Portas e Janelas

A marca mais lembrada em duas categorias do Prêmio Top of Mind: Portas e Janelas de Aço e Portas e Janelas de Alumínio.

www.sasazaki.com.br

top of mind

LEMBRANÇA DA MARCA DO SEGMENTO - TOP 10

PRESENÇA NO PDV

BROCA		
TOP OF MIND	IRWIN	61,9
	DORMER	12,4
	BOSCH	4,9
	VONDER	4,9
	MAKITA	4
	AMATOOLS	2,7
	SKIL	2,2
	FAMASTIL	0,9
	BLACK & DECKER	0,9
	TRAMONTINA	0,9
	OUTROS	4,4

CORTADOR MANUAL DE REVESTIMENTO CERÂMICO		
TOP OF MIND	CORTAG	44,5
	IRWIN	26,7
	MAKITA	5,8
	VONDER	4,2
	BOSCH	3,7
	FAMASTIL	1,6
	NORTON	1,6
	DEWALT	1
	MILWAUKEE	0,5
	ALIAFOR / STAMACO	0,5
	OUTROS	9,9

LEMBRANÇA DA MARCA DO SEGMENTO - TOP 10

PRESENÇA NO PDV

LEMBRANÇA DA MARCA DO SEGMENTO - TOP 10

PRESENÇA NO PDV

DISCO DIAMANTADO E CORTE		
TOP OF MIND	NORTON	22,6
	MAKITA	18,4
	IRWIN	15,2
	BOSCH	10,1
	VONDER	5,5
	GRAN DISCO	3,7
	TYROLIT	3,7
	BRASKOKI	3,2
	ALIAFOR / STAMACO	2,3
	DIAMANTEC	1,4
	OUTROS	13,8

LEMBRANÇA DA MARCA DO SEGMENTO - TOP 10

PRESENÇA NO PDV

FERRAMENTA E ACESSÓRIO PARA JARDIM		
TOP OF MIND	TRAMONTINA	52
	FAMASTIL	16,9
	TRAPP	9,6
	VONDER	2,8
	MAKITA	2,3
	GEDORE	2,3
	PACETTA	1,7
	GARDEN	1,1
	RAMADA FERRAMENTAS	1,1
	CORNETA FERRAMENTAS	1,1
	OUTROS	9

OBRIGADA POR ABRIR AS PORTAS PRA GENTE!

Duda: **Empresa Destaque** no segmento de **portas sanfonadas em PVC** em todo o Brasil.

Estamos mais uma vez entre as três empresas mais lembradas do país! É o nosso compromisso com a qualidade refletido no coração e nas mentes de nossos clientes.

Duda
Acessórios para banheiro e casa
www.duda.ind.br | facebook.com/DudaDamewer

top of mind

FERRAMENTA ELÉTRICA		
TOP OF MIND	BOSCH	52,7
	MAKITA	25,5
	BLACK & DECKER	10
	VONDER	1,4
	WORKER	1,4
	HITACHI	0,9
	SKIL	0,9
	TRAMONTINA	0,9
	FORD TOOLS/ETILUX	0,9
	FAMASTIL	0,5
	OUTROS	5

LEMBRANÇA DA MARCA DO SEGMENTO - TOP 10

PRESENÇA NO PDV

LEMBRANÇA DA MARCA DO SEGMENTO - TOP 10

PRESENÇA NO PDV

FERRAMENTA MANUAL PARA AGRICULTURA		
TOP OF MIND	TRAMONTINA	49,2
	RAMADA FERRAMENTAS	6,7
	BELLOTA	5,8
	PACETTA	5
	FAMASTIL	4,2
	PARABONI	4,2
	STRONG/COBIMEX	4,2
	PANDOLFO	3,3
	TRAPP	3,3
	BOSCH	2,5
	OUTROS	11,7

FERRAMENTA MANUAL PARA CONSTRUÇÃO		
TOP OF MIND	TRAMONTINA	39,4
	PACETTA	19,1
	BELLOTA	6,4
	VONDER	5,3
	PARABONI	3,7
	FAMASTIL	3,2
	PANDOLFO	3,2
	RAMADA FERRAMENTAS	3,2
	STANLEY	2,7
	GEDORE	2,1
	OUTROS	11,7

LEMBRANÇA DA MARCA DO SEGMENTO - TOP 10

PRESENÇA NO PDV

Upgrade nas vendas

Com as lâmpadas compactas você sempre ganhou muito.
Agora é a vez das lâmpadas de LED. Você ganhando muito mais!
São mais de 500 produtos LED à sua escolha.

www.avantled.com.br
facebook.com/AvantLighting

AVANT LED Extreme Quality

top of mind

INSTRUMENTO DE MEDIÇÃO		
TOP OF MIND	STARRETT	35,6
	MITUTOYO	15
	IRWIN	10,6
	DIGIMESS	6,1
	BOSCH	5
	FAMASTIL	3,3
	VONDER	3,3
	BLACK&DECKER	2,8
	BRASFORT	1,7
	TRAMONTINA	1,7
	OUTROS	15

LEMBRANÇA DA MARCA DO SEGMENTO - TOP 10

PRESENÇA NO PDV

LEMBRANÇA DA MARCA DO SEGMENTO - TOP 10

PRESENÇA NO PDV

INSTRUMENTO DE MEDIÇÃO A LASER		
TOP OF MIND	BOSCH	45,5
	STANLEY	13,2
	MAKITA	7,4
	VONDER	6,6
	IRWIN	5,8
	MITUTOYO	4,1
	STARRETT	4,1
	DIGIMESS	3,3
	SKIL	2,5
	*WORKER	2,5
	OUTROS	5

* A empresa não fabrica este produto.

top of mind

PENEIRA		
TOP OF MIND	TELAS SÃO JORGE	14,9
	TELAS MM	13,5
	PENEIRAÇO VITÓRIA	13,5
	TELAS PAGANINI	10,8
	VONDER	9,5
	TRAMONTINA	6,8
	AGRO BRASIL	4,1
	FAMASTIL	2,7
	BERNARDI	2,7
	GIAMETTI	2,7
	OUTROS	18,9

www.ramadaferramentas.com.br

RAMADA FERRAMENTAS,
A 2ª MARCA DE **FERRAMENTAS MANUAIS**
PARA **AGRICULTURA** MAIS LEMBRADA DO BRASIL.

Agradecemos a todos lojistas e vendedores
que contribuiram para esta grande conquista.

TOP OF MIND Revenda Construção

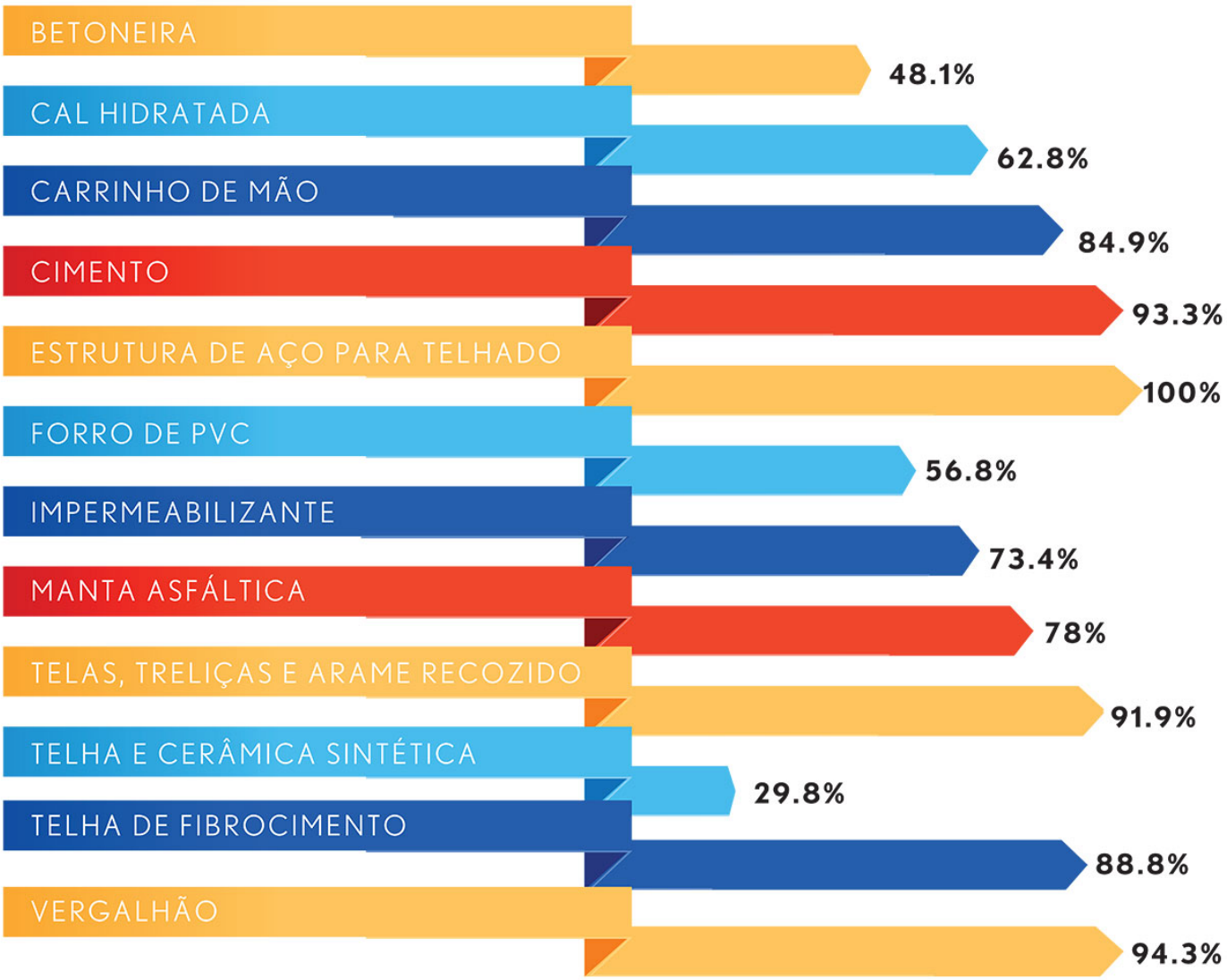
TROFÉU DESTAQUE
MARCAS DE FERRAMENTAS MANUAIS
PARA AGRICULTURA MAIS LEMBRADAS DO BRASIL

RAMADA® Ferramentas

top of mind

MATERIAL BÁSICO PARA CONSTRUÇÃO

Força da marca do segmento na categoria
Quanto maior o índice, maior a força de marca **(Brand Recall)**



O TOP OF MIND COMPROVA:

AS PESSOAS LEMBRAM MAIS DA MARCA QUE MAIS PENSA NELAS

POR MAIS UM ANO A A. J. RORATO ESTÁ ENTRE AS MARCAS MAIS LEMBRADAS DO TOP OF MIND.

Isso nos enche de orgulho e mostra que um trabalho sério e comprometido é o caminho certo para o sucesso. Além do destaque na categoria Armário e Espelho Parede, o Top of Mind 2014 conferiu à A. J. RORATO os seguintes prêmios:

- ***1º Lugar em Armários para Cozinha***
- ***1º Lugar em Armários para Banheiro***
- ***1º Lugar em Pias e Tanques de Mármore Sintético***

Agradecemos a todos aqueles que lembraram que qualidade e preço justo podem, sim, andar juntos.

A. J. RORATO

www.ajrorato.ind.br / 44 3562-1206

top of mind

LEMBRANÇA DA MARCA DO SEGMENTO - TOP 10

PRESENÇA NO PDV

BETONEIRA		
TOP OF MIND	IRMÃOS FISCHER	24,6
	MENEGOTTI	19,3
	CSM	12,3
	HORBACH	7
	MOTOMIL	7
	BOSCH	5,3
	MAQTRON	3,5
	METALPAMA	3,5
	VONDER	3,5
	TRAMONTINA	3,5
	OUTROS	10,5

CAL HIDRATADA		
TOP OF MIND	ITAÚ VOTORANTIM CIMENTOS	23,9
	ICAL	17,8
	HIDRACOR	16,1
	MINERCAL	6,1
	MORRO BRANCO	2,8
	CAL FORTEX	2,2
	KALFIX	2,2
	DAGOBERTO BARCELOS	1,7
	MEGAO	1,7
	FINACAL JUNGAR	1,7
	OUTROS	23,9

LEMBRANÇA DA MARCA DO SEGMENTO - TOP 10

PRESENÇA NO PDV

BRP

O MELHOR MIX DE PRODUTOS PARA A CONSTRUÇÃO CIVIL

Mais de 550 itens nas linhas de água fria, esgoto, irrigação, elétrica, registros, conexões, acessórios hidráulicos, infraestrutura, portas sanfonadas, divisórias e placas modulares em pvc.

Produtos de acordo com o PBQP-H (Programa Brasileiro de Qualidade e Produtividade da Habitat).

Vencedora do prêmio Top of Mind - Revenda Construção 2013 na categoria **Portas Sanfonadas**.

TOP OF MIND
Revenda Construção

QUALIDADE COM PREÇO JUSTO.

www.brplasticos.com.br
facebook.com/brplasticos
51 3373.7777

BRP
BR Plásticos S/A
VIPAL

top of mind

LEMBRANÇA DA MARCA DO SEGMENTO - TOP 10

PRESENÇA NO PDV

CARRINHO DE MÃO		
TOP OF MIND	METALOSA	20,5
	IRMÃOS FISCHER	16
	TRAMONTINA	14,6
	MAESTRO	10,5
	CANAL	6,4
	FAMASTIL	5,5
	ESFERA	5,5
	ALZA	4,6
	PARABONI	4,1
	VONDER	2,3
	OUTROS	10

CIMENTO		
TOP OF MIND	VOTORANTIM CIMENTOS	44,8
	CAUÊ/INTERCEMENT	13,1
	NASSAU	9
	LAFARGE	8,2
	CAMPEÃO	5,2
	HOLCIM	4,5
	CIMPOR/INTERCEMENT	3
	CIMENTOS LIZ	2,6
	CIPLAN	2,6
	CIMENTO NACIONAL	1,9
	OUTROS	5,2

LEMBRANÇA DA MARCA DO SEGMENTO - TOP 10

PRESENÇA NO PDV

LEMBRANÇA DA MARCA DO SEGMENTO - TOP 10

PRESENÇA NO PDV

ESTRUTURA EM AÇO PARA TELHADO		
TOP OF MIND	GRUPO RAMASSOL	11,1
	ETERNIT	3,7
	OUTROS	85,2

Genuinamente brasileiro

A Stam e você, juntos na torcida.

Os cadeados coloridos com segredos da Stam estão disponíveis
em encartelados e nas cores de sua preferência:

grafite, cromado, branco, rosa, azul, amarelo, verde e vermelho.

Empresa 100% Brasileira

0800 024 1020
www.stam.com.br
info@stam.com.br

stam
Segurança e Qualidade

top of mind

LEMBRANÇA DA MARCA DO SEGMENTO - TOP 10

PRESENÇA NO PDV

FORRO DE PVC		
TOP OF MIND	TIGRE	21,9
	PLASBIL	10,5
	MAJESTIC	7,9
	ARAFORROS	7
	*AMANCO	4,4
	PVC BRAZIL	4,4
	KEP	3,5
	PLASFLEX	3,5
	PLASTILIT	3,5
	MAIS PVC	2,6
	OUTROS	30,7

* A empresa não fabrica este produto.

IMPERMEABILIZANTE		
TOP OF MIND	SIKA	29,3
TOP OF MIND	VEDACIT OTTO BAUMGART	28,6
	WEBER	8,6
	VIAPOL	4,3
	DENVER	4,3
	TECRYL	3,6
	IMPERTOP	2,9
	ADITT	2,1
	HYDRONORTH	2,1
	SELAMIX	1,4
	OUTROS	12,9

LEMBRANÇA DA MARCA DO SEGMENTO - TOP 10

PRESENÇA NO PDV

LEMBRANÇA DA MARCA DO SEGMENTO - TOP 10

PRESENÇA NO PDV

MANTA ASFÁLTICA		
TOP OF MIND	VEDACIT OTTO BAUMGART	39,3
	VIAPOL	16,7
	CIPLAK / LWART	12,7
	SIKA	11,3
	ALUBAND / SOLAR REVESTIMENTOS	3,3
	*BRASILIT	3,3
	BAUTECH	2
	DENVER	2
	WEBER	1,3
	NEOSIN	0,7
	OUTROS	7,3

* A empresa não fabrica este produto.

F/Suzuki

Políticos prometem grandes obras;
Para nós, grandes obras prometem.

COMERCIAL ALMEIDA

TUDO NUM SÓ LUGAR!

www.comercialalmeida.com.br
(028) 2101 - 3244

top of mind

LEMBRANÇA DA MARCA DO SEGMENTO - TOP 10

PRESENÇA NO PDV

TELA, TRELIÇA E ARAME RECOZIDO		
TOP OF MIND	GERDAU	71,1
	ARCELORMITTAL	21,3
	VOTORAÇO	1,4
	VONDER	0,9
	*METALÚRGICA ROCHA	0,5
	SÓ PREGO / GRUPO MAIA	0,5
	*TIGRE	0,5
	MORLAN	0,5
	WORKER	0,5
	OUTROS	2,8

* A empresa não fabrica este produto.

TELHA CERÂMICA E SINTÉTICA		
TOP OF MIND	PRECON	9,2
	CERÂMICA MARAJÓ	8
	SIMONASSI	4,6
	PERKUS	3,4
	KARINA	2,3
	CEARÁ	2,3
	CERÂMICA BAGATTA	2,3
	CERÂMICA MARTINS	2,3
	CERÂMICA PARANAPANEMA	2,3
	TELHAS BURG	2,3
	OUTROS	60,9

LEMBRANÇA DA MARCA DO SEGMENTO - TOP 10

PRESENÇA NO PDV

LEMBRANÇA DA MARCA DO SEGMENTO - TOP 10

PRESENÇA NO PDV

TELHA DE FIBROCIMENTO		
TOP OF MIND	ETERNIT	37,7
	BRASILIT	22,1
	PRECON	15,7
	IMBRALIT	5,9
	MULTILIT	4,4
	CONFIBRA	3,4
	INFIBRA / PERMATEX	2,9
	ISDRALIT	2,5
	CASALIT	1,5
	*FORTLEV	1
	OUTROS	2,9

* A empresa não fabrica este produto.

VERGALHÃO		
TOP OF MIND	GERDAU	81,2
	ARCELORMITTAL	13,8
	VOTORAÇO	1,8
	*VONDER	1,4
	*SIMETALL	0,5
	OUTROS	1,4

* A empresa não fabrica este produto.

LEMBRANÇA DA MARCA DO SEGMENTO - TOP 10

PRESENÇA NO PDV

TOP OF MIND
Revenda Construção

PINCÉIS ATLAS É TOP OF MIND.

A Pincéis Atlas agradece aos lojistas brasileiros pelo reconhecimento que nos deram em 2013 ao eleger-nos como a marca mais lembrada na categoria de Pincéis, Rolos e Acessórios para Pintura.

A Pincéis Atlas reforça seu compromisso em seguir inovando e trazendo a todos soluções para preparação, pintura e acabamento que apresentem resultados de muita qualidade, tanto para os nossos consumidores quanto para nossos parceiros.

www.pinceisatlas.com.br

Uma empresa InBetta

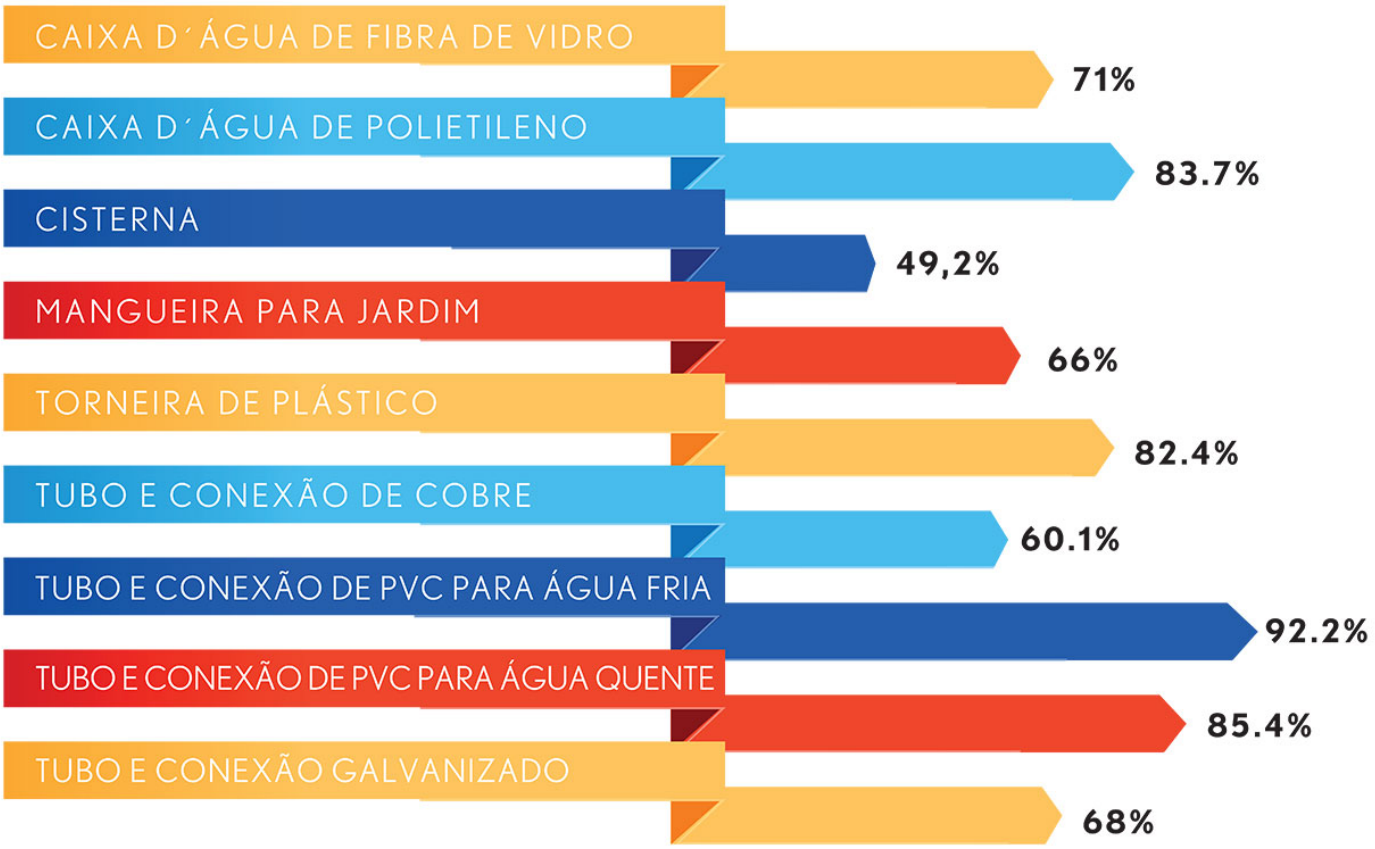
Quem usa Atlas sabe o que é bom.

ATLAS

top of mind

MATERIAL HIDRÁULICO

Força da marca do segmento na categoria
Quanto maior o índice, maior a força de marca **(Brand Recall)**



Para a Man Latin America, é uma grande satisfação receber o Prêmio Top of Mind Revenda Construção na categoria Veículos de Carga. Muito obrigado a todos os clientes e parceiros.

MAN Latin America, fabricante dos Caminhões e Ônibus Volkswagen e Caminhões MAN.
www.man-la.com

MAN
Caminhões
Ônibus

top of mind

LEMBRANÇA DA MARCA DO SEGMENTO - TOP 10

PRESENÇA NO PDV

CAIXA D ÁGUA DE FIBRA DE VIDRO		
TOP OF MIND	FORTLEV	58,3
	TIGRE	9,7
	BAKOF	7,6
	*BRASILIT	4,9
	*ETERNIT	4,2
	*ACQUALIMP	2,1
	FIBRAMAR	2,1
	GLASSMAR	1,4
	OUTROS	9,7

* A empresa não fabrica este produto.

CAIXA D'ÁGUA DE POLIETILENO		
TOP OF MIND	FORTLEV	68,2
	TIGRE	8,5
	ACQUALIMP	5,7
	BAKOF	2,8
	AMANCO	2,3
	BRASILIT	1,7
	PERMATEX	1,7
	FIBRAMAR	1,1
	ETERNIT	1,1
	FIBRATEC	0,6
	OUTROS	6,3

LEMBRANÇA DA MARCA DO SEGMENTO - TOP 10

PRESENÇA NO PDV

Enerbras®

Materiais Elétricos

Linha completa, placas 4x2" ou 4x4", totalmente modular.

Design clean, placas maiores e acabamento de alto brilho.

Teclas com o menor ângulo de tombamento da categoria.

Módulo USB para carregamento de tablets e celulares.

Conjuntos de baixo custo e alta eficiência.

Já está convencido que a linha Beleze é a melhor opção?

Imagina quando ver o preço...

Beleze

Beleza é fundamental.

www.enerbras.com.br

SAC 0800 645 3052

sac@enerbras.com.br

top of mind

LEMBRANÇA DA MARCA DO SEGMENTO - TOP 10

PRESENÇA NO PDV

CISTERNA		
TOP OF MIND	FORTLEV	51,4
	ACQUALIMP	25,7
	TIGRE	5,7
	AMANCO	4,3
	BAKOF	2,9
	OUTROS	10

MANGUEIRA PARA JARDIM		
TOP OF MIND	IBIRÁ	28,2
	TRAMONTINA	12,7
	AFA	12
	PLASBOHN	7
	ASTRA	6,3
	ACQUAFLEX	4,2
	PRIMAVERA	4,2
	TIGRE	2,8
	PERFILNOR	2,1
	*AMANCO	1,4
	OUTROS	19

* A empresa não fabrica este produto.

LEMBRANÇA DA MARCA DO SEGMENTO - TOP 10

PRESENÇA NO PDV

LEMBRANÇA DA MARCA DO SEGMENTO - TOP 10

PRESENÇA NO PDV

TORNEIRA DE PLÁSTICO		
TOP OF MIND	HERC	43,4
	VÍQUA	13,3
	FORTTI	10,4
	ASTRA	6,9
	DURIN	5,8
	TIGRE	4
	*DECA	2,9
	AMANCO	2,3
	*MEC-TRONIC	1,7
	HIGIBAN	1,2
	OUTROS	8,1

* A empresa não fabrica este produto.

TOP OF MIND

REVENDA CONSTRUÇÃO 2013

TORNEIRA DE PLÁSTICO

3ª MARCA MAIS LEMBRADA

CONHEÇA NOSSA LINHA COMPLETA DE PRODUTOS:
TORNEIRAS, ASSENTOS SANITÁRIOS, ACESSÓRIOS PARA BANHEIRO E JARDINAGEM.

OBRIGADO PELO SEU RECONHECIMENTO

PRODUTOS COM QUALIDADE **LORENZETTI**

www.fortti.ind.br
0800 016 02 13

Fortti
a força da inovação

top of mind

LEMBRANÇA DA MARCA DO SEGMENTO - TOP 10

PRESENÇA NO PDV

TUBO E CONEXÃO DE COBRE		
TOP OF MIND	ELUMA	75,7
	RAMO CONEXÕES	7,5
	TERMOMECÂNICA	3,7
	SOMA	1,9
	OUTROS	11,2

TUBO E CONEXÃO DE PVC PARA ÁGUA FRIA		
TOP OF MIND	TIGRE	55,7
	AMANCO	21,1
	KRONA	6,1
	PLASTUBOS	3,9
	CARDINALI	1,8
	UNOCANN	1,3
	FORTLEV	1,3
	MAJESTIC	0,9
	PVC BRAZIL	0,9
	HERC	0,4
	OUTROS	6,6

LEMBRANÇA DA MARCA DO SEGMENTO - TOP 10

PRESENÇA NO PDV

LEMBRANÇA DA MARCA DO SEGMENTO - TOP 10

PRESENÇA NO PDV

TUBO E CONEXÃO DE PVC PARA ÁGUA QUENTE		
TOP OF MIND	TIGRE	62,1
	AMANCO	31,6
	TOPFUSIÓN	0,6
	OUTROS	5,7

TUBO E CONEXÃO GALVANIZADO		
TOP OF MIND	TUPY	80
	APOLO	7
	TIGRE	4
	ELUMA	4
	H-MECH	1
	ZAMPROGNA	1
	*AFA	1
	HIDROCONEX	1
	AÇO CEARENSE	1

* A empresa não fabrica este produto.

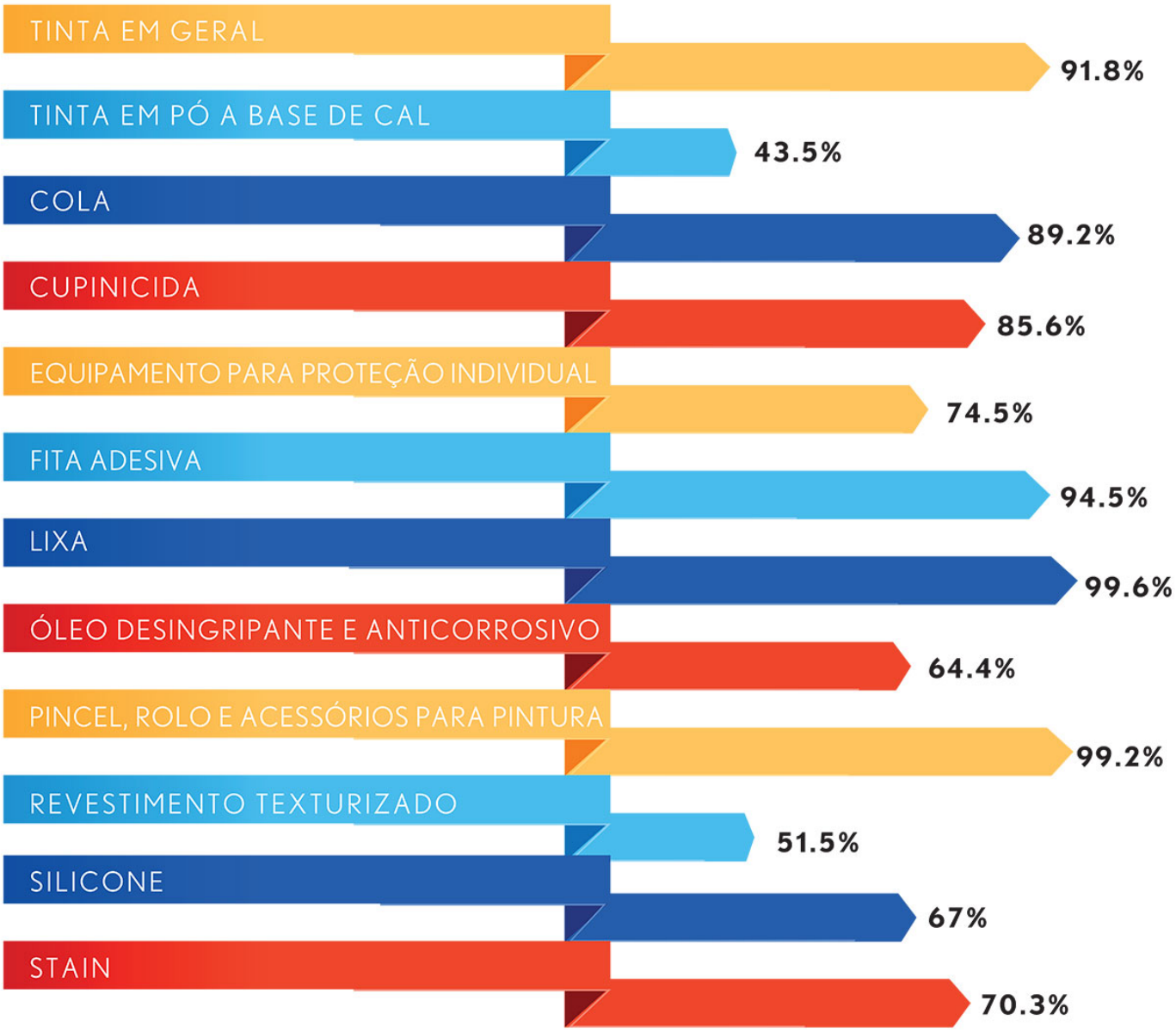
LEMBRANÇA DA MARCA DO SEGMENTO - TOP 10

PRESENÇA NO PDV

top of mind

TINTAS E ACESSÓRIOS PARA PINTURA

Força da marca do segmento na categoria. Quanto maior o índice, maior a força de marca **(Brand Recall)**



NÃO É FÁCIL ATUAR EM VÁRIOS LUGARES, MAS DIFÍCIL MESMO É FIXAR SUA MARCA NA CABEÇA DO CONSUMIDOR.

AVESSO /ay

PARABÉNS A TODOS OS VENCEDORES DO PRÊMIO **TOP OF MIND** REVENDA CONSTRUÇÃO.

É muito gratificante realizar um bom trabalho e ser reconhecido por ele.
A **Distac** parabeniza todas as empresas que conquistaram este prêmio
tão importante, que é o resultado da aceitação do consumidor.
Nós também sempre lembramos de vocês. **Mais uma vez, parabéns!**

CD Serra Talhada: Rua Joca Magalhães, 1079
N.Sra. da Penha | Serra Talhada - PE | Fone: 87 3831.1439
CD Maceió: Av. Dr. Durval de Góes Monteiro, 7049
Jd. Petrópolis | Maceió - AL | Fone: 82 3194.2500

www.distacweb.com.br

DISTAC
DISTRIBUIDORA
UMA EMPRESA DO GRUPO TUPAN.

top of mind

LEMBRANÇA DA MARCA DO SEGMENTO - TOP 10

PRESENÇA NO PDV

TINTA EM GERAL		
TOP OF MIND	SUVINIL	40,9
	CORAL	22,3
	SHERWIN-WILLIAMS	9,7
	LUKSCOLOR	9,7
	TINTAS RENNER / PPG	3,3
	EUCATEX	2,6
	KILLING	1,1
	IQUINE	1,1
	HIDRODINTAS	0,7
	TINTAS VERBRAS	0,7
	OUTROS	7,8

TINTA EM PÓ À BASE DE CAL		
TOP OF MIND	HIDRACOR	26,2
	CAL SINHÁ	13,1
	DIRECIONAL	6,6
	SUVINIL	5,5
	JUNTALÍDER	4,9
	LANXESS	4,9
	CAL CEM	2,2
	CERRO BRANCO	2,2
	FORTALEZA TINTAS	2,2
	FONTEX	2,2
	OUTROS	30,1

LEMBRANÇA DA MARCA DO SEGMENTO - TOP 10

PRESENÇA NO PDV

LEMBRANÇA DA MARCA DO SEGMENTO - TOP 10

PRESENÇA NO PDV

COLA		
TOP OF MIND	CASCOLA	77,3
	BRASCOLA	7,6
	MAXI RUBBER	4,5
	AMAZONAS	2,7
	DUM DUM	2,2
	IQUINE	1,8
	NORCOLA	1,3
	PRODOPAZ	1,3
	KILLING	0,9
	TIGRE	0,4

top of mind

CUPINICIDA		
TOP OF MIND	JIMO	50,7
	VEDACIT OTTO BAUMGART	22,4
	MONTANA QUÍMICA	16,1
	SAYERLACK	6,3
	MACHADO	2,9
	OUTROS	1,5

LEMBRANÇA DA MARCA DO SEGMENTO - TOP 10

PRESENÇA NO PDV

LEMBRANÇA DA MARCA DO SEGMENTO - TOP 10

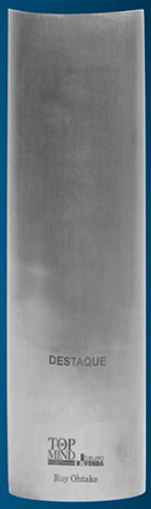
PRESENÇA NO PDV

EQUIPAMENTO PARA PROTEÇÃO INDIVIDUAL		
TOP OF MIND	3M	39,4
	NORTON	21,9
	MUCAMBO	8,1
	VONDER	8,1
	ATLAS	3,1
	SETE LÉGUAS / ALPARGATAS	3,1
	DURALPLUS	2,5
	TIGRE	1,9
	SANRO	1,9
	PRO SAFETY	1,3
	OUTROS	8,8

A MELHOR TORNEIRA PLÁSTICA DO BRASIL
há mais de uma década.

1º Lugar na Categoria
Torneira de Plástico

A HERC é TOP OF MIND
Revenda Construção



Marca Destaque
Armário e Espelho Parede

Conheça a Linha de Assentos Almofadados da HERC

Assento Thema

Assento Almofadado

HERC®
MARCA DE QUALIDADE

www.herc.com.br

top of mind

LEMBRANÇA DA MARCA DO SEGMENTO - TOP 10

PRESENÇA NO PDV

FITA ADESIVA		
TOP OF MIND	3M	32,3
	ADERE	30,9
	NORTON	14,9
	DOBLE A	7,8
	ADELBRÁS	5,6
	ATLAS	1,5
	RAPIFIX	1,1
	TIGRE	0,7
	TESA	0,7
	OUTROS	4,5

LIXA		
TOP OF MIND	NORTON	59,5
	3M	33,1
	ATLAS	2,9
	VONDER	2,5
	LIXAS TATU	0,8
	TIGRE	0,4
	BOSCH	0,4
	ENDASA	0,4

LEMBRANÇA DA MARCA DO SEGMENTO - TOP 10

PRESENÇA NO PDV

LEMBRANÇA DA MARCA DO SEGMENTO - TOP 10

PRESENÇA NO PDV

ÓLEO DESINGRIPANTE E ANTICORROSIVO		
TOP OF MIND	WD-40	37,7
	COLORGIN	13,2
	ORBI QUIMICA / WHITE LUB	9,4
	LOCTITE SUPER LUB / HENKEL	3,3
	MAXI RUBBER	2,8
	3M	1,9
	ULTRALUB	1,4
	NATRIELLI	0,9
	TYTAN / SELENA	0,9
	OUTROS	28,5

Pensamos em fixar cerâmica e nos fixamos em sua memória.

actua

A Ceramfix pela primeira vez conquista o destaque no Top of Mind do Grupo Revenda, ficando entre as três empresas mais lembradas no segmento de Rejuntamento Cimentício. Esse reconhecimento é prova de que estamos no caminho certo. Obrigado por pensar Ceramfix.

Top Of Mind 2014 Revista Revenda:

Categoria: CONSTRUÇÃO CIVIL
Segmento: REJUNTAMENTO CIMENTÍCIO
Premiação: DESTAQUE NO SEGMENTO

CERAMFIX®
ARGAMASSAS E REJUNTES

CRC
Central de Relacionamento Ceramfix
0800 7045049
www.ceramfix.com.br
info@ceramfix.com.br

www.ceramfix.com.br

Fábricas/CDs: SC - RS - PR - SP - MS - GO

top of mind

LEMBRANÇA DA MARCA DO SEGMENTO - TOP 10

PRESENÇA NO PDV

PINCEL, ROLO E ACESSÓRIO PARA PINTURA		
TOP OF MIND	PINCÉIS ATLAS	56,3
	TIGRE	32,8
	CONDOR	6,5
	VONDER	2
	ASTRA	0,8
	CASTOR	0,8
	ROMA	0,4
	OUTROS	0,4

REVESTIMENTO TEXTURIZADO		
TOP OF MIND	SUVINIL	23,9
	CORAL	13,5
	HYDRONORTH	4,1
	SHERWIN-WILLIAMS	2,3
	EUCATEX	2,3
	FUTURA	2,3
	TINTAS RENNER / PPG	1,8
	MINERTEX	1,8
	TINTAS REAL	1,8
	TINTAS FORTEX	1,8
	OUTROS	44,4

LEMBRANÇA DA MARCA DO SEGMENTO - TOP 10

PRESENÇA NO PDV

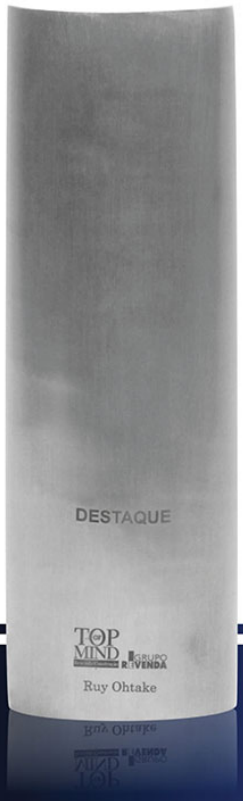
LEMBRANÇA DA MARCA DO SEGMENTO - TOP 10

PRESENÇA NO PDV

SILICONE		
TOP OF MIND	CASCOLA	21,4
	BRASCOLA	18,7
	VEDACIT OTTO BAUMGART	9,9
	ATLAS	7,7
	SIKA	6,6
	HYDRONORTH	5,5
	ELASTIL	4,4
	UNIFIX	3,8
	WORKER	1,6
	ORBI QUÍMICA / WHITE LUB	1,6
	OUTROS	18,7

top of mind

STAIN		
TOP OF MIND	MONTANA QUÍMICA	23,3
TOP OF MIND	SPARLACK	23,3
	SUVINIL	13,8
	SAYERLACK	11,6
	EUCATEX	4,3
	POLI STAIN	3,9
	TINTAS RENNER / PPG	1,7
	KILLING	1,3
	IQUINE	1,3
	LUKSCOLOR	1,3
	OUTROS	14,2



PACETTA®

QUALIDADE EM FERRAMENTAS

DESDE 1947 NAS MELHORES OBRAS DO BRASIL

DIRECTO soluções.com.br

DESTAQUE NO PRÊMIO "TOP OF MIND"
SEGMENTO FERRAMENTAS MANUAIS PARA CONSTRUÇÃO CIVIL
Eleita pela REVISTA REVENDA - Ano 2013/2014

Agradecemos a todos os colaboradores e parceiros por mais essa conquista

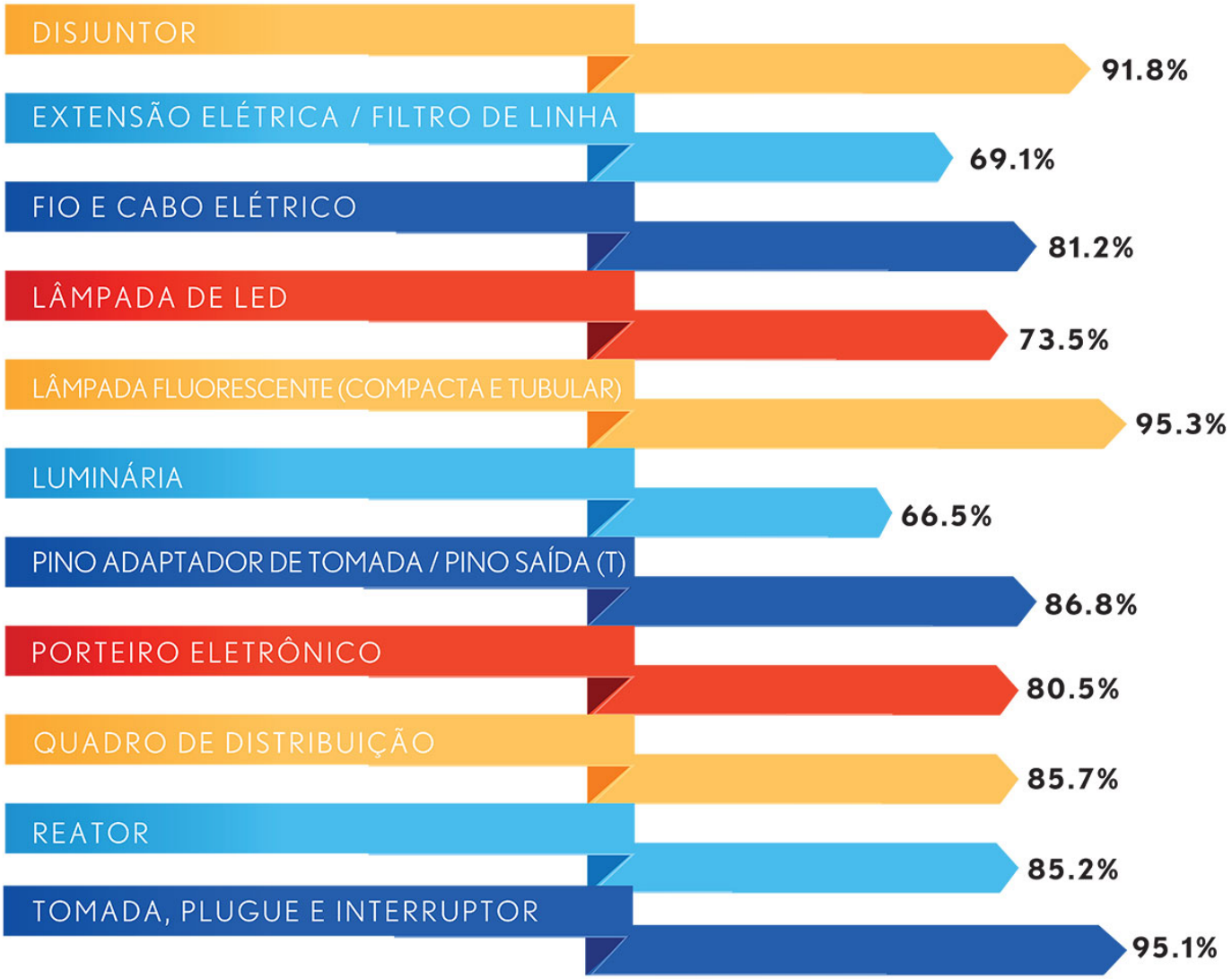
TOP OF MIND Revenda Construção

Acesse o site e fique por dentro das novidades:
www.metalurgicapacetta.com.br
www.facebook.com/metalurgica.pacetta

top of mind

MATERIAL ELÉTRICO

Força da marca do segmento na categoria
Quanto maior o índice, maior a força de marca **(Brand Recall)**



MAIS UM ANO

A CONFIANÇA DO CONSUMIDOR

É NOSSA

TOP OF MIND 2013
TOP 10
REVENDA CONSTRUÇÃO

galpão33

Fone: (31) 3519-9505
campoeconstrucao.com.br

PRODUTOS ANUNCIADOS
NA TV.

STRONG

É forte, é Strong

top of mind

LEMBRANÇA DA MARCA DO SEGMENTO - TOP 10

PRESENÇA NO PDV

DISJUNTOR		
TOP OF MIND	SIEMENS	19,6
	STECK	19,2
	DANEVA LORENZETTI	15,1
	GE	12,8
	ELETROMAR	9,6
	SOPRANO	4,6
	SCHNEIDER ELECTRIC	4,6
	ENERBRAS	2,3
	INJETEL	2,3
	FAME	1,8
	OUTROS	8,2

EXTENSÃO ELÉTRICA / FILTRO DE LINHA		
TOP OF MIND	DANEVA LORENZETTI	16,4
TOP OF MIND	MARGIRIUS	16,4
	ILUMI	9,4
	FOXLUX	8,5
	FORCELINE	6,6
	PERLEX GRUPO PERLEX	5,6
	FAME	5,2
	A. SANTOS	1,9
	ECP	1,9
	RCG	1,9
	OUTROS	26,3

LEMBRANÇA DA MARCA DO SEGMENTO - TOP 10

PRESENÇA NO PDV

LÂMPADAS
FLC
AS MAIS VENDIDAS
E LEMBRADAS DO BRASIL
A FLC investe cada vez mais para desenvolver produtos de qualidade, com muita eficiência e tecnologia. Por isso, a marca FLC, além de líder, é a mais lembrada em todo País.
Claudia Leitte
TOP OF MIND
Revenda Construção
FABRICADO NO BRASIL
1ª FÁBRICA DE LED DO BRASIL
FLCled
O Brasil tem essa luz!
www.flc.com.br

top of mind

LEMBRANÇA DA MARCA DO SEGMENTO - TOP 10

PRESENÇA NO PDV

FIO E CABO ELÉTRICO		
TOP OF MIND	SIL	25
	CORFIO	16,1
	PRYSMIAN	9,4
	NAMBEI	9,4
	COBRECOM	5,8
	PERLEX GRUPO PERLEX	5,8
	LAMESA	4,5
	MEGATRON	2,2
	CONDUSPAR	1,8
	IBERICA	1,3
	OUTROS	18,8

LÂMPADA DE LED		
TOP OF MIND	FLC	14,5
	GOLDEN	12,7
	OSRAM	10,4
	PHILIPS	9,8
	TASCHIBRA	8,1
	OUROLUX	6,9
	BRILHA	5,2
	AVANT	5,2
	G-LIGHT	4,6
	EMPALUX	2,9
	OUTROS	19,7

LEMBRANÇA DA MARCA DO SEGMENTO - TOP 10

PRESENÇA NO PDV

LEMBRANÇA DA MARCA DO SEGMENTO - TOP 10

PRESENÇA NO PDV

LÂMPADA FLUORESCENTE (COMPACTA E TUBULAR)		
TOP OF MIND	OSRAM	31,9
	SYLVANIA	22,5
	PHILIPS	19,2
	FLC	4,7
	GE	3,8
	EMPALUX	3,8
	TASCHIBRA	3,3
	GOLDEN	2,3
	AVANT	2,3
	OUROLUX	1,4
	OUTROS	4,7

TOP OF MIND

REVENDA CONSTRUÇÃO 2013

LÂMPADAS
LED E FLUORESCENTE

UMA NOVA MARCA
DE ALTA TECNOLOGIA EM LÂMPADAS
COMPACTAS, ECONÔMICAS E DE GRANDE DURABILIDADE

www.lorenzetti.com.br
0800 015 02 11

LORENZETTI
Mais do que você imagina

top of mind

LEMBRANÇA DA MARCA DO SEGMENTO - TOP 10

PRESENÇA NO PDV

LUMINÁRIA		
TOP OF MIND	TASCHIBRA	19
	ECP	12,6
	RCG	8
	BLUMENAU ILUMINAÇÃO	7,5
	BRONZEARTE	6,9
	INTRAL	6,3
	ABALUX	3,4
	LUMIBRAS	2,9
	G LIGHT	1,7
	OUTROS	31,6

PINO ADAPTADOR DE TOMADA / PINO SAÍDA (T)		
TOP OF MIND	FAME	25
	PIAL LEGRAND	18,9
	DANEVA	13,7
	ILUMI	9,4
	PLUZIE	4,2
	ENERBRAS	4,2
	TRAMONTINA	4,2
	PERLEX GRUPO PERLEX	3,8
	MARGIRIUS	1,9
	SCHNEIDER ELECTRIC	1,4
	OUTROS	13,2

LEMBRANÇA DA MARCA DO SEGMENTO - TOP 10

PRESENÇA NO PDV

LEMBRANÇA DA MARCA DO SEGMENTO - TOP 10

PRESENÇA NO PDV

PORTEIRO ELETRÔNICO		
TOP OF MIND	HDL	65,4
	AMELCO	12,6
	ECP	4,2
	RCG	3,1
	SCHNEIDER ELECTRIC	2,6
	THEVEAR	2,1
	INTELBRÁS	1,6
	FLC	1
	GE	0,5
	OUTROS	6,8

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

ALNOR
FIOS E CABOS ELÉTRICOS

Tel.: (81) 2103 6161
Fax: (81) 3724 1793
vendas@alnor.ind.br
alnor.ind.br

top of mind

LEMBRANÇA DA MARCA DO SEGMENTO - TOP 10

PRESENÇA NO PDV

QUADRO DE DESTRIBUIÇÃO		
TOP OF MIND	TIGRE	36,8
	CEMAR LEGRAND	27,4
	FAME	5,5
	STECK	4
	AMANCO	3,5
	ALUMBRA	2,5
	GOMES	2,5
	ENERBRAS	2
	BRUM	1,5
	IRIEL/ SIEMENS	1
	OUTROS	13,4

REATOR		
TOP OF MIND	RCG	24,8
	ECP	22
	PHILIPS	13,5
	MARGIRIUS	13,5
	DANEVA LORENZETTI	3,5
	KEIKO	2,8
	DEMAPE	2,1
	MEC-TRONIC	1,4
	OSRAM	1,4
	G-LIGHT	0,7
	OUTROS	14,2

LEMBRANÇA DA MARCA DO SEGMENTO - TOP 10

PRESENÇA NO PDV

LEMBRANÇA DA MARCA DO SEGMENTO - TOP 10

PRESENÇA NO PDV

TOMADA, PLUGUE E INTERRUPTOR		
TOP OF MIND	PIAL LEGRAND	33,2
	FAME	26,8
	SCHNEIDER ELECTRIC	5,4
	PERLEX GRUPO PERLEX	5,4
	ENERBRAS	4,9
	MEC-TRONIC	4,4
	TRAMONTINA	4,4
	ALUMBRA	3,9
	ILUMI	3,4
	IRIEL / SIEMENS	3,4
	OUTROS	4,9

CARDÃO
MINAS GERAIS
Cardão Comércio e Importação Ltda.
Distribuidor Coral
Garantia Absoluta de Bons Serviços
Solicite a visita de nossos representantes

AkzoNobel
Tomorrow's Answers Today
Coral
tudo de cor para você
Sparlack
Tudo o que a madeira precisa

Distribuidor Exclusivo Autorizado Coral
Venda Exclusiva à Lojistas: (32) 3222-7090
E-mail: cardaominas@uol.com.br

MATERIAL DE ACABAMENTO

Força da marca do segmento na categoria
Quanto maior o índice, maior a força de marca
(Brand Recall)

LEMBRANÇA DA MARCA DO SEGMENTO - TOP 10

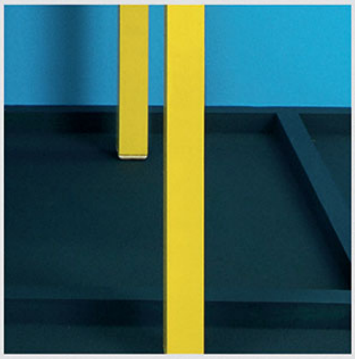
PRESENÇA NO PDV

ARGAMASSA		
TOP OF MIND	WEBER	66,8
	VOTORANTIM CIMENTOS	11,2
	USINA FORTALEZA	2,3
	FORTCOLA	1,9
	CERAMFIX	1,9
	DIRECIONAL	1,9
	ARGATEX	1,9
	MINERCAL	1,4
	DURAX	1,4
	OUTROS	9,3

nbs

Ser a marca mais lembrada por quem conhece todas as outras é a prova da nossa qualidade.

Suvinil. Eleita pelos lojistas a marca Top of Mind da Revista Revenda.



COR TENDÊNCIA:
QUINDIM

Suave ao toque

Acabamento sofisticado

Lavável

suvinil.com.br /tintassuvinil @suvinil_tintas SAC: 0800-011-7558

top of mind

REJUNTAMENTO ACRÍLICO		
TOP OF MIND	WEBER	66,4
	USINA FORTALEZA	9,5
	*CERAMFIX	2,2
	CIMENTOLIT	2,2
	PORTOKOLL	2,2
	DIRECIONAL	1,5
	CONCREMASSA	1,5
	PRECON	1,5
	JUNTALÍDER	1,5
	REJUNTABRÁS	0,7
	OUTROS	10,9

*A empresa não fabrica este produto.

LEMBRANÇA DA MARCA DO SEGMENTO - TOP 10

PRESENÇA NO PDV

LEMBRANÇA DA MARCA DO SEGMENTO - TOP 10

PRESENÇA NO PDV

REJUNTAMENTO CIMENTÍCIO		
TOP OF MIND	WEBER	64,7
	USINA FORTALEZA	4,1
	CERAMFIX	3,2
	PORTOKOLL	2,7
	VOTOMASSA VOTORANTIM CIMENTOS	2,3
	FORTCOLA	2,3
	CONCREMASSA	1,8
	JUNTALÍDER	1,8
	DIRECIONAL	1,4
	MINERCAL	2,7
	OUTROS	13,1

REVESTIMENTO CERÂMICO		
TOP OF MIND	ELIANE	9
	DELTA	7,1
	CEDASA / MAJOPAR	7,1
	FORMIGRES	6,4
	LANZI	4,5
	CRISTOFOLETTI	4,5
	CECAFI	3,2
	EMBRAMACO	3,2
	GYOTOKU	3,2
	LEF	2,6
	OUTROS	49,2

LEMBRANÇA DA MARCA DO SEGMENTO - TOP 10

PRESENÇA NO PDV

LEMBRANÇA DA MARCA DO SEGMENTO - TOP 10

PRESENÇA NO PDV

PORCELANATO		
TOP OF MIND	ELIANE	19,2
	DELTA	16,7
	ELIZABETH	9,2
	PORTOBELLO	6,7
	CERÂMICA PORTINARI	5
	CEDASA / MAJOPAR	4,2
	INCEFRA / INCENOR / TECNOGRÉS	4,2
	GYOTOKU	4,2
	BATISTELLA	1,7
	OUTROS	29,2

VEÍCULO DE CARGA

VEÍCULO DE CARGA	
MAN / VOLKSWAGEN	33,2
MERCEDES	29,8
FORD	15
VOLVO	7,2
IVECO / FIAT	4,6
SCANIA	4
CHEVROLET	2,9
HYUNDAI	2
EFFA	0,3
AGRALE	0,3
OUTROS	0,6

LEMBRANÇA DA MARCA DO SEGMENTO - TOP 10

PRESENÇA NO PDV

TOP OF MIND
Revenda Construção

MANDALA

Revendedores presentes à festa de premiação do Top Of Mind, no Clube Monte Líbano, receberam a segunda parte da Mandala. Falta só uma!

A segunda parte da Mandala do PIC Revenda foi entregue no Top Of Mind 2013 Revenda Construção, no dia 27 de maio, no Monte Líbano. Os revendedores que já tinham a primeira parte, entregue na Feicon, compareceram ao evento e interagiram com os representantes da indústria presentes. A terceira e última parte será entregue no evento Melhor Produto do Ano, dia 25 de novembro, no Secovi, em São Paulo. Apenas os revendedores que completarem a Mandala participarão do PIC Revenda em 2015, a esperada interação entre indústria e comércio de maneira descontraída.

Lojistas e Zaboo!

Lojistas presentes no Top Of Mind

Lojistas que receberam a Mandala

EIS A RELAÇÃO DOS REVENDEDORES PRESENTES NO EVENTO E QUE JÁ TÊM AS DUAS PARTES DA MANDALA:

Adnilso da Silva – **Nicom**
Alberto Hidemi Shimuta – **Nicom**
Alexandre Coelho – **Madeiras Florentino**
Airton Celso Torunaga – **Integral Material para Construção**
Carlos A. Pasquini – **Gama Distribuidor de Tintas**
Catia Aparecida Roque – **Nicom**
Edna Silva de Oliveira – **Nicom**
Eduardo Saraiva – **Casa Rosada Material para Construção**
Fábio Eduardo Festa – **Casa Nova Mercantil**
Fernando Vieira de Castro – **Hidro Castro Material Elétrico e Hidráulico**
Gilberto Pegoraro Junior – **Tamkus & Tamkus**
Guilherme Braz – **Migui Center Material Elétrico**
Inácio Pereira de Souza – **Inácio Pereira Representações**
Jobilino Ferreira da Silva Neto – **Center Castilho**
Luiz Henrique Riveiros – **Center Embu**
Paulo Tadashi Ishizaki – **CCR Distribuidora**
Ricardo Costa e Silva – **Depósito Acácio**
Roberto Riveiros – **Center Mega**
Rogério Francisquinho **Cathalino – Blocos Lausane**
Sérgio Noburu Ishizaki – **CCR Distribuidora**
Sérgio Paulino Vaz Filho – **Casa Mimosa**

TOP OF MIND
Revenda Construção

A FESTA

Noite de gala da construção civil. O evento Top Of Mind Revenda Construção reuniu mais de 600 pessoas no Clube Monte Líbano, SP, para a entrega do troféu Ruy Ohtake às marcas mais lembradas pelos 3.336 revendedores que votaram. Este ano, também foram premiadas empresas que tiveram votação expressiva com o troféu Destaque.

Mais de 600 pessoas presentes

Telão de 18 metros foi destaque

O jantar foi servido durante o evento

PATROCÍNIO

Parceiros que, mais uma vez, participaram do Top Of Mind Revenda Construção

PLATINUM

FORTLEV

"Estarmos presentes nessa pesquisa, mais uma vez, é o reconhecimento de todo o trabalho da Fortlev, que, há 25 anos, dedica-se em produzir as melhores soluções em armazenamento de água para os consumidores. Destaco a organização e o método de pesquisa do Grupo Revenda, que há anos é uma referência no setor e impacta de forma positiva o segmento da construção civil, sendo testemunha das evoluções do mercado. Além disso, o evento de premiação, além de permitir interação, tem grande impacto pelo conteúdo apresentado. O reconhecimento da Fortlev como Top Of Mind nas categorias Caixa d'Água de Polietileno, Caixa de Fibra de Vidro e Cisterna, portanto, é motivo de orgulho para a empresa e para todos os funcionários que se dedicam em fazer sempre o melhor". **Evandro Sant'Anna, Diretor Comercial e de Marketing da Fortlev**

PLATINUM

MEBUKI

"Sentimo-nos extremamente honrados pela lembrança da marca Mebuki pelos lojistas nas pesquisas de mais um Top Of Mind. Indo ao encontro do tema escolhido pelos organizadores, a renovação, mesmo que dolorida, como na história da águia, é necessária! Esta, aos 30 anos de idade, se isola no alto de uma montanha e lá bate o bico numa pedra até arrancá-lo! Com um novo bico, arranca unhas e penas, para que, renovada, possa sobreviver por mais 30 ou 40 anos! Apesar do momento atípico por que passa toda a economia brasileira, temos de continuar com um trabalho sério, reverter os indicadores e, principalmente, renovar nossos conceitos. E, com estes ingredientes, ter a certeza de que estamos no caminho certo. Os exemplos das grandes empresas premiadas mostraram a todos que é preciso estar atento aos movimentos do mercado. E a Mebuki, fortalecida com a nossa parceria, como a águia renovada, alçará novos e altos voos! Obrigado pela confiança em nossos produtos e em nossa marca! Um forte abraço!"
Jairo Megumi Uemura, Diretor-Presidente Mebuki

PLATINUM

USINA FORTALEZA

"A Usina Fortaleza vê uma evolução no Top Of Mind, onde a indústria está cada vez mais alinhada com as tendências do mercado, e a Revenda Construção procura com o prêmio identificar e diagnosticar as expectativas do mercado consumidor. Como uma águia, o Top Of Mind traz a renovação e a inovação! Surpreende os convidados e percebe as transformações à distância". **Maximiliano Freire, Diretor Comercial Usina Fortaleza**

PLATINUM

MAN

"O evento é muito interessante pelo fato de interligar toda cadeia de transporte a qual estamos envolvidos, além da repercussão e da abrangência que a revista promove. A credibilidade da organização foi evidenciada em um evento muito bem estruturado e com grande público presente. A MAN Latin America não poderia deixar de prestigiar, mais uma vez, pois entendemos que esta é uma preciosa oportunidade de interagir com esses públicos e criar diferencial em nossos produtos e serviços. Consequência desse comprometimento é sermos evidenciados novamente no Prêmio Top Of Mind, o que mostra que nossa empresa não é só líder de mercado, mas também em relacionamento". **Geraldo Bernardi, Consultor Comercial Man Latin America**

PLATINUM

WEBER

"Ser a marca mais lembrada numa eleição que teve votos de 3.336 revendedores de todo o Brasil, em 88 segmentos da construção civil, é motivo de extremo orgulho para nós, da Weber. Receber o Prêmio Top Of Mind nas 3 categorias de produtos que concorremos: Argamassa, Rejuntamento Acrílico e Rejuntamento Cimentício, e também destaque na linha Impermeabilizantes, é mais uma prova de que a Weber tem soluções de alta tecnologia que reforçam sua liderança e inovação". **Carlos Eduardo Ferreira, Diretor Comecial Weber**

GOLD

DANEVA

"Participar do evento de premiação Top Of Mind Revenda Construção é sempre muito prazeroso e gratificante para a Daneva Lorenzetti Materiais Elétricos. É através desse prêmio que identificamos o grau de satisfação dos nossos clientes e é por eles que investimos cada vez mais em qualidade e segurança dos nossos produtos. Parabenizamos a revista por essa iniciativa e pelo esforço de tornar esse evento cada vez mais significativo e grandioso". **Nelson Rebelato, Diretor Geral da Daneva Lorenzetti**

GOLD

LORENZETTI

"Ser a marca mais lembrada quando o assunto é chuveiro e torneira elétrica, sistema de aquecimento a gás, filtro e purificador de água, é algo de que a Lorenzetti se orgulha muito. O Prêmio Top Of Mind confirma a confiança, o reconhecimento e a excelente aceitação dos produtos da empresa pelas revendas de todo o país". **Alexandre Tambasco, Gerente de Marketing da Lorenzetti**

GOLD

NORTON

"Comemoramos, uma vez mais, a conquista do Top Of Mind Revenda Construção em duas categorias: Lixas e Disco Diamantado. Fomos também citados nas categorias Fitas Adesivas e, pela primeira vez, na de Equipamentos de Proteção Individual (EPIs). É gratificante ver a presença da Norton crescer a cada edição em um dos mais cobiçados prêmios do setor da construção que se diferencia, principalmente, porque as indicações são feitas espontaneamente pelos milhares de revendedores que participam da pesquisa. São reconhecimentos como este que nos motivam a investir no desenvolvimento de novas tecnologias e produtos. Ampliar o nosso mix de produtos e oferecer soluções que facilitam o dia a dia dos profissionais da construção faz parte do DNA da Norton. Obrigado ao Grupo Revenda pela oportunidade que nos dá de participamos de um evento como o Top Of Mind. E o nosso muito obrigado a todos os que reconhecem o nosso trabalho, a qualidade dos nosso produtos e a importância de se manter um relacionamento de parceria".
Alexandre Brito, Diretor Comercial América do Sul Norton

GOLD

VONDER

"Para nós, da OVD, é sempre muito gratificante acompanhar e prestigiar as ações e os eventos do mercado que valorizam nosso trabalho e reconhecem o desempenho e a ascensão da nossa marca. A VONDER é uma marca de ferramentas que cresce e conquista seus revendedores e consumidores de um jeito muito particular, o que torna nosso desafio muito mais gratificante e promissor. O trabalho no PDV, a amplitude do nosso mix, o acompanhamento e o rigor técnico no desenvolvimento de cada produto, no pós-venda, nossa cobertura comercial e logística fazem a diferença, por isso, temos que, mais uma vez, agradecer ao mercado pela parceria e preferência, além da confiança diariamente depositada em nossos produtos".
Willy Vieira Pires Neto, Gerente Comercial da Vonder

Marcas do Grupo | legrand®

Você nos colocou no topo!

1º LUGAR

- Extensão Elétrica
- Filtro de Linha

TOP OF MIND

REVENDA CONSTRUÇÃO 2013

É com muito orgulho que anunciamos mais uma importante conquista da Daneva Lorenzetti: o Prêmio Top of Mind Revenda Construção 2013!

Prêmio Destaque em Disjuntores / Pino Adaptador de Tomada / Pino Saída (T).

Agradecemos a confiança e o reconhecimento que você, Lojista, sempre depositou em nós.

DANEVA MATERIAIS ELÉTRICOS | QUALIDADE E TRADIÇÃO QUE SUA CASA MERECE LORENZETTI

LIGADAS PELA ENERGIA

daneva.com.br

lorenzetti-eletric.com.br

APOIO

ASTRA

"A edição de 2014 do evento trouxe um ânimo a mais para a Astra, já que este é um ano difícil para a indústria. Mesmo com a expectativa de baixo crescimento do setor, Copa e eleições, ganhar nestas categorias mostra o reconhecimento do mercado e a assertividade de nossas ações junto ao varejo. Este evento é muito importante para incentivar que o mercado mantenha qualidade e competitividade independente do cenário hostil, além de ser um momento agradável para reencontrar companheiros do setor". **Manoel Flores, Diretor-Superintendente do Grupo Astra**

DECA

"O Prêmio Top Of Mind da revista Revenda e Construção é um excelente indicador para avaliarmos o resultado do nosso trabalho. A Deca busca levar qualidade, sofisticação, tecnologia e inovação a todos os seus produtos e receber esse reconhecimento indica que estamos no caminho certo. A revista Revenda Construção reforça a credibilidade da nossa marca". **Bruno Antonaccio, Diretor de marketing da Deca**

DENVER IMPER

"Agradecemos aos lojistas e clientes da Denver Imper pela lembrança de nossa marca. Isso reforça que estamos no caminho certo para, a cada dia, atendê-los melhor, tanto na qualidade dos produtos quanto na busca pela excelência do atendimento". **Engenheira Flávia de Camargo, Gerente Técnico & Marketing da Denver Impermeabilizantes**

FIXTIL

"Agradecemos aos revendedores pelo reconhecimento da qualidade e excelência no atendimento da marca Fixtil nas lojas na categoria Buchas para Fixação. A conquista de mais um prêmio nesses 25 anos reforça nosso compromisso com a qualidade e nos incentiva a continuar buscando a preferência dos lojistas e consumidores de todo o Brasil". **Luis Carlos Lopez, Diretor Comercial da Fixtil**

GERDAU

"Para a Gerdau, é uma grande satisfação receber o prêmio Top Of Mind Revista Revenda Construção para os produtos Vergalhão GG 50, Pregos, Telas, Treliças e Arame Recozido. Temos a convicção de que esse reconhecimento só é possível graças à parceria da empresa com seus milhares de revendedores espalhados por todo o país e à dedicação e empenho de nossos mais de 45 mil colaboradores em produzir produtos de qualidade diferenciada". **José Falcão Filho, Diretor de Marketing e Vendas da Operação de Negócio Aços Brasil da Gerdau**

GRUPO PERLEX

O Grupo Perlex foi destaque no evento Top Of Mind e a presença do sr. Antonio Ros Ros deixou a equipe do Grupo Revenda muito lisonjeada. Mais um ano, o Grupo Perlex conquistou um lugar entre os premiados.

GRUPO ROCA

"O Grupo Roca recebe este prêmio com muita satisfação. Este reconhecimento é reflexo do nosso constante investimento no desenvolvimento de novas soluções para todos os perfis de banheiros e lavabos e na fabricação local com novas plantas industriais que contam com toda a nossa expertise global, mas que priorizam as necessidades regionais do país. É importante destacar que grande parte desta conquista deve-se ao trabalho realizado pelas equipes comercial e de merchandising, que atuam em parceria com os revendedores, para que nossas estratégias e inovações estejam cada vez mais alinhadas com as necessidades do mercado". **Alexandre Junqueira, Gerente Comercial da Roca Sanitários do Brasil**

HERC

"O evento Top Of Mind Revenda Construção é de extrema importância, pois, nele, são premiadas as marcas mais lembradas pelos revendedores do Brasil. A HERC foi destaque em duas categorias e foi eleita como melhor marca de Torneira Plástica do Brasil; e também foi premiada como marca destaque em Armário e Espelho de Parede. Essa premiação é o resultado do trabalho que a empresa vem realizando ao longo do tempo e, a cada ano que passa, investe mais em tecnologia, maquinários e, principalmente, em profissionais capacitados que vestem a camisa da empresa. Sabemos que temos muito trabalho pela frente e gostaríamos de agradecer aos nossos clientes, colaboradores e equipe de vendas por mais esta conquista". **Mário Silvano, Diretor Comercial Herc**

MONDIALLE

"A premiação Top Of Mind deste ano foi um sucesso. Figurar entre as mais lembradas empresas no segmento de Banheiras nos deixa realizados. O que mostra que a Mondialle é uma empresa séria e que está focada na qualidade de seus produtos. Sempre interessada na satisfação e no respeito aos seus consumidores, continua a investir em processos e certificações para a constante melhoria de toda a sua linha. O tema da águia deste ano também deve ser destacado, pois a mensagem de superação, renovação e força de vontade é a imagem de todas as empresas presentes no evento. Não posso deixar de agradecer a parceria com o Grupo Revenda, que tem gerado muitos frutos durante todos estes anos devido a sua estrutura e credibilidade". **José Carlos Tonussi Junior, Marketing Mondialle**

PINCÉIS ATLAS

"Sempre é bom e agradável ser reconhecido pelo trabalho realizado em um mercado tão competitivo como o da construção civil. Ainda mais quando esse reconhecimento parte de um veículo com credibilidade e que é referência do setor, como a revista Revenda Construção. Esta premiação é um reconhecimento ao trabalho de Pincéis Atlas, que busca sempre atingir parâmetros de excelência em seus produtos, na logística até o ponto de venda e no atendimento de seus clientes. O Top Of Mind é ainda mais expressivo quando sabemos que a pesquisa ouviu mais de 3 mil lojistas e que 280 marcas foram lembradas. Ser a marca mais lembrada reforça o nosso compromisso com a qualidade e aumenta a nossa responsabilidade perante os nossos clientes". **Fábio Formigari, Gerente de Marketing Pincéis Atlas**

TAXA

ETERNIT

"A conquista do prêmio é muito significante para nós, que trabalhamos para oferecer produtos e serviços de qualidade. Os troféus conquistados, Ruy Ohtake em Telha de Fibrocimento e Destaque em Estrutura em Aço para Telhado, são provas de que nossos revendedores acreditam e confiam nos produtos da Eternit. Parabéns ao Grupo Revenda pela realização do Top Of Mind Revenda Construção". **Gabriel Pontes, Gerente de Marketing e Administração de Vendas da Eternit**

Eternit

A. J. Rorato e Grupo Revenda

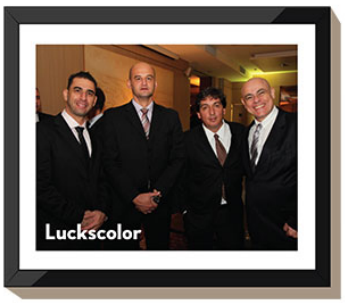
Aliança Metalúrgica e Grupo Revenda

Brascola e Grupo Revenda

Direcional e Sasazaki

Icasa

Ilumi


Luckscolor

Ouro Fino

SIL

"Receber o Top Of Mind pela segunda vez consecutiva, na sequência dos Prêmios Ranking de Conceito e Imagem, recebidos desde 2005, mostra que estamos no caminho certo. Hoje, a SIL é reconhecida em todas as regiões do Brasil, está presente nas grandes e pequenas revendas e é uma referência quando se pensa em produtos de qualidade e segurança. E exige de toda a empresa cada vez mais responsabilidade". **Marcelo Barone, Diretor Executivo da SIL**

SIL e Lâmpadas Golden

Herc e Stam

Papaiz

Pial Legrand e Grupo Revenda

COMERCIANTE

O melhor PARABÉNS
é desejar-lhes
boas vendas o ano todo.

Na construção e decoração
o melhor metal

Torneiras, Duchas e Acessórios.
www.metaispoly.com.br

POLY
Escolha inteligente

zanotti

TAXA

O Primeiro Bureau de Pesquisa Qualitativa
com Equipe Especializada no
Segmento de Construção

ferraz

PESQUISA DE MERCADO

Realizamos:

- Discussões em Grupo in loco e Salas de Espelho
- Entrevistas em Profundidade
- Etnográficas
- Home Visit
- Workshop

Criatividade
Atendimento Personalizado
Boas Parcerias

Preço Competitivo
Foco na Solução
Agilidade

ferraz
PESQUISA DE MERCADO

Alphaville - Barueri - SP
11 4195-6335
www.ferrazpesquisa.com.br

DEPOIMENTOS

OSRAM

"Em meu nome e de todo o time Osram, obrigado pelo evento, pela recepção e, obviamente, pela premiação do Top Of Mind". **Claudio Henrique Giannico, Gerente Nacional de Vendas – Canal Retail Osram do Brasil**

FEICON BATIMAT

"Para a Reed Exhibitions Alcantara Machado, o troféu Ruy Ohtake significa o principal evento de premiações no segmento da construção civil que elege o público majoritariamente importante dentro da Feicon Batimat. Como o "Oscar®", ele reconhece a excelência na atuação de grandes líderes da indústria da construção. Esse ano, o evento, mais uma vez, destacou com sabedoria os potenciais de cada empresa". **Liliane Bortoluci, Diretora da Feicon Batimat**

NICOM

"Podemos considerar o evento Top Of Mind como um marco anual dentro do mercado de materiais para construção. Já virou tradição! O glamour do local, com um jantar delicioso, e o super atendimento e carinho que recebemos de todos da equipe da Revenda fazem esse evento realmente ser Top. Top of Mind! Parabéns a todos da revista Revenda e aos patrocinadores que viabilizaram esses momentos prazerosos juntinho de vocês! Grande abraço". **Alberto Shimuta, Nicom – Comércio de Materiais para Construção**

SIEMENS

"Para nós, da área de produtos para instalações elétricas da Siemens, nada pode ser tão importante e significativo quanto o reconhecimento dos consumidores, sobretudo quando ele emerge na forma de um prêmio tão respeitado e tão cobiçado no segmento da construção civil, como o troféu Ruy Ohtake. A conquista do "Top Of Mind Revenda Construção" na categoria "Disjuntor" é ainda mais especial para nossa empresa em função da seriedade do trabalho de pesquisa realizado, da grande abrangência da amostragem e da consistência da metodologia empregada, que, certamente, respaldaram a qualidade dos resultados. De fato, são momentos como esse que nos incentivam a continuar investindo na produção nacional, na ampliação e na modernização da maior fábrica de disjuntores do Brasil e consequente geração de novos postos de trabalho, apesar das dificuldades conjunturais da economia e dos respectivos impactos negativos no comportamento do mercado, além da feroz e preocupante invasão de produtos importados da Ásia. Por fim, manifestamos nossa grande satisfação pelo privilégio de ter participado do evento de premiação, verdadeiramente, um grande encontro entre revendedores e fabricantes, uma grande festa de comemoração e congraçamento do segmento". **Eduardo Mendes de Brito, Gerente de Produtos de Baixa Tensão Siemens**

CSM

Nicom

GRUPO FORUSI

"Parabenizo o Grupo Revenda pela qualidade do evento, muito bem organizado". **Otto Busch, Gerente de Magazines do Grupo Forusi**

BRASILIT

"Obrigado pela acolhida! Saudações!". **Marcelo Roffe, Diretor Comercial e Marketing da Brasilit**

DURATEX

"Parabéns pelo evento, recepção, jantar, cerimônia de premiação, enfim, estava ótimo!". **Camilo Souza, Gerente Nacional de Vendas – Sul / Home Center – Duratex S.A. – Divisão Deca**

JACUZZI

"Agradecemos o convite e a premiação". **Flávio Rodrigues, Diretor Comercial Jacuzzi**

COFEMA

"Nós, da Cofema, agradecemos pela honra de poder participar de mais um grande evento do Grupo Revenda. Como sempre, um belo evento organizado pela Revista Revenda e uma grande oportunidade de rever parceiros e amigos. Parabéns a todos os premiados da noite, pois fazer parte deste grupo seleto escolhido pelos lojistas é motivo de muita comemoração". **Cícero Araujo, Cofema**

Margirius, Viapol e Grupo Revenda

Eliane

Feicon Batimat

PADO

"A Pado é referência no mercado nacional de cadeados pela alta qualidade e desempenho de seus produtos somados ao design inovador que surpreende os consumidores. Receber o Prêmio Top Of Mind é a confirmação de que estamos no caminho certo e o reconhecimento da excelência dos produtos da marca". **Priscila Nery, Gestora de Marketing da Pado**

Amanco / Grupo Mexichem e Nicom

Irwin

Krona Tubos e Conexões e Cofema Atacadista

Vedacit-Otto Baumgart, Mundial Atacadista, Nambei e WD-40

Metalúrgica Rocha

Aliança Metalúrgica

Cortag

Amanco / Grupo Mexichem

Pado, FLC e Tambasa

Cotemag e Mundial

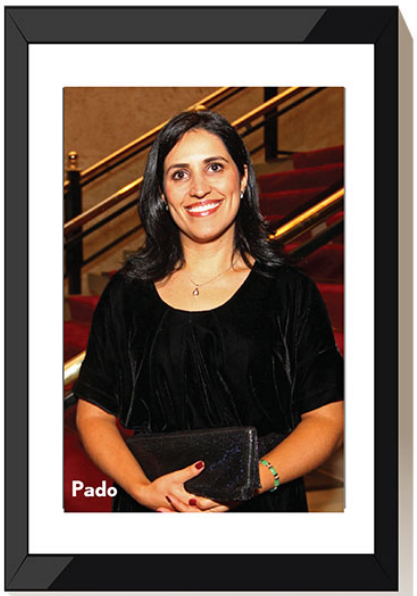
Fimap

KRONA

"A conquista deste prêmio só reforça o quanto a Krona vem crescendo no país nestes 20 anos de mercado. Prezamos pelo bom atendimento ao cliente, com uma entrega ágil e de qualidade, e dispomos de um dos portfólios mais completos voltados para a linha predial. Sendo assim, aumentamos a confiança e a participação nos pontos de venda". **Valdicir Kortmann, Diretor de Vendas e Marketing da Krona**

Grupo Revenda e Fabrinox

Docol, Ical, Steck, Makita, Plasútil e WD-40


Pado

Alumasa

TAMBASA

"Nós, da Tambasa, achamos muito importante esta apuração que é feita por uma empresa idônea e imparcial. Esta pesquisa nos dá o prazer de receber o troféu Ruy Ohtake e mais vontade de continuar investindo, para, cada vez mais, nos superarmos". **Gerson Bartolomeu Filho (Gersinho), Diretor Comercial Tambasa**

Aliança Metalúrgica

top of mind

Conibase, ITC e Center Fertin

Rinnai, Osram, Siemens, Lâmpadas Golden, Prysmian, Tigre, Fabrinox e Ramos Conexões – Grupo Forusi

Irmãos Corso

Ceramfix, Votorantim, Black&Decker, Mercedes e Orbi Química

FLC, Tambasa e Grupo Revenda

Brasilit

Franke, IBBL, Akzo Nobel, Fico e BR Plásticos

Papaiz e Grupo Revenda

Menegotti e Grupo Revenda

Ciser

Construsul

17ª Feira Internacional da Construção

De 06 a 09 de agosto
14h às 21h
2014
FENAC
NOVO HAMBURGO
RS-BRASIL

EVENTO SIMULTÂNEO

9ª EXPO MÁQUINAS

FEIRA DE MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS PARA CONSTRUÇÃO

- Uma das feiras com maior geração de negócios do Brasil.
- A feira mais completa do setor, agregando os setores de Construção, Infraestrutura e Acabamento.
- A feira que reúne o maior número de público visitante altamente qualificado e com poder de decisão de compra.
- Grande número de visitantes da América Latina.
- Visitação internacional.
- A melhor oportunidade para exibição de marca e estabelecimento de relações com os clientes da Região Sul.
- A feira com a mais ampla divulgação de mídia: revistas segmentadas, televisão, rádio, jornal, internet e mídia externa.
- Apoio das principais entidades setoriais e promoção de jantares e seminários com representantes de lojistas e construtoras.
- Um dos melhores custo-benefício no segmento de feiras.

O evento mais completo do Brasil

Construção - Infraestrutura - Acabamento

REALIZAÇÃO:

SUL EVENTOS
FEIRAS PROFISSIONAIS

www.feiraconstrusul.com.br

facebook.com/construsul

Informações e reservas: +55 51. 3225.0011 I comercial@suleventos.com.br

Proibida a entrada de menores de 16 anos, mesmo que acompanhados.

APOIOS CONSTRUSUL / EXPOMÁQUINAS 2014

TOP OF MIND
Revenda Construção

DANEVA LORENZETTI

Empresa procura conduzir suas ações dentro do conceito sustentável, visando minimizar os impactos ambientais significativos, otimizando equipamentos e recursos para eliminar desperdícios e utilizar materiais de qualidade em processos que estejam alinhados com sustentabilidade e preservação do meio ambiente.

CRESCIMENTO SUSTENTÁVEL

Fundada em 1975, a Daneva Materiais Elétricos é uma empresa que tem sua história marcada pelo sucesso e por constante evolução tecnológica, oferecendo as melhores soluções ao mercado, com design diferenciado, máxima segurança e qualidade de ponta. Em 2012, a empresa comunicou ao mercado a Joint-Venture com o grupo francês Legrand, que está presente em mais de 180 países e consolidado no Brasil com marcas importantes, como Pial–Legrand, Bticino, Cablofil, Lorenzetti Materiais Elétricos, Cemar, HDL e SMS. A troca de experiências e informações entre as empresas proporciona uma oferta maior de novos produtos e, consequentemente, mais atratividade aos clientes. Em 2013, com a participação do grupo Legrand, a Daneva e a Lorenzetti Materiais Elétricos formaram uma unidade de negócios autônoma, que é dirigida pelo Diretor Geral, Nelson Rebelato. A sinergia criada pela junção das duas marcas trouxe para o mercado brasileiro o mix mais completo de produtos elétricos. "Investimos alto em pesquisa e desenvolvimento, pois, além de segurança máxima, a equipe Daneva-Lorenzetti tem como objetivo a busca contínua por inovação, agregando novas tendências e design aos produtos", ressalta Rebelato.

NOVIDADES

O ano de 2014 começou com novidades diversificadas no setor elétrico. A Daneva-Lorenzetti incluiu em seu mix de produtos a nova linha de extensões Sort 2P e 2P+T (10A). Com característica mais compacta e discreta, as extensões podem ser facilmente transportadas ou colocadas atrás de móveis, oferecendo ainda mais praticidade e comodidade aos clientes. A Lorenzetti Materiais Elétricos, marca reconhecida por qualidade e tradição, apresentou ao mercado a atualização da linha de interruptores e tomadas Zuli, na Feicon Batimat, e adequou a sua oferta à demanda. Essa novidade faz com que toda instalação conven-

cional necessária em uma residência seja atendida. A linha Zuli combina formas modernas, acabamento único e versatilidade na montagem dos conjuntos e traz benefícios reais para o consumidor que busca aliar economia e qualidade. O material utilizado na fabricação do produto é resistente ao calor, à umidade e a impacto, mantendo suas propriedades originais com o passar do tempo. O encaixe gradual da placa no monobloco garante melhor ajuste à parede, facilita e dá mais agilidade ao processo de instalação.

E as novidades não param por aí. "A partir de julho, a empresa irá unificar a política comercial da Lorenzetti à Daneva, proporcionando mais comodidade aos nossos clientes. E estão previstos lançamentos de produtos inovadores para o verão deste ano, com design surpreendente e a qualidade e a segurança que o consumidor já conhece", comunica Rebelato.

Valorizando o meio ambiente

POLÍTICA SOCIOAMBIENTAL

A Daneva-Lorenzetti conduz ações dentro do conceito sustentável, visando minimizar os impactos ambientais significativos, otimizando equipamentos e recursos para eliminar desperdícios e utilizar materiais de qualidade em processos que estejam alinhados com a sustentabilidade e a preservação do meio ambiente, além de incentivar e apoiar projetos que contribuam para o bem-estar social.

"Trabalhamos alinhados com o meio ambiente. Investimos na qualidade do nosso produto sem deixar de lado a sustentabilidade. Sabemos que uma coisa leva a outra: preservar o meio ambiente é sinônimo de preservar e contribuir com a saúde e o bem-estar de nossos colaboradores, clientes e da população em geral", destaca Rebelato.

Modernos programas de desenvolvimento

TOP OF MIND
Revenda Construção

DENVER
IMPERMEABILIZANTES

Importante trabalho junto aos revendedores: José Miguel Farinha Morgado, Gerente Nacional de Vendas – Varejo, e Flavio de Camargo, Gerente Técnico & Marketing, da Denver, respondem às principais dúvidas que os revendedores de produtos de impermeabilização têm para trabalhar com este segmento.

1. Por que, para uma loja, é importante ter um setor específico de impermeabilização?
José Miguel Farinha Morgado: Os produtos impermeabilizantes deixam uma excelente margem para o lojista e, quanto mais ele investir neste setor, maior sua visibilidade e consequente melhora na sua lucratividade. Por estes motivos apresentados, se a loja possuir um espaço destinado exclusivamente ao setor de impermeabilização, maior será a sua possibilidade de ganho e a Denver Impermeabilizantes poderá auxiliar os lojistas na criação deste espaço exclusivo.
Flavio de Camargo: A venda do impermeabilizante pode sempre ser agregada à venda de pintura ou de argamassa, aumentando o potencial de vendas da loja com o mesmo número de clientes. No caso de serviço de pintura, o cliente precisa se preocupar com a impermeabilização, pois é ela quem irá garantir que não ocorram infiltrações, mofo e umidade na pintura que será executada. E, quando está fazendo um serviço de revestimento, ele precisa garantir a aderência da massa e preparar a base para recebê-la. Então, neste momento, pode ser associada à venda de uma adesivo para chapisco, impermeabilizante para argamassa ou mesmo de um impermeabilizante para aplicar sobre a laje antes de fazer o contrapiso.

2. Quanto pode representar este setor no incremento de faturamento de uma loja?
José Miguel Farinha Morgado: Com a introdução da impermeabilização numa loja, o acréscimo de faturamento poderá ser de uns 15% a 20%, dependendo do mix de produtos e, principalmente, do trabalho e do treinamento dos vendedores. Quando bem treinados, os vendedores da loja de tintas não irão se limitar a vender tinta, ferramentas e seladores para pintar uma casa. Eles irão propor soluções e produtos para evitar a umidade na parede e aí vender nossos impermeabilizantes.

3. A escolha das marcas é fundamental para o sucesso. Quais são os principais fatores de decisão?
José Miguel Farinha Morgado: A Denver Impermeabilizantes oferece uma linha de produtos de excelente qualidade, com embalagens que são fáceis de o consumidor visualizar suas funções e como aplicar os produtos, preços competitivos, apresentação do PDV, com banners e displays dos produtos, cursos para vendedores, pedreiros e pintores, entre outros itens, levam o lojista a optar por uma marca.

4. Presença no ponto de venda é fundamental. O que a Denver Imper faz de ações que podem fazer a diferença?
José Miguel Farinha Morgado: A diferença é que estamos sempre presentes e atuantes no PDV, com palestras e treinamento aos vendedores, pedreiros e pintores, e contamos com serviço de apoio para sempre auxiliar os vendedores na orientação e dúvidas de seus clientes, pois um venda bem feita fideliza o cliente, gera inúmeras indicações e outras vendas.

5. Quantos treinamentos para vendedores e pedreiros são feitos pelos técnicos da Denver Imper num ano? Quantos são alcançados e quanto isso tem auxiliado nos resultados?
José Miguel Farinha Morgado: Somente em 2013, atingimos a marca de 300 treinamentos, alcançando mais de 1.500 profissionais, entre vendedores e clientes finais. Além deste número, nossos promotores constantemente trabalham produtos junto aos vendedores, facilitando a venda e orientando como utilizar os produtos. Com isso, temos firmado nossa posição no mercado e temos recebido o feedback através de consultas com clientes e lojistas. Estas consultas em nosso site, no Facebook e no 0800 foram mais de 4.000 ligações atendidas e 5.000 e-mails em 2013, com informações sobre aplica-

ção, indicação do melhor produto para uma situação de campo e indicação de onde encontrar os produtos da Denver Imper na região.

Flavio de Camargo: Por estes e outros motivos, tenha um setor de impermeabilização em sua loja e, é claro, escolha a marca Denver Imper – a Impermeabilização de Verdade. Conte conosco para tornar-se uma referência em impermeabilização em sua região e aumentar as suas vendas.

6. O mix de produtos pode ser bem variado. Quais os produtos essenciais e quais os potenciais para alavancar as vendas?

José Miguel Farinha Morgado: O lojista deverá ter na loja, para iniciar um trabalho com impermeabilizantes, entre 6 a 12 produtos:

- Manta asfáltica – Impermeabilização de lajes: IMPERMANTA LAJE;
- Manta asfáltica para Impermeabilização de telhados: IMPERMANTA TELHADO;
- Argamassa polimérica – para impermeabilização de banheiros, cozinhas, caixas d'água: DENVERTEC 100 SUPER;
- Fita asfáltica autoadesiva para vedação de telhados, rufos e áreas de cobertura: DENVERFITA;
- Manta líquida para impermeabilização de laje: DENVERCRIL SUPER;
- Aditivo líquido para dar liga como a cal: DENVERCAL;
- Aditivo impermeabilizante para argamassas: DENVERIMPER 1;
- Adesivo para chapisco e argamassa: DENVERFIX CHAPISCO;
- Manta líquida para impermeabilização de fachada: DENVERCRIL PAREDE;
- Selante acrílico para vedação de trincas: DENVERFLEX ACRÍLICO;
- Selante de poliuretanto para vedação de juntas e esquadrias: DENVERFLEX POLIURETANO;
- Pintura asfáltica para proteção de fundações: DENVERIMPERM BLACK.

Ação realizada na Nicom

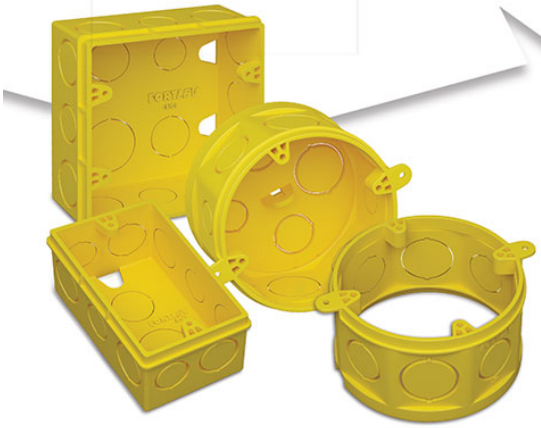
Expositor em loja

Produtos em destaque

TOP OF MIND
Revenda Construção

FORTLEV

Empresa confirma liderança. Além do mercado de reservatórios para água, empresa consolida linha de tubos e conexões.



Referência em todo o território nacional por suas variadas soluções para armazenamento de água, a Fortlev mantém-se há vários anos como líder na produção e na venda de reservatórios. Graças aos constantes investimentos em tecnologia, a empresa oferece produtos melhores e cada vez mais modernos aos consumidores.

O reconhecimento vem através da fidelidade de seus clientes e de premiações que asseguram sua liderança no mercado, como o Prêmio Top Of Mind, promovido pelo Grupo Revenda e que destacou a indústria em três categorias: Caixas d'Água de Polietileno (1º lugar nacional), Caixas d'Água de Fibra de Vidro (1º lugar nacional) e Cisternas (1º lugar nacional).

E para atender cada vez mais, e melhor, às demandas do mercado, a Fortlev iniciou, há três anos, a produção de tubos e conexões de PVC. As linhas de água fria, esgoto e eletricidade compreendem mais de 170 itens voltados para obras de médio e pequeno portes, e disponíveis para cobrir as necessidades do varejo. Mesmo com uma atuação relativamente recente, atualmente, é a empresa que mais cresce em número de itens e em participação no mercado de PVC no Brasil. Desde sua criação, em 1989, no Espírito Santo, a Fortlev vem acumulando significativas expansões em todo o Brasil, com ampliação de suas fábricas em três estados: Bahia, Santa Catarina e São Paulo. A empresa realiza investimentos constantes voltados para modernização de suas plantas industriais, bem como vem apostando no modelo de relacionamento contínuo com os lojistas por meio de seus mais de 330 representantes espalhados no país.

O diretor de Vendas e Marketing, Evandro Sant'Anna, reforça que, neste ano, a empresa continuará trabalhando as iniciativas de marketing com base em três pilares: participação em feiras do setor (Feicon Batimat, Ficons, entre outras); publicidade em revistas especializadas do setor (a exemplo da revista Revenda Construção); e ações nos pontos de venda. "O objetivo é aprimorar o que está dando certo e o que tem trazido resultado. Sem dúvida, os pontos de venda serão a nossa prioridade, pois é onde encontramos os nossos clientes e temos apoio dos nossos lojistas", avalia.

Hoje, a empresa, que conta com uma equipe de aproximadamente 1.800 empregados, acumula dezenas de prêmios e excelente desempenho em vendas. Com novos planos de investimentos, quer fortalecer ainda mais a marca e continuar trabalhando no desenvolvimento de novas soluções que atendam às necessidades dos consumidores com agilidade e alto padrão de qualidade nos seus processos e produtos.

Estande na Feicon

Presença marcante na Feicon

Equipe da Fortlev na Feicon

TOP OF MIND
Revenda Construção

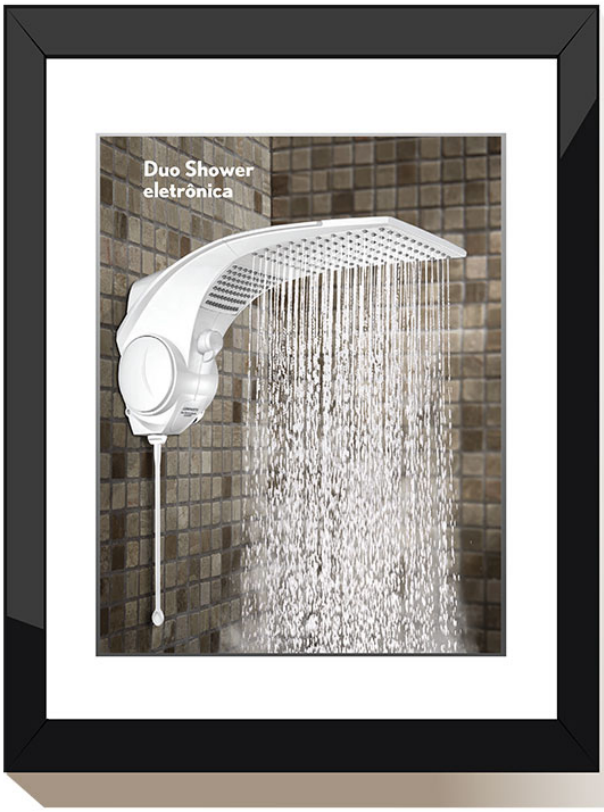
LORENZETTI

Lorenzetti rumo ao Hexa. Enquanto a Seleção Brasileira luta pelo hexacampeonato, a Lorenzetti busca o crescimento e o alcance de suas metas em suas seis unidades de negócios: duchas, chuveiros e torneiras elétricas, aquecedores de água a gás, metais sanitários, purificadores de água, lâmpadas fluorescentes compactas e de LED e os produtos da marca Fortti.

Em 2014, a Lorenzetti prevê ampliar o seu crescimento orgânico ao ultrapassar a marca de R$ 1 bilhão em faturamento pela primeira vez na sua história. Trata-se de incremento de 19% ante 2013. Para atingir esse feito, é empregada a estratégia de investimento de parte da receita em melhorias nos processos internos e em tecnologia avançada, seguindo a premissa de surpreender com produtos inovadores de design diferenciado, sem deixar de lado a acessibilidade. Só na área comercial, por exemplo, há o investimento de 20% do faturamento, que resulta em elevado desempenho de vendas.

A preocupação socioambiental também é um diferencial da Lorenzetti, que, desde o início de suas operações, segue investindo em projetos inovadores no âmbito interno de suas fábricas e no lançamento de produtos com tecnologia avançada. Do ponto de vista fabril, na planta de metais sanitários, 85% da água utilizada na galvanoplastia é reutilizada. A empresa também foi pioneira no uso do cromo trivalente não cancerígeno. Na nova fábrica de plásticos sanitários, por sua vez, há um moderno processo de acabamento superficial com mínima geração de resíduos.

Como consequência, os produtos acompanham a estratégia de redução no consumo dos bens naturais. Nesse ano, por exemplo, a Lorenzetti ampliou seu mix



de lâmpadas com o lançamento de 12 modelos de LED, capazes de economizar até 86% de energia elétrica se comparados com os incandescentes. Por não conterem mercúrio, os produtos também são ecoeficientes. A linha Loren Prime de lâmpadas fluorescentes com dimensões compactas, por sua vez, conta com economia de até 80% de energia.

Falando em inovação e design, a Lorenzetti surpreendeu, mais uma vez, com a Duo Shower Quadra: a primeira linha de duchas elétricas quadradas do mercado que integra ducha e chuveiro em um único produto.

A categoria de metais sanitários ganhou as duchas LorenFall, a linha LorenLike e, para o segmento luxo, as Válvulas de Escoamento e o novo misturador da linha LorenKitchen. O segmento de aquecedores de água a gás da Lorenzetti foi ampliado, com dois modelos de fluxo balanceado e outros dois com exaustão forçada. Na categoria de purificadores, a Lorenzetti apresenta o Vitale, que se destaca por seu design moderno e compacto. Já a Fortti, marca lançada em 2010, também foi ampliada com duas Duchas Higiênicas, contando com mais 90 produtos em seu portfólio.

Para garantir o sucesso de vendas e a fidelização dos clientes, a empresa investe intensamente em materiais promocionais para o ponto de venda e está constantemente treinando e reciclando clientes e balconistas por meio do seu centro de treinamento. As portas da Lorenzetti, inclusive, estão abertas para que os clientes e parceiros possam conhecer as suas instalações, os seus produtos e as suas fábricas.

TOP OF MIND
Revenda Construção

MEBUKI

Renovação e crescimento. A Mebuki iniciou suas atividades em 1981, fundada pelo saudoso Shiro Uemura, iniciando no segmento agrícola, com máquinas e ferramentas manuais, além de dosadores de precisão.

Em 1995, diversificando suas atividades, a marca passou a atuar também no segmento de materiais para construção, com assentos sanitários, armários e acessórios para banheiros, pois, como dizia Shiro Uemura: "O segmento da construção é o ultimo a entrar em crise e é o primeiro a sair".

Em 2007, a Mebuki passa a atuar também nos segmentos médico-hospitalar e de reabilitação, fabricando produtos com preços atrativos: poltronas-maca, porta-pinças, suportes para desinfecção de pinças e endoscópios, armários para secagem e armazenagem de endoscópios, assentos para cadeira de banho, assentos sanitários elevados e andadores especiais.

Hoje, as linhas de produtos da Mebuki cresceram e se adaptaram às necessidades do mercado. Para o mercado Agrícola, conta com equipamentos para o plantio de grãos e manutenção de lavouras nos setores de café, citrus e fumo. Bayer, Basf, Syngenta, Suco Cítrico Cutrale e grandes cooperativas agrícolas, entre outros, fazem parte do seleto grupo de clientes.

No mercado da Saúde, equipamentos médico/hospitalares e produtos voltados para a reabilitação e, no mercado da Construção Civil, uma grande linha de produtos para o lar.

Jairo Uemura é o dirigente da empresa desde agosto de 1981. Sobre a empresa e seus produtos, ele diz:

"No mercado atual, existe uma grande competitividade e as empresas que se destacam são as que superam as expectativas dos consumidores. A Mebuki sempre desenvolveu seus produtos consultando clientes e distribuidores e usuários para detectar diferenças e vantagens que os produtos devem oferecer e, assim, destacar-se em meio a tantos concorrentes, gerando um efeito incrível, refletindo no crescimento e na aceitação dos produtos".

Dando continuidade ao trabalho do avô e seguindo os passos do pai, Rodrigo Uemura, filho de Jairo, é o responsável pelo Trade Marketing da Mebuki. Sobre os projetos da empresa, Rodrigo diz:

"Constante renovação e o ideal da superação acompanham nossa trajetória. Superar metas de crescimento, superar adversidades e, principalmente, superar as expectativas dos consumidores. A renovação pode ser vista em nossa comunicação, nas embalagens, na publicidade e nos pontos de venda. Assim como uma águia, a Mebuki se renova e se supera, sempre alçando novos voos".

Acompanhando o crescimento de suas vendas, a Mebuki investe em melhorias. Estão previstas ampliações nas instalações e melhorias na logística. Sua previsão para 2014 é de um crescimento de 28%, apoiado por esta gestão, que permitirá atender aos clientes com mais agilidade.

Uma grande parte das industrias que recorre à importação para abastecer o mercado. A Mebuki se mantém firme

em sua diretriz de apoio ao país, mantendo toda sua produção local, gerando empregos e riqueza, contribuindo para a qualidade de vida das famílias de seus colaboradores.

Dando continuidade aos lançamentos de produtos feitos em 2013 e 2014, a Mebuki está renovando toda sua comunicação. Novas embalagens demonstram aos consumidores, de maneira clara, os principais diferenciais dos produtos, facilitando a escolha no ponto de venda.

O principal produto na linha de Acessórios para o Lar, o Assento Sanitário, conta com uma linha que se adapta à grande maioria dos vasos sanitários do mercado. Também conta com a linha Acessibilidade, assentos elevados que atendem portadores de necessidades especiais. Por atender rigorosamente à Norma NBR 9050, está gerando excelentes negócios para os seus revendedores.

A falta de água no país e no mundo é uma preocupação, um problema que aflige a todos. Por conta da estiagem e da falta de chuvas, a cidade de São Paulo e outras regiões do Brasil correm o risco de sofrer racionamento de água. Este é o momento para que seja revisto o conceito do uso consciente da água. Contando com um inovador mecanismo valvulado, a Caixa de Descarga Economic tem como diferencial a economia de até 60% no consumo, na conta d'água e colabora com o uso consciente da água.

Completam a linha de Acessórios para o Lar, a Cantoneira Dubai, com seu design inovador, os Armários para Banheiro, Línea Plus e Línea Premium, e os Acessórios para Banheiro vendidos em kits e em peças avulsas.

Preocupada com a Responsabilidade Social, a Mebuki contribui mensalmente com 12 entidades beneficentes, dentre elas, o GRAACC – Grupo de Apoio ao Adolescente e à Criança com Câncer – e a Sociedade Beneficente Casa da Esperança – KIBO-NO-IÊ, que acolhe e ampara 80 pessoas com deficiência intelectual e física. A KIBO-NO-IÊ e a Mebuki têm o seu presidente em comum, Jairo Uemura.

Compartilhar com os mais necessitados um pouco de alegria e de esperança é a parte mais importante da filosofia da família Uemura e da Mebuki.

Isso reforça o compromisso da Mebuki: Construir um amanhã melhor, fazendo a diferença em cada detalhe.

TOP OF MIND
Revenda Construção

NORTON

Tecnologia Norton é referência mundial em soluções para a indústria da construção. Para garantir um fluxo constante de lançamentos de novos produtos e soluções, a Norton tem recebido fortes investimentos tanto para o aumento da sua capacidade produtiva como para os seus centros de Pesquisa e Desenvolvimento.

Novos equipamentos de medição e de controle de variáveis de processo, além do desenvolvimento de novas matérias-primas para a fabricação de abrasivos como grãos diferenciados, resinas e costados, estão entre os investimentos realizados. A informação é do diretor Comercial para América do Sul da empresa, Alexandre Brito. De acordo com Brito, para que a Norton mantenha a meta de lançar anualmente novos itens, são fundamentais os trabalhos desenvolvidos nos seis centros de Pesquisas e Desenvolvimento da companhia localizados nos EUA, França, China e Brasil. "Os resultados obtidos pelos nossos profissionais têm sido estratégicos para que o Brasil tenha acesso às mais avançadas tecnologias hoje disponíveis em abrasivos para construção civil", comenta. No Brasil, a Norton mantém Centros de Excelência nas fábricas de Guarulhos, Caieiras e Vinhedo. Nesses centros, empresas e clientes têm contato com os novos produtos. Juntos, buscam identificar os melhores processos para a utilização das ferramentas. Os Centros de Excelência também se destinam à capacitação de profissionais e clientes. Marketing e vendas também são alvo de investimentos. De acordo com Brito, uma das principais iniciativas da Norton é a Universidade Corporativa (UNIVEN), que tem como objetivo preparar tanto o pessoal interno como os clientes para os novos desafios de mercado tornando-os sempre referência no quesito de conhecimento no uso de nossas ferramentas abrasivas. "Temos investido ainda em sistemas de CRM, que aumentam nosso conhecimento sobre as necessidades dos nossos clientes e nos habilitam a proporcionar uma ação antecipada junto ao mercado", informa Brito. As novidades que chegarão ao mercado em 2014 foram lançadas na Feicon 2014, como as novas Lixas, Discos de Corte e de Desbaste, Máquinas, Rebolos e Acessórios.

A NOVA LINHA CLASSIC

Classic é a nova linha de produtos abrasivos para uso e aplicação na construção da Norton. Uma opção de alta tecnologia que conta com Discos de Corte, Discos Diamantados, Flap Discs e Rebolos. Ao desenvolver os Discos de Corte Classic, a Norton optou pelos de corte fino. Contando com a tecnologia dos produtos Norton, a linha tem como foco atender às necessidades de serralheiros e demais profissionais que trabalham na construção e que buscam nessas ferramentas desempenho superior e segurança. Os Discos de Corte Classic Norton dispõem dos mesmos requisitos de segurança encontrados nos mais exigentes mercados internacionais. São fabricados em conformidade com a norma europeia EN 12.413, considerada a mais rígida em segurança no segmento de abrasivos. A linha Classic de Diamantados é composta por discos de

110 mm, que foram desenvolvidos pela Norton para o corte dos mais diversificados materiais em todas as etapas de uma obra. Os Discos Diamantados Classic são utilizados na serra mármore e dividem-se em três tipos: Contínuo, Turbo e Segmentado. Os discos do tipo Contínuo são utilizados para corte de pedras de alta dureza, cerâmicas, azulejos e porcelanatos. Os Turbos para corte de mármores, granitos, pedras decorativas e alvenaria e os do tipo Segmentado para concreto, tijolos, telhas e alvenaria. Na construção, o Flap Disc é indicado para remover pinturas, nivelar superfícies e desbastar rebarbas. O Flap Disc Classic possui suporte cônico de fibra reforçada e lixa com a tecnologia Norton em grão Norzon, que possibilitam que tanto as operações de desbaste como as de acabamento sejam realizadas sem a troca de ferramentas ou de discos. Substituem, em algumas situações, os discos de fibra e de desbaste. Com isso, é possível reduzir o tempo e o custo das operações em que são utilizados. Os Rebolos Classic são recomendados para operações de desbaste e afiação de peças metálicas, podendo ser utilizados a seco ou com refrigeração. São produzidos em óxido de alumínio nos grãos finos, médios e grossos e se caracterizam pelo poder de remoção e pelo alto grau de segurança que oferece aos seus usuários. Além disso, os Rebolos da Norton são certificados com a marca de segurança ABNT e ISO 9001. As Fitas Isolantes são o mais novos itens a integrar a linha Classic.

DISCOS SMC

A nova geração da linha de discos SCM para preparação de superfícies chega ao mercado nas versões Rapid Prep e Vortex Rapid Prep. Desenvolvidos com tecnologia exclusiva Norton que alia grãos, resinas reformuladas e reforço estrutural interno, os discos garantem uma operação livre de marcas e queimas em menor tempo de operação.

Indicadas para operações de condicionamento de superfícies, remoção de resíduos e limpeza de marcas e riscos de etapas anteriores ao lixamento e para o preparo de superfícies para pintura e acabamento em superfícies metálicas, os discos Norton da linha Rapid Prep são encontrados nos grãos Extra Grosso, Grosso, Médio, Fino e Muito Fino.

Os Discos Vortex Rapid Prep utilizam a tecnologia do exclusivo grão óxido de alumínio Vortex que dura até três vezes mais que os discos convencionais, reduzem os tempos de ciclo de operação, além de garantir maior consistência e uniformidade de acabamento.

Linha de discos Speed Lok Rapid Blend: disponíveis nos grãos óxido de alumínio Vortex de última geração (cor azul – para remoção e acabamento mais uniformes) e exclusivo grão cerâmico Blaze (cor laranja – para maior remoção e rapidez na operação), os Discos da linha Rapid Blend são indicados para uso na preparação e limpeza de superfícies difíceis de serem operadas, como as metálicas. Por trabalharem em "3D" (face, topo e lados) a tarefa torna-se mais fácil e eficiente. Ideais nas remoções pontuais de marcas de solda, oxidações, ferrugens, incrustações, tintas, vernizes, selantes e primers, os novos Discos garantem acabamento uniforme às áreas trabalhadas. Vortex Rapid Finish: Disco Vortex Rapid Finish (grão Médio) tem construção unificada em "3D" com grão Vortex que garante alto poder de remoção, rebarbação, conformações leves e acabamento em superfícies metálicas, como limpeza de pontos e respingos de solda, limpeza e acabamento fino de metais em geral como aço inox, aço carbono, entre outros.

EPIS

A marca Norton também está presente em Equipamentos de Proteção Individual (EPIs) para uso na construção civil. Óculos de segurança, Máscaras e Luvas estão entre os itens da marca. As Luvas de Proteção Norton nas versões Branca, Mesclada e Pigmentada são ergonômicas e com alta flexibilidade.

Para proteção respiratória dos profissionais que atuam em ambientes adversos em função da excessiva concentração de poeira, névoa, fumaça e vapores orgânicos a Norton tem uma linha de Máscaras descartáveis com ou sem válvula.

ACESSÓRIOS

Para uso no acabamento do sistema construtivo de paredes, forros e revestimentos de Drywall, a Norton desenvolveu três versões de esponjas: média (para remover arestas maiores e de grande rugosidade do composto das juntas. A Lâmina de Serra Norton, outro item que se destaca na linha de acessórios Norton, é fabricada em aço bimetal e corta desde tubos de PVC até metais perfilados e maciços. O mix de acessórios Norton para construção conta também com a linha de fitas adesivas.

TOP OF MIND
Revenda Construção

Usina Fortaleza abre nova fábrica e centros de distribuição, além de trazer inovadores produtos para o mercado

USINA FORTALEZA

A Usina Fortaleza está apostando cada vez mais na ampliação de sua demanda de produção e na logística de entrega de seus produtos. A terceira fábrica da empresa, situada em Queimados, no Rio de Janeiro, será inaugurada oficialmente, agora no mês de agosto. A nova planta fabril foi construída em tempo recorde, de apenas três meses e meio e sua capacidade de produção é de 100.000 toneladas/ano. A nova fábrica de Queimados, que teve investimento de R$ 10 milhões, atenderá os estados do Rio de Janeiro e do Espírito Santo.

A empresa, também, acabou de inaugurar quatro novos Centros de Distribuição, localizados em Contagem-MG, Recife-PE, Maringá-PR e Dourados-MS. Com um total de 15 CDs, a Usina Fortaleza está presente em Campo Grade-MS, Goiânia-GO, Uberlândia-MG, Espírito Santo-ES, Cambé-PR, Serra-ES, Porto Alegre-RS, Cuiabá-MT, Araraquara-SP, São Roque-SP e Queimados-RJ, conseguindo atender todo o território nacional.

Os laboratórios da Usina Fortaleza estão equipados com alta tecnologia e, uma amostra disso são os novos produtos que a empresa está trazendo para o mercado, como o ACIII. Mais um produto que apresenta baixa densidade, alta aderência química e excelente trabalhabilidade, o que proporciona um rendimento até 50% superior às argamassas convencionais.

Este lançamento no Brasil provém de uma tecnologia exclusiva produzida a partir de um conjunto de pequenas partículas de borracha e resinas de alta elasticidade, proporcionando o diferencial que o mercado precisava para obras de menor custo e, principalmente, menor desperdício colaborando para um mundo muito mais saudável. O primeiro produto da linha Perform da Usina Fortaleza será lançado, em primeira mão, para o canal engenharia.

O Ultracoll é outro produto desenvolvido pela Usina Fortaleza, com a finalidade de proporcionar bem estar e facilidade ao seu consumidor. Ele já vem pronto para o uso e permite que o assentamento ou a sobreposição de um piso ou azulejo, seja realizado sem necessidade dos aparatos tradicionais, como caixote para preparo de argamassas, água para mistura, várias ferramentas que tornam o processo de uma reforma desgastante e deprimente. Além de apresentar um sistema de tecnologia revolucionária que resulta em um conjunto de alta aderência química, alta elasticidade, alta impermeabilidade, que acompanha esforços de compressão e dilatação muito superiores a qualquer sistema de argamassas convencionais à base de cimento. Sendo ideal para assentamento e sobreposição de revestimentos cerâmicos, porcelanatos, azulejos, pastilhas, pedras, drywall, madeira e pisos vinílicos em 2 mm de espessura em superfícies planas.

E não podemos esquecer do Rejunta Acrílico Pro, o rejuntamento que já vem pronto para uso e com uma novidade: a aplicação é feita utilizando a própria embalagem, basta cortar o bico e aplicar o produto em pisos e azulejos. O Rejunta Acrílico Pro é um produto com monocomponente impermeável para rejuntar porcelanatos, piscinas e cerâmicas finas. Para uso interno e externo, o produto possui um acabamento ultraliso e sua secagem é super rápida. Encontrado em embalagens de 3 kg. Os produtos ACIII Porcelanato, Overcoll, Argaglass, Rejunta Porcelanato, Rejunta Resinado Porcelanato ganharam uma nova roupagem. Todos esses produtos tiveram suas embalagens modificadas, facilitando para o consumidor na hora da compra. Agora as informações estão especificadas na parte frontal da embalagem, assim, o consumidor pode comprar exatamente o produto para a finalidade que procura, sem erros.

TOP OF MIND
Revenda Construção

VONDER

A consolidação de uma das marcas de ferramentas mais expressivas para uso profissional do mercado.

Ao completar 16 anos de presença no mercado, a VONDER passa por um momento de consolidação e reconhecimento de seu público e de seu mix de produtos, fundamentando seu posicionamento em três pilares que reforçam a estratégia de fortalecimento de sua marca e convergem com sua própria trajetória: qualidade e diversificação das linhas, com produtos em constante evolução, atendendo aos exigentes padrões de diferentes atividades profissionais e normatizações técnicas do setor; conhecimento e aprofundamento das necessidades do mercado, com a ampliação do portfólio dentro das especificidades de cada segmento; e crescente aproximação com clientes revendedores, lojistas e o consumidor final, com a participação nas principais feiras do setor e em mídia especializada, além de aparições e presença nas mídias de massa, como a transmissão do Campeonato Brasileiro de Futebol, assim como o crescente trabalho de comunicação e marketing de uma forma geral, reforçando suas frentes e divisas comerciais, diretamente ligadas aos revendedores lojistas, com enfoque no PDV.

Junto com a qualidade, inerente ao seu posicionamento de mercado, a VONDER tem uma preocupação constante em oferecer produtos que atendam às necessidades do público. Ao ampliar seu mix, todos os itens passam por um crivo técnico que acompanha todo processo de desenvolvimento, seja testando a resistência de cada produto, selecionando fornecedores e matérias-primas ou desenvolvendo rótulos e embalagens que possibilitem maior segurança, mais informações, apresentação adequada de cada produto e suas funcionalidades e estimulem a comercialização e a melhor escolha no ponto de venda, afinal, conta com mais de 12 mil itens em linha, voltados para diversas finalidades e nichos profissionais e alguns industriais.

Para este ano, a VONDER trabalhou e apresenta ao mercado lançamentos especiais, que reforçam seu compromisso com a amplitude de seu mix, oferecendo ainda mais novidades e complementos de linha que atestam, mais uma vez, sua característica de marca profissional de especialidade, incrementando itens já existentes e com novas e promissoras linhas, como Roçadeiras, Geradores, Motobombas e Motores à Gasolina, Pistolas para Pintura, Compressores, Termômetro Infravermelho e Medidores de Distância a Laser, que chegam ao mercado com a chancela e a credibilidade de uma marca que é sinônimo de crescimento e reconhecimento. Essas novidades somam-se às linhas clássicas e já líderes de vendas e que fizeram da VONDER uma marca reconhecida e constantemente premiada, como Ferramentas Manuais, de Corte, Elétricas, Máquinas para Solda, Cabos de Aço, Movimentação de Cargas, Ferragens, Ferramentas, Máquinas e Equipamen-

tos, entre muitas outras, já referências no Brasil em seu segmento e que levam o nome da VONDER para milhares de profissionais de norte a sul do país, considerando necessidades e públicos distintos, porém, que convergem na máxima da expectativa em relação à performance dos produtos e na exigência do padrão profissional, pré-requisitos inabaláveis para quem procura ferramentas profissionais.

Assim como a abrangência do mix e tendo a preocupação cada vez maior de estar sempre próxima ao público, a VONDER marca presença nas principais feiras ligadas à construção civil e indústria no Brasil, ampliando ano a ano suas áreas de exposição, resultando em maiores espaços para ações de relacionamento, apresentação de seu mix e geração de novos negócios com clientes, prospects e todo o mercado, pois trabalha para se manter em posição de destaque em cada evento.

Criando oportunidades para estreitar a relação com seus clientes e dando foco na divulgação dirigida também ao consumidor final, a marca abre espaço para aparições nas mídias de massa, participando pelo segundo ano consecutivo de um espaço de mídia em todas as arenas dos jogos da Séria A do Campeonato Brasileiro de Futebol, transmitido pela Rede Globo, pelo SporTV e Première. Também está presente em diversos telejornais e programas esportivos na TV brasileira e internacional na apresentação dos gols da rodada do Brasileirão, unindo a nossa paixão por ferramentas, pelo futebol e pelo Brasil neste importante momento do esporte no cenário nacional e mundial, além de marcar presença em ações de merchandising ou mesmo mídia espontânea, pela forte presença e representatividade de seu mix nos principais comércios do segmento de construção civil, mecânica, ferragista, de ferramentaria e tantos outros.

Essas são algumas das razões que fazem da VONDER a principal marca da OVD, um grupo atacadista com mais de 45 anos de tradição e experiência no mercado de ferragens e ferramentas, sustentado por uma infraestrutura logística capaz de atender de maneira ágil e eficiente entregas em todo o território nacional. A empresa conta com cinco sedes próprias, localizadas em Curitiba-PR, com 25.000m² de área construída, Novo Hamburgo-RS, com 11.000m² de área construída, Aparecida de Goiânia-GO, com 15.500m² de área construída, Jundiaí-SP, com 21.200m² de área construída, e o novo Centro de Distribuição de Feira de Santana-BA, inaugurado em 2013, com 16.300m² de área construída, que contribuem diretamente para uma cobertura de comercialização e logística com abrangência nacional.

A empresa tem como característica de gestão uma forte visão empreendedora, sempre voltada aos seus clientes, por isso, conserva suas origens com foco no relacionamento com seus parceiros e prospects. Para homenagear e reconhecer a forte parceria com o mercado, em 2014, a OVD promove uma edição especial de uma grande campanha de vendas, o Show de Prêmios OVD, com 26 semanas de sorteios e premiações, de 03 de fevereiro a 03 de agosto, com sorteios semanais pela Loteria Federal de mais de 5.226 prêmios, sendo: 19 pick-ups Saveiro, 07 pick-ups Amarok, 2.600 Lavadoras de Alta Pressão VONDER e 2.600 Aspiradores de Pó VONDER e ainda centenas de prêmios especiais para o Time Campeão dos clientes ganhadores, com uma política de mérito e incentivo aos parceiros que trabalham com foco na comercialização de seus produtos. Já nas primeiras semanas, a promoção demonstra seu alcance nacional, premiando clientes presentes nos 26 estados brasileiros, mais Distrito Federal, por isso comemoramos não só a entrega dos prêmios, mas também a nossa presença e alcance nacional da marca e da força de vendas da OVD em todo o país, principalmente, no interior, em pequenos e médios lojistas.

Por tudo isso, a OVD tem orgulho em afirmar que está construindo ao longo de sua trajetória uma marca cada vez mais forte e sólida, reconhecida em todo o Brasil por quem mais entende de ferramentas: quem vende e trabalha com elas.

TOP OF MIND
Revenda Construção

MAN LATIN AMERICA

Uma empresa sob medida.

A MAN Latin America, fabricante dos caminhões e ônibus Volkswagen e caminhões MAN, não é reconhecida somente pela liderança no mercado de caminhões no Brasil, mas também por entregar soluções para cada tipo de negócio. Em cada segmento, a montadora inova com produtos sob medida, que respondem por qualidade e robustez no dia a dia da operação.

Em sua fábrica, em Resende, está concentrado todo o desenvolvimento de seus veículos, com uma engenharia 100% brasileira. A partir de suas instalações no interior do Estado do Rio de Janeiro, a empresa conceitua todos os caminhões e ônibus Volkswagen que chegam a mais de 30 países pelo mundo. Com um time de cerca de 300 engenheiros, é dentro das instalações da fábrica que se define e desenvolve tecnologia e soluções que serão utilizadas nos veículos da marca. Por meio de ferramentas avançadas de engenharia, são criados os projetos de cada produto. O desenvolvimento contempla ainda inúmeros testes com equipamentos de ponta para assegurar a qualidade dos caminhões e ônibus.

A preferência pelos produtos Volkswagen é evidenciada no ranking de vendas brasileiro. Segundo o Renavam, a MAN Latin America é responsável por dois modelos entre os cinco mais vendidos até maio de 2014.

O VW Constellation 24.280, sucessor do consagrado VW Constellation 24.250, emplaca a primeira posição; já o

leve VW Delivery 8.160 garante o quarto lugar entre os mais comercializados. O campeão de vendas 24.280 ainda oferece opção de transmissão automatizada V-Tronic. Combinada ao exclusivo sistema de eixo automatizado Smart Ratio, tecnologia patenteada e totalmente desenvolvida pela Engenharia da MAN Latin America, torna possível aproveitar ao máximo as duas relações do eixo e multiplicar o potencial da caixa.

No segmento dos leves, ideais para o setor varejista, que prima pela rapidez nas entregas, a MAN Latin America possui uma ampla gama de produtos para este negócio, que cresce a cada ano. A linha Delivery contempla os modelos VW 5.150, VW 8.160, VW 9.160 e VW 10.160, com opção da versão Plus, todos com motorização Euro 5, atendendo às normas do Proconve-P7.

Linha de montagem

Modelos da MAN

Campeão de vendas

TOP OF MIND
Revenda Construção

WEBER

Empresa firma liderança de mercado com soluções inovadoras. Com tecnologia e inovação, a fabricante dos produtos quartzolit proporciona máxima qualidade na hora de construir e reformar.

Líder de mercado há mais de 75 anos, a Weber realiza constantes pesquisas ao redor do mundo para o desenvolvimento de soluções de alta tecnologia, que atendam aos desafios do mercado e contribuam para uma nova realidade construtiva: produtos mais limpos, rápidos, fáceis de aplicar e com desempenho cada vez melhor.

Entre os produtos que reforçam a liderança e inovação da empresa está a linha de argamassas brancas quartzolit, com a exclusiva Tecnologia Weber Sem Poeira em embalagens plásticas seladas, que trazem o máximo conforto ao consumidor na hora de reformar. As soluções contam com a mais alta tecnologia e qualidade, garantindo um trabalho de confiança.

Outra inovação é o Nivela Rápido quartzolit, autonivelante da linha weber.floor, indicado para a regularização do contrapiso na hora de assentar revestimentos diversos, como laminados, vinílicos, cerâmicas, carpetes e pedras.

Também a linha de impermeabilizantes quartzolit continua em destaque e é apresentada em novas embalagens para facilitar a escolha do consumidor no ponto de venda.

E, para garantir toda essa qualidade e confiança do consumidor, a Weber tem as fábricas mais modernas do país. Começou com apenas uma unidade de produção em São Paulo, na cidade de Jandira (Grande São Paulo), onde fica a matriz brasileira. Desde que foi adquirida pelo Grupo Saint-Gobain, em 1997, a Weber passou por um intenso processo de modernização e investimentos em novas unidades produtivas, de mineração, distribuição e novos produtos com a expertise de sua marca. No mundo, atua em 49 países e possui mais de 10.000 colaboradores. Sua rápida expansão, ao ritmo mais de uma fábrica por ano, nesses 16 anos, visa fortalecer ainda mais sua liderança e ficar mais perto do consumidor final, com melhor atendimento e disponibilidade de produtos.

A Weber também investe continuamente na divulgação da marca, além de promover treinamentos e palestras. A Academia Weber é uma área disponibilizada para capacitação e atualização dos profissionais da construção civil sobre os produtos quartzolit. A empresa também oferece cursos para as equipes das revendas por meio de vídeo aula, e-Learning e mobile learning.

Sobre as redes sociais, a Weber acabou de lançar seu perfil no Instagram e possui um canal no Youtube, com mais de 30 vídeos com o passo a passo de aplicação de produtos e 1,6 milhão de visualizações. Além disso, a empresa divulga na sua fan page no Facebook dicas e informações do cotidiano, de maneira a estreitar o relacionamento com os mais de 108 mil fãs, e o conteúdo é replicado no Twitter para 13 mil seguidores.

A empresa oferece ainda assistência técnica para todo o país, com profissionais especializados que orientam sobre produtos, aplicações e melhores soluções para cada necessidade. Por meio do atendimento ao cliente, o 0800, é possível esclarecer quaisquer dúvidas.

Outra ferramenta oferecida aos clientes é o Guia Weber, distribuído gratuitamente nas lojas de materiais de construção de todo o país e disponível também em versão digital para tablets e celulares. Trata-se de um guia com informações de aplicação dos produtos quartzolit, além de dicas de construção.

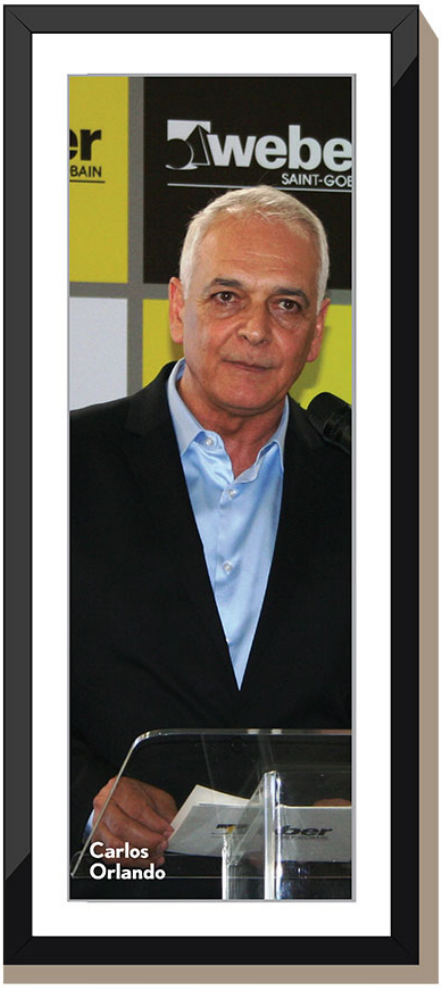
Desenvolvimento de websites para pequenas e médias revendas, sem custo, é outra iniciativa da Weber para atingir mais consumidores, além de estreitar o relacionamento com os clientes e potencializar a comunicação digital. Por meio dessas ações a Weber está cada vez mais próxima de seus clientes, ofertando, além de soluções com alta tecnologia, eficiência e produtividade, serviços diferenciados que contribuem para o dia a dia de profissionais e clientes.

BEM-VINDOS À
17ª unidade weber
Planaltina de Goiás
weber
produtos quartzolit

Inauguração de Planaltina-GO

Unidade fabril de Planaltina-GO

Máquina em operação


Carlos Orlando

Vista externa da unidade de Planaltina

*Por Newton Guimarães

sua loja tem interesse na internet?

Se você respondeu sim, continue lendo este artigo.

O Grupo Revenda, com patrocínios e participações da Leroy Merlin e Amanco, marcas interessadas em entender o mercado e colaborar com o desenvolvimento do varejo e do segmento como um todo, implantou uma Plataforma de Inteligência de Mercado – Materiais de Construção – visando entender melhor o que querem os consumidores, para compra das principais categorias (dos principais produtos) e marcas oferecidas, tanto nas gôndolas, como nos balcões. O objetivo é um só: como vender mais e melhor os materiais de construção para os seus clientes. A cada três meses, a Revista Revenda Construção publicará uma matéria de gestão, tendo como base um estudo sobre um assunto específico. E, para inaugurar a nova seção da revista, vamos falar sobre Internet. Como está a sua loja nesta questão? O estudo "Tendências do ambiente digital para consumidores que estão reformando e construindo" nos dá algumas pistas para se pensar melhor a respeito. Sabemos que o *e-commerce* não é ainda significativo para venda de materiais de construção, nem mesmo para as grandes lojas, mas já aparece como forte referência para consultas das classes A e B, ou seja, com renda bruta familiar acima de R$ 2.654,00. Dos 720 consumidores que haviam reformado e construído no último ano, em quatro regiões do Brasil, 78% disseram que consultaram sites de indústrias e lojas de materiais de construção para obter informações de produtos. Isso é bastante; e aí já fazemos a terceira pergunta: sua loja possui um site atualizado com produtos, ofertas de preços e serviços diferenciados, como, por exemplo, frete grátis?

Perguntamos isso porque, tirando preço, o que os clientes mais querem ver nesses sites é descrições claras de produtos e informações referentes à entrega. E um bom momento para divulgar o site ou mesmo uma página no Facebook é quando os clientes vão até a loja fazer compras. O estudo identificou que dos clientes que usaram a internet durante a obra, 55% só compraram materiais de construção nas lojas e não compraram nada na Internet. Mas vale prestar atenção na informação de que 38% também fizeram algumas compras na Internet. Ou seja, os consumidores preferem comprar nas revendas, com ou sem complementação dos *e-commerces*. A quarta pergunta que fazemos, então, é: quando o consumidor está fazendo compras na loja, não valeria a pena identificar se ele está construindo, reformando ou realizando reparos e, com isso, fazer um cadastro, incluindo endereço de e-mail para envio de ofertas e promoções? Não estamos falando de montar um *e-commerce*, mas de utilizar a Internet para se aproximar dos clientes e motivá-los a ir para a loja durante a obra ou para compra recorrente de produtos para manutenção do lar. E não se iludam se sua loja tem um forte apelo para vendas de materiais básicos. Os consumidores sinalizaram que a Internet é importante para consulta e compra desses materiais também, desde que demonstrados adequadamente no site e de marcas reconhecidas no mercado. Vemos, novamente, questões ligadas à descrição adequada de produtos na Internet e, de maneira contundente, a importância de oferecer produtos cujas marcas sejam reconhecidas pela qualidade e que garantam credibilidade para a loja. E, então, por fim, fazemos a quinta e última pergunta: sua loja oferece produtos de qualidade reconhecida para o cliente, que avalizam suas divulgações no ambiente virtual?

Respondidas estas perguntas, cremos que a loja estará pronta para dar mais um salto na direção dos clientes e profissionalização do próprio negócio, utilizando os meios digitais para fortalecer relacionamentos e, obviamente, aumentar as vendas.

No próximo artigo, na edição de outubro, abordaremos um novo tema relevante para o varejo como resultado do estudo "Loja Física Ideal: expectativas para produtos e serviços para mulheres que estão construindo ou reformando".

Newton Guimarães é gestor da Plataforma de Inteligência de Mercado do Grupo Revenda

a inteligência reunida

Evento realizado no Secovi, em São Paulo, reuniu executivos dos departamentos de Inteligência de Mercado das empresas Amanco e Leroy Merlin, patrocinadoras fundadoras da Plataforma de Inteligência de Mercado do Grupo Revenda, e convidados para uma primeira discussão e troca de informações. Foram apresentados os primeiros resultados das pesquisas qualitativa e quantitativa especialmente realizadas para o tema "Tendências do ambiente digital para consumidores que estão reformando e construindo". Os resultados trouxeram entendimentos importantes para o mercado. Os dados mais impactantes foram que os brasileiros estão acessando cada vez mais os sites das lojas de materiais de construção e dos fabricantes em busca de informações. Os brasileiros ainda não têm o hábito de fazer a compra pela Internet, mas, cada vez mais, procuram informações e efetivam a compra na loja física. Um hábito que está mudando, como mostram os depoimentos dos envolvidos na ação: 78% dos consumidores das classes A e B, segundo o **Critério Brasil,** usaram a Internet como meio de consulta de informações muito mais do que para efetivação de compras, ou seja, podemos deduzir que a Internet já se tornou uma realidade para o segmento como referência, mas não ainda para transações comerciais.

O Critério de Classificação Econômica Brasil 2014 continua baseado em posse de bens e acesso a serviços, atrelando a cada item uma quantidade de pontos, mas, agora, a base para o estudo é a Pesquisa de Orçamentos Familiares

AMANCO

"Patrocinar a primeira plataforma de Inteligência de Mercado voltada para a construção civil é uma forma de a Mexichem Brasil contribuir com o desenvolvimento do setor, já que, por meio de estudos, é possível compreender mais profundamente o cenário, públicos e comportamentos. As pesquisas abrem, ainda, uma perspectiva estratégica para as empresas de um setor que conta com muitos players, o que torna difícil o mapeamento.

A Internet, por sua vez, é mais um canal de comunicação da Amanco com os recomendadores de seus produtos e clientes. Sem dúvida, o ponto de venda ainda tem extrema relevância nesse sentido, mas a abrangência da Internet e o crescimento contínuo no uso de dispositivos móveis fazem com que a Amanco tenha como objetivo ampliar sua oferta de informação, principalmente em vídeos técnicos e explicativos, considerando que essa é a maior demanda de seus públicos, e apoiar iniciativas que utilizem a rede.

O consumidor brasileiro é influenciado em suas compras pela Internet e cada vez mais utiliza essa ferramenta. Portanto, é fundamental que as empresas compreendam o que ele necessita e estabeleçam

um canal de comunicação eficiente". João Watabe – Coordenador de Inteligência de Mercado da Mexichem Brasil, detentora da marca Amanco.

LEROY MERLIN

"Hoje, quando a gente fala de ambiente social, o ambiente digital, para a Leroy Merlin, faz parte da estratégia da empresa. Devemos focar em abrir lojas, em colocar produtos para vender para o cliente, mas, quando olhamos para a empresa, vemos que a grande estratégia é em cima do ambiente digital. Fazemos ações nas redes sociais com os clientes e até mesmo que tratam com o ambiente de críticas, que é enorme. Ganhamos, pelo terceiro ano consecutivo, o prêmio do Reclame Aqui por atendimento ao cliente, dado através de uma votação dos próprios usuários. Isso nos deixa muito satisfeitos, pois o cliente, quando reclama, está num clima de estresse muito elevado e nós conseguimos bons índices de aceitabilidade. O resultado que vemos pelo site é um indicador muito bom para o trabalho que estamos fazendo. O nosso ambiente digital foi totalmente reformulado pela nossa equipe e é inteiramente desenvolvido no Brasil. O mais interessante é que o site da Leroy Merlin é que ele não é apenas adaptado ao Brasil, mas é totalmente feito internamente, não terceirizamos nada, é 100% in house. O que dá muito poder de adaptar, de fato, às necessidades do cliente. Hoje, nós temos uma plataforma de conteúdo enorme, com vídeos, cursos, tutoriais enormes e isso é um diferencial do mercado, pois estamos totalmente focados no consumidor, que quer ver exatamente como fazer, como instalar. Estamos nos preparando para lançar o *e-commerce* e este tipo de pesquisa apresentada nos dá uma boa diretriz. Já temos mais de 60.000 itens em nosso site, mas, lançar, qualquer empresa lança, o que diferencia dos demais é lançar um *e-commerce* bem feito e focado na necessidade dos clientes: quais produtos eles têm realmente necessidade de comprar; qual a forma de expor o produto; qual a melhor forma de informar. Hoje, em nosso site, não temos nenhum produto sem foto em alta definição. Todas as lâmpadas vendidas, por exemplo, seguem uma padronização, visando orientar o consumidor. Este é um trabalho enorme que estamos fazendo para, quando tiver o *e-commerce*, o cliente não terá dúvidas do que está comprando, entrando em um ambiente onde ele se sinta seguro e confortável. Por uma foto e não abrir é simples, mas a questão é: será que ele vai ficar satisfeito?

Se o *e-commerce* não for tão bom quanto o que apresentamos hoje, o cliente ficará frustrado, por isso, amadurecemos bastante a ideia". Paulo Santos Felippe José, Gerente de Estudos de Mercado, Área de Pesquisa e Inteligência de Mercado da Leroy Merlin.

FERRAZ

"Este primeiro estudo que avaliamos, pensando no foco de material de construção começa a ter uma tendência no ambiente digital para esta compra. Aquelas barreiras que existiam antigamente do ambiente digital, do medo de comprar, segurança, será que vai chegar?, já passou. Falando de todas as categorias, começamos a ver que também o ambiente de material de construção está se fortalecendo no comércio digital. A pesquisa neste ambiente é quase 100%. Notamos que muita gente faz pesquisa no ambiente digital, só que, para converter isso em compra, ainda está engatinhando. Vamos chegar lá, mas a grande pergunta que se faz é: quando? Com qual velocidade?

Dectatamos pelo estudo que estamos dando os primeiros passos para a compra no ambiente digitilizado. Ainda existem algumas barreiras que exigem experiências sensoriais.

São aqueles que precisam olhar a textura, a cor, a dimensão do produto, a instalação, certeza de que vai caber no lugar. Mas aqueles produtos mais básicos, que não exigem diferenciação e características distintas, você vai muito mais pela marca ou indicação, como areia ou cimento, que você consegue ver uma conversão para a compra no ambiente digital. O que conseguimos distinguir na pesquisa qualitativa é que as pessoas estão indo para o ambiente digital.

Para efeito de ilustração, eu diria que, nos Estados Unidos, um país onde o ambiente digital é muito maior que o nosso, está, praticamente, correndo; e nós estamos engatinhando. Lá, para eles, é um hábito muito comum,

principalmente pela possibilidade de troca, o que aqui ainda é uma barreira. Lá, eles não questionam a troca e também levam uma grande vantagem em relação à logística". Angelita Ferraz, Ferraz Pesquisa de Mercado.

VISÃO DO ECONOMISTA

Segundo Jason Vieira, economista presente ao evento que acompanha o desenvolvimento da Plataforma, "o Brasil passa por um boom em termos digitais, porém, ao mesmo tempo, este cenário passa um desgaste, em partes, natural, e, em partes, devido ao panorama macroeconômico.

O país passou por 3 momentos distintos em termos do ambiente.

Primeiramente, foi o boom de 1999, que se aproveitou daquilo que ocorria nos EUA e da bolha da Internet. Daí nasceram empresas como arremate.com, buscapé e diversas outras empresas que não sobreviveram à enxurrada de investimentos que veio como uma maré: entrou e saiu rapidamente.

Passado este pioneirismo, os sobreviventes se reforçaram, os investimentos se tornaram mais conservadores e o foco acabou por se tornar mais informacional dos sites de Internet do que interativos (como *e-commerce* e web 2.0). Estamos inseridos exatamente no terceiro momento, que se funde entre o crescimento e amadurecimento do *e-commerce*, florescimento das redes sociais e o advento das plataformas móveis. O *e-commerce*, mesmo que aquém daquele observado internacionalmente, começa a dar sinais de forte penetração no Brasil, principalmente, em setores menos tradicionais do que eletrônicos. Varejo, materiais de construção, autopeças, materiais de escritório estão entre os beneficiários deste novo momento.

Nas plataformas móveis, o cenário se volta aos aplicativos, divididos entre réplicas moduladas dos sites de Internet, apps específicos, como para táxis, pesquisas de mercado, redes sociais, mapas, funcionalidades específicas dos aparelhos etc. Estas plataformas passaram por um forte crescimento entre 2011 e 2013, com diversas start-ups sendo alvo de investimentos maciços.

Mesmo com um crescimento considerável nos últimos 3 anos, todo o panorama foi atingido pelo momento econômico difícil pelo qual passa o país. Investimentos foram reduzidos, diversos apps passaram por desgaste de uso e o *e-commerce* sofreu o mesmo efeito observado em média no varejo. Com isso, notamos que o futuro do setor, e mesmo sua expansão, depende no curto e médio prazos muito mais de uma melhora no cenário macroeconômico do que de novos adventos que possam impulsionar novos negócios.

Como as projeções médias para a economia mostram 2015 e 2016 ainda muito difíceis, parte dos investimentos para o ambiente digital não deve observar grandes mudanças, ou mesmo novidades". Jason Vieira, Moneyou.

QUALIBEST

"Eu imagino que, há uns 20 anos, os Estados Unidos tiveram muitos obstáculos para aceitar o comércio digital, apesar de ser um povo mais informado sobre este ambiente de tecnologia em relação ao Brasil. Então, nós ainda vamos levar algum tempo para atingir os números dos Estados Unidos, apesar da velocidade da informação e da nova geração, mais acostumada com este ambiente. Temos uma grande quantidade da população brasileira que não é internauta. Sabemos que os jovens de 20 a 29 anos daqui a pouquinho vão comprar do prego à roupa pela Internet. Mas ainda tenho uma grande massa que ainda não está conectada e vai demorar um pouco mais. Eu fiquei bastante impressionada com a primeira pesquisa que fizemos para tentar entender o que acontece no ambiente digital do mercado de material de construção. E já temos bastante gente que está fazendo muita consulta, não só para saber o preço, mas também à procura de mais informações técnicas e ilustrativas dos produtos. O maior problema são os obstáculos que os sites ainda não superaram, como o frete mais competitivo, facilidade de navegação, chat para conversar e tirar as dúvidas, todas muito importantes. Uma vez que isso aconteça, não há o que impeça o crescimento do comércio on-line". Vasiliki Calliyeris, Diretora Técnica da Qualibest.

PARCERIA **NA COBERTURA**

Em parceria com a Abitelha (Associação Brasileira da Indústria de Telhas de PVC), a Braskem participou da TeCobI Expo 2014, evento que exibe as principais novidades sobre telhados, coberturas, lajes e impermeabilização, realizada no final de maio Apresentaram os benefícios e crescimento das telhas de PVC, que têm um enorme potencial de mercado no país. Com expectativa de atingir 15% do mercado nacional em 10 anos, a cobertura oferece diversas vantagens, como maior praticidade e durabilidade, economia e variedade, além de ser sustentável e inovadora. O produto é ainda até 25% mais barato se comparado às telhas convencionais, dispensa a utilização de caibros e ripas para sua sustentação e oferece mais segurança, por ser resistente a chamas, por exemplo. Primeira fabricante do item no país, com início da comercialização em 2011, a mineira Precon também participou no evento. O produto disponível hoje no Brasil foi desenvolvido com tecnologia chinesa em parceria com a Braskem, fornecedora do PVC, que também foi parceira da empresa para adaptar a tecnologia ao país.

ÁGUA **QUENTINHA**

A Amanco está lançando quatro soluções para a condução de água quente: Amanco Flextemp, Amanco Pex, Amanco Ultratemp CPVC e Amanco PPR. Os produtos atendem às mais diversas necessidades e primam pela inovação e pela segurança que promovem aos projetos. "O Amanco Flextemp é fruto da sinergia com a Wavin, líder europeia em tubos e conexões adquirida pelo Griupo Mexichem em 2012, agregando ainda mais tecnologia aos produtos da marca", afirma Hilton Saporski, diretor comercial da Mexichem Brasil.

TECNOLOGIA **NO CAMPO**

Os visitantes da Expozebu Dinâmica conheceram as tecnologias desenvolvidas pela Acqualimp para melhorar a qualidade da água utilizada pelos produtores rurais . A companhia instalou seis banheiros públicos para demonstração em tempo real dos biodigestores. Esse tipo de reservatório é uma alternativa às fossas sépticas convencionais, pois permitem a eliminação sem cheiro do lodo. Além disso, os biodigestores permitem que banheiros convencionais sejam instalados em áreas não atendidas por sistema de esgoto sem que o meio ambiente seja prejudicado. "Há uma grande necessidade e mesmo uma cobrança dos órgãos de saúde e meio ambiente para melhorar o armazenamento e tratamento dos esgotos, tanto da parte produtiva quanto das residências localizadas em propriedades rurais", observa o diretor de Varejo da Acqualimp, Vinicius Ramos.

FLC SAI NA FRENTE E INAUGURA FÁBRICA DE LED

Guiomar, Alcione Albanesi e a cantora Cláudia Leite

A brasileira FLC foi a primeira marca a introduzir as lâmpadas eletrônicas compactas fluorescentes no Brasil e a testar suas lâmpadas, voluntariamente, tornando-se a pioneira na conquista dos selos UC Inmetro. Agora, em 2014, a FLC dá mais um passo importante e lança a primeira fábrica de LED no Brasil. Com o objetivo de investir no país no setor de iluminação, e no aprimoramento da tecnologia LED, a fábrica gerará centenas de novos empregos e favorecerá a criação de produtos com menor consumo de energia elétrica, mais eficiência luminosa e design, além da melhoria contínua da qualidade, não só dos materiais, mas também dos processos produtivos. A produção foi iniciada em março em pequena escala, com a fabricação das lâmpadas A60 Super LED, que substituem as incandescentes tradicionais. Além da nova fábrica, a marca ainda lança seu Centro de Desenvolvimento e Inovação LED. Salas especializadas de treinamento, showroom e laboratório de pesquisa e desenvolvimento, proporcionam um espaço interativo de experiências e encontros sobre o LED. No complexo, profissionais, clientes e consumidores poderão ampliar seus conhecimentos sobre o LED, desde características elétricas básicas até detalhados dados fotométricos da luz. Para garantir a qualificação de seus produtos, a FLC possui um rigoroso controle de qualidade por meio de engenheiros e equipe técnica especializados, que acompanham todas as fases da produção. Cada etapa é inspecionada detalhadamente e, depois de finalizados, os produtos são encaminhados para minuciosos testes em laboratório, que garantem a máxima segurança e eficiência ao consumidor final. "Estamos investindo no nosso país através da primeira fábrica de LED do Brasil e desenvolvendo soluções inovadoras em LED" diz Alcione de Albanesi, Presidente da FLC.

OUSADA AOS **66 ANOS**

Três indústrias distintas, diferentes setores atendidos, mas uma mesma maneira de pensar e atingir seus objetivos em mercados altamente competitivos. Trabalhando dessa forma, as Empresas Artecola completam 66 anos com uma meta de crescimento ousada. Suas três indústrias esperam faturar juntas cerca de R$ 1,2 bilhão em Receita Líquida, contra os R$ 644 milhões registrados no ano passado.

A projeção de se manter crescendo é baseada no planejamento que une a Artecola Química, a MVC Soluções em Plásticos e a Arteflex.

"Somos uma empresa que olha para frente, que inova e sempre busca um diferencial, mas baseada em valores que fazem parte da nossa história. Aos completarmos 66 anos, celebramos a herança que trazemos em tudo aquilo que fazemos e projetamos novas realizações com base na inovação, na internacionalização e na sustentabilidade", destaca o Presidente Executivo das Empresas Artecola, Eduardo Kunst.

OPÇÕES DE **TEXTURA**

A Argalit disponibiliza a Linha Texturalit em três acabamentos: rústico, média e lisa, e nas embalagens saco de 15 quilos e lata de 28 quilos, na cor branca. Ideais para áreas externas e internas, as texturas possuem característica hidrorrepelente (resistente à ação da chuva) e podem ser aplicadas diretamente sobre o reboco e outras superfícies, observando-se o sistema de pintura adequado. Outra vantagem é a capacidade de disfarçar as imperfeições das paredes. É possível aplicá-las também sobre metais, madeira e alvenaria usando um sistema de pintura adequado para cada tipo de superfície.

QUASE **HUMANO**

Com cabeças, mandíbulas e corpo feitos em aço especial, o Crimpador Hidráulico da Tramontina PRO chega ao mercado para auxiliar na compressão de terminais e luvas tubulares em alumínio e cobre de 10 a 300mm². Para oferecer maior conforto e praticidade ao usuário, o equipamento traz matrizes intercambiáveis para ajuste de acordo com o tamanho do terminal e do cabo a ser crimpado, além de sistema hidráulico que diminui o esforço do operador. O produto ainda apresenta botão lateral para alívio de pressão e retorno do óleo. A ferramenta é desenvolvida com empunhadura emborrachada e os cabos recebem pintura eletrostática.

APOSTANDO NO VAREJO

A Ibratin fechou primeiro trimestre de 2014, no mercado de engenharia, com crescimento de 8% em relação ao mesmo período do ano passado e planeja crescer até o final de 2014 cerca de 15%. A empresa comemora o número diante do cenário atual do mercado de construção civil no Brasil, em que as vendas de material de construção cresceram 8% em março. A expectativa da empresa é alcançar 5% do mercado de varejo brasileiro e incrementar o faturamento da empresa em 30%. Para isso, aposta em levar para o varejo sua experiência de 36 anos atendendo o competitivo mercado de construção civil. Entre seus clientes estão as principais construtoras do Brasil, como MRV Engenharia, Rossi, WTorre, Gafisa, Odebrecht, Tenda, entre outras.

TODOS OS SENTIDOS

A Biomassa do Brasil, seguindo seu foco em inovações, lança para o mercado o sistema de aplicação prática de rejuntamento. O Rejunta Já! Acrílico atende à demanda dos clientes que podem ver, sentir e aplicar facilmente o rejuntamento e suas residências. Em embalagem tipo bisnaga de 1,0kg, tem o rendimento ideal para uso doméstico. Vem em 06 cores: Branco, Cinza, Palha, Platina, Castanho e Grafite. Ideal também para as revendas, a exposição do produto é auto explicativa, atrativa e garante uma boa rentabilidade sem ocupar espaço de estoque.

BATENDO **BOLA**

O Grupo Astra foi uma das empresas convidadas a participar do Projeto Copa do Mundo, promovido pela Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (Apex-Brasil), que trouxe mais de dois mil empresários e investidores estrangeiros para estreitar relacionamento com empresas brasileiras e acompanhar os jogos do Mundial. Durante dois jogos (das quartas de final, no Rio de Janeiro e da semifinal, em São Paulo) a Astra acompanhou um grupo de empresários latinos em um encontro que visa a promoção comercial, a captação de investimentos e estimular a exportação de seus produtos. "Já lideramos o mercado interno em diversos segmentos, e a Copa do Mundo da FIFA 2014™ foi uma ótima oportunidade de nos aproximarmos do empresariado estrangeiro. A parceria com a Apex-Brasil nos permite atrair parceiros em potencial de diversos setores do mundo inteiro, além do mercado externo poder conhecer melhor a qualidade dos produtos fabricados no Brasil", ressalta Joaquim Coelho, diretor comercial do Grupo Astra.

PENSANDO NO **LED**

A Lâmpadas Golden criou a área de Trade Marketing e aposta no aumento de sua presença nos canais de venda e em campanhas para estimular o crescimento de consumo do LED no varejo.
Entre as principais ações que começam a rodar pelo varejo alimentar, home centers e lojas de material de construção de todo o Brasil destacam-se campanhas de incentivo com presença de promotor, canal aberto de informação, treinamentos constantes para atualização de informações e positivação do PDV com materiais adequados. Este conjunto de ações com foco comercial faz parte de um esforço institucional para aumentar a visibilidade da marca Golden no segmento de LED e aumentar o giro de seus produtos. Atualmente lojas de materiais elétricos e de construção são responsáveis por 65% das vendas.

NOVAS VERSÕES DE **ESMERILHADEIRAS**

A Skil lança duas novas Esmerilhadeiras no mercado da America Latina. Os modelos 9781 e 9981 representam as versões 7" e 9" da categoria. Mais leves, duráveis e com alto desempenho, as ferramentas aliam conforto, resistência e alta performance, garantindo maior produtividade para as serralherias, oficinas de manutenção e pequenas e médias construtoras. As novas esmerilhadeiras são 100% rolamentadas, possuem interruptores e rolamentos vedados contra pó, escovas de carvão mais duráveis e com fácil sistema para troca, além de carcaça em metal permitindo que o calor seja melhor dissipado. "Esse conjunto de componentes prolonga a vida útil das ferramentas e potencializa a sua performance entregando o dobro em horas de uso que o principal concorrente da mesma categoria", explica Alexandre Bomk, chefe de marketing da Skil para a América Latina.

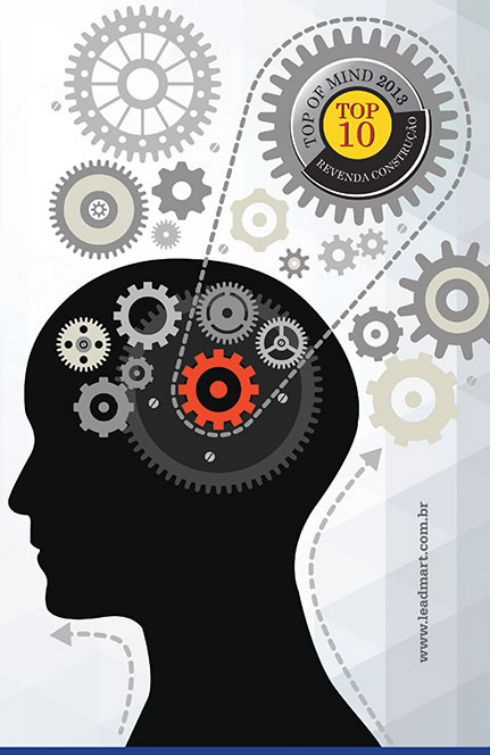
INVADINDO A **CHINA**

Visando incrementar sua área de exportações, que atualmente responde por 9% da receita da empresa, a Portobello abriu um escritório na China. Com uma equipe de 4 pessoas, a Portobello Ásia obteve, em fevereiro, um certificado que permite que a empresa exporte seus produtos diretamente para o País. Em abril, a Portobello participou também, pela primeira vez, da China International Ceramic and Bathroom Fair (Cerambath Foshan), principal feira do setor na Ásia. Segundo o presidente da Portobello, Cesar Gomes Junior, "nosso contínuo investimento em inovação e design diferenciado reabriu as portas do mercado externo para a Portobello. Nesse sentido, o mercado asiático e em especial o chinês é estratégico, pois é o maior em volume do mundo e o que mais cresce."

CONFIBRA
A Força da Qualidade

Portas Sanfonadas de PVC

Telhas de Fibrocimento



TOP OF MIND
Revenda Construção

A Confibra está entre as 10 marcas mais conceituadas nos segmentos de Portas Sanfonadas de PVC e Telhas de Fibrocimento pelo ranking TOP 10, promovido pela Revista Revenda Construção. Realizada entre dezembro de 2013 e maio de 2014, a pesquisa contempla a opinião de 3.368 lojistas.

Rua da Confibra, 400 - Jd. Campos Verdes
Tel.: 19 3809 6000 - Hortolândia - SP
faleconosco@confibra.com.br

www.confibra.com.br

PARIS **INSPIRADOR**

Para a edição de 2014 da Casa Cor São Paulo, que acontece de 27 de maio a 20 de julho, no Jockey Club, a Papaiz criou um painel inspirado na Pont des Arts, tradicional ponte francesa conhecida por abrigar milhares de cadeados de casais apaixonados sobre o rio Sena. Durante os finais de semana, os visitantes da principal mostra de arquitetura e decoração das Américas poderão colocar no painel gradeado um cadeado e, assim, fazer seus respectivos pedidos. De acordo com a tradição parisiense, quem coloca um cadeado na ponte e joga a chave no famoso rio terá seu desejo atendido.
Como parte da ação, serão distribuídos por volta de 400 cadeados da Linha Fashion da Papaiz para serem presos no painel localizado no espaço Boulevard, com o auxílio de uma promotora que estará no local. "Os cadeados da Linha Fashion trazem os conceitos de estilo, design e moda, que são encontrados em todos os espaços da Casa Cor. Nossos produtos e ações refletem a busca pelo novo e o aprimoramento para oferecer qualidade constante", explica Sandra Papaiz, superintendente do Grupo Papaiz. O painel inspirado na Pont des Arts esteve entre os destaques da Casa Cor Bolívia 2014, de 9 de abril a 10 de maio.

ARGAMASSA **MULTIUSO**

A ParexGroup lançou a Lanko 111, uma argamassa de cor cinza do tipo "Base Coat", indicada para regularização, nivelamento e revestimento de paredes, fachadas e tetos, de áreas secas ou úmidas em ambientes internos e externos. O produto possui alta aderência, flexibilidade e fino acabamento. É aplicado com espessura entre 0,5 a 10 milímetros como "Base Coat" no sistema "Steel Frame" (perfis leves de aço galvanizado e placas de fibrocimento), no sistema EIFs (sistemas de isolamento e acabamento exterior) e no processo de recuperação de revestimento de fachadas, onde, após a retirada do revestimento antigo, se faz necessário o emprego da argamassa para regularização superficial para posterior acabamento.

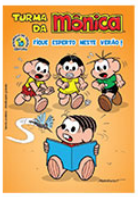
PEQUENOS REPAROS, **VÁRIAS MEDIDAS**

A Viapol desenvolveu a Viaflex Fita Pequenos Reparos. O produto que já era comercializado em várias medidas (5, 10, 15, 20, 30, 45 e 90 cm de largura, em rolos de 10 metros), agora está disponível nas medidas de 10 e 15cm, em rolos de apenas um metro. O objetivo foi oferecer um produto de alta eficiência para pequenos reparos, de modo mais prático e sem desperdício. A nova medida da fita autoadesiva facilita a aplicação em áreas de menor dimensão e pequenos consertos, possibilitando ao consumidor comprar a quantidade adequada para solucionar goteiras, infiltrações e vazamentos causados por avarias no telhado, por exemplo. O produto pode ser aplicado em telhas cerâmicas, metálicas, de fibrocimento e concreto; e ainda como proteção de tubulação de PVC exposta ao tempo; em dutos de ventilação e ar condicionado; cantoneiras; rufos e calhas; fechamentos das sobreposições em subcoberturas etc.

TABELINHA **NA COPA**

O Grupo Astra é uma das empresas convidadas a participar do Projeto Copa do Mundo, promovido pela Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (Apex-Brasil), que trará mais de dois mil empresários e investidores estrangeiros para estreitar relacionamento com empresas brasileiras e acompanhar os jogos do Mundial. Durante dois jogos (das quartas de final, no Rio de Janeiro e da semifinal, em São Paulo) a Astra acompanhará um grupo de empresários latinos em um encontro que visa a promoção comercial, a captação de investimentos e estimular a exportação de seus produtos.
"Já lideramos o mercado interno em diversos segmentos, e a Copa do Mundo da FIFA 2014 é uma ótima oportunidade de nos aproximarmos do empresariado estrangeiro. A parceria com a Apex-Brasil nos permite atrair parceiros em potencial de diversos setores do mundo inteiro, além do mercado externo poder conhecer melhor a qualidade dos produtos fabricados no Brasil", ressalta Joaquim Coelho, diretor comercial do Grupo Astra.

MÔNICA E A DENGUE



A"Fique esperto nesse verão!" é o tema da 8ª campanha realizada pela Vedacit com a Turma da Mônica. A estação já mudou, mas os processos preventivos são os mesmos por todo o ano. Nesta edição, os carismáticos personagens Mônica, Magali, Cascão e Cebolinha se unem para alertar sobre o transmissor, a doença e o tratamento da dengue. Sempre em uma linguagem simples, acessível e acompanhada de ilustrações. Alexandre Baumgart, diretor técnico e comercial da Vedacit, explica que a campanha é de utilidade pública e contribui para a conscientização de um problema que afeta cada vez mais a população brasileira. "Os nossos impermeabilizantes ajudam a manter a água no lugar certo e, por meio do folheto, reforçamos a importância disso para evitar a proliferação do mosquito, além de dar outras dicas para sua prevenção", ressalta o executivo. De uma forma lúdica e bem-humorada, a campanha faz sucesso desde 2005 e a oitava edição do folheto, de quatro páginas, está totalmente reeditada pelo time do Mauricio de Sousa, com novo layout e informações atualizadas.

TINTA ESPECIAL

A CASA COR e a PPG Tintas Renner trazem ao mercado uma linha de tintas nas versões acrílico fosco, acrílico acetinado e esmalte à base da água, categoria Super Premium. Desenvolvida para oferecer acabamento de alto nível, a novidade conta com a grife da principal Mostra de arquitetura, decoração e paisagismo das Américas. O Esmalte Super Premium apresenta baixo odor, o que permite a ocupação do ambiente no mesmo dia. Por ser à base de água, possui fácil aplicação, oferecendo grande facilidade de limpeza. Já a tinta CASA COR Acrílico Super Premium, acetinado e fosco, reduz até 99,9% as bactérias e é hiperlavável.

LINHA **COMPLETA**

A Fortlev oferece uma ampla linha de produtos que atendem às especificações da Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT) para proteção mecânica das fiações nas instalações elétricas de baixa tensão.São eletrodutos flexíveis para aplicação embutida em paredes e lajes, além de caixas de luz para fixação de dispositivos elétricos nos pontos de consumo de luz e energia e ainda luvas para conectar eletrodutos. Toda a linha é produzida em PVC, uma matéria-prima muito empregada em revestimentos de cabos flexíveis e outros componentes elétricos por não propagar o fogo.

FAZ **TUDO**

Lançamento da Famastil Taurus Ferramentas, os Kits Bits de 20 e 32 peças integram a Taurus Premium, linha conceito da marca. Os itens são indicados para chaves de fenda com catraca e parafusadeiras, auxiliando no trabalho de apertar e soltar parafusos. Composto de aço cromo vanádio, os bits ficam armazenados e organizados em uma caixa plástica e estão disponíveis em diversas medidas e modelos, sendo perfeitos para uso doméstico e profissional.

PORTFÓLIO **ATUALIZADO**

A BR Plásticos anuncia o lançamento de quatro novos itens em seu portfólio, aumentando ainda mais as opções no seu mix de produtos. As novidades são o Tê Soldável 60mm, Curva 90° Curta Soldável 50mm, Tê Redução Esgoto 75x50mm e a Junção Redução Esgoto 75x50mm. Como todos os produtos da BR Plásticos, os itens foram desenvolvidos dentro das normas vigentes no Programa Brasileiro de Qualidade e Produtividade da Habitat (PBQP-H).

CONTRA **O FOGO**

A Amanco complementa seu mix de produtos para o setor hidráulico apresentando a linha Amanco Ultratemp Fire, solução para sistemas de proteção e combate a incêndios por chuveiros automáticos (sprinklers). A linha é composta de tubos e conexões em e é indicada para redes de tubulações permanentes em locais como hospitais, livrarias, museus, casas de repouso, escritórios, hotéis, residências, igrejas, clubes, escolas, teatros, auditórios, sótãos, entre outros. A junta é feita com adesivo plástico, dispensando ferramentas e mão de obra especializada. Os produtos atendem à norma brasileira NBR 10897 - Proteção contra incêndio por chuveiro automático e possui certificação ANSI/UL 1821 – Thermoplastic Sprinkler Pipe and Fittings for Fire Protection Service.

SUCESSO NA **AGRISHOW 2014**

Na Agrishow, o maior evento do setor na América Latina, em Ribeirão Preto-SP, a Brasilux mostrou o seu mais recente lançamento, a linha de protetores para madeira FungOff, e também uma das suas novidades com maior destaque, os epóxis à base de água para pisos Ecolux.
Além dos dois produtos, a completa linha rodo-agroindustrial foi exibida. Com amostras e exemplos de aplicações, o verniz e o epóxi garantiram muitos contatos e atraíram interessados de todos os lugares.Ideal para proteger qualquer estrutura ou objeto de madeira, o FungOff foi bem aceito pelos agricultores, enquanto o Ecolux fez sucesso principalmente entre usineiros.

ADESIVO SUSTENTÁVEL

Os reparos que precisam ser realizados em ambientes como escritórios, hospitais, lojas e até mesmo residências, com intensa movimentação de pessoas, requerem cuidado e atenção, uma vez que o uso de produtos que possuem solventes orgânicos, podem gerar desconforto à quem inala a substância. Para esse tipo de necessidade, a Cascola possui no seu portfólio Cascola Base D'Água, adesivo de contato com alta força de colagem, livre de solventes orgânicos e odor suave, ideal para aplicações também em ambientes sustentáveis. Cascola Base D'Água é de fácil aplicação e, quando usado corretamente em camadas uniformes, rende três vezes mais que um adesivo à base de solvente, característica que o torna ideal para revestimento de madeiras em geral com uso de laminados plásticos ou naturais. Além do uso convencional para recobrir móveis, revestimento de placas de madeiras utilizadas posteriormente para decoração ou revestimento de parede de alvenaria.

PROVENCE PARA CUBAS DE APOIO

A linha Provence da Docol agora está completa com a Torneira para Lavatório de Mesa Bica Alta, ideal para ambientes com cubas de apoio. O design, clássico em harmonia com o contemporâneo, é versátil, combinando com variados espaços. Está disponível nas cores cromada e dourada.

COM OS PRODUTOS VULCÃO
VOCÊ COMEÇA BEM SUAS OBRAS!

ÓTIMAS VENDAS

VULCÃO

Vulcão é uma marca do Grupo Embrasil que está ganhando mercado a cada dia. Confira as opções que temos para você.

Carrinho de mão REFORÇADO CHAPA 22"

Roda reforçada e pneu com câmara.

Embalagem compacta para o ponto de venda.

283368 - Carrinho Mão Vermelho PC 3,25x8 Cac Met 60L - UN

- Caçamba com maior litragem:
67lts raso (cimento, água, etc.)
90lts seco (areia, terra, etc.)

Praticidade e durabilidade para o trabalho do dia-a-dia.

CHAPA 16"

Roda reforçada e pneu com câmara.

Embalagem compacta para o ponto de venda.

358545 - Carrinho Mão Vermelho PC 3,25x8 Chapa 16" - UN

TELEVENDAS GRATUITO

EMBRASIL 0800-727-2222
SOCOL 0800-727-2424
APOLO DISTRIBUIÇÃO 0800-727-2323
BAZAR 0800-727-2525

Exclusividades do GRUPO EMBRASIL

CABO **ANTICHAMA**

Indicados para instalações internas fixas, industriais, comerciais e residenciais de luz e força, a linha de Cabos Flexicom Antichama 450/750V da Cobrecom Fios e Cabos Elétricos é fabricado com a mais alta tecnologia e com 100% cobre de qualidade. É recomendado para tensões nominais de 450/750 V e também pode ser aplicado em painéis de comando, de sinalização e nas instalações elétricas de automóveis. Também pode ser embutido em eletrodutos, bandejas ou canaletas. Outra vantagem é que possui dupla camada de isolação tornando-o mais deslizante ao passar em eletrodutos. Sua flexibilidade facilita o trabalho de instalação. Possui certificado de conformidade do Inmetro e atende a todas exigências previstas em normas técnicas (normas NBR NM-247-3 e NM 280 da ABNT/Mercosul).

ALTERAÇÃO FUNCIONAL **NA MONTANA**

Rafael Ferreira, que está na Montana Química há mais de 12 anos, deixou a Gerência de Marketing e Comunicação e assumiu a Gerência Comercial da divisão Revenda e Construção da empresa. Em seu lugar entra Michel Sentinelo, profissional com experiência de quase dez anos na área de tintas em duas multinacionais, além de ter atuado também no segmento de fast food.

NOVIDADES **DA STAM**

A Stam lançou novas peças que trazem design, tecnologia e segurança, conferindo ao ambiente o complemento perfeito para garantir estilo e conforto à sua casa ou mesmo a ambientes públicos. "Estamos completando 43 anos em 2014 e temos muito orgulho em ser uma empresa inovadora e 100% brasileira. Sempre monitoramos e acompanhamos as evoluções, necessidades e desejos gerados pelos nossos clientes e mercado. Transformamos isso em soluções que superam as expectativas", explica Tony Kuribara, gerente de marketing da empresa. A nova linha de fechaduras elétricas oferece uma série de opções de fechaduras para portas feitas em vidro com uma ou duas folhas, com rasgo ou com furos.

SILICONE **NELE!**

Melhorar continuamente e aprimorar sua linha de produtos são características marcantes da Hidracor. Por isso o Hidra +, esmalte sintético da empresa, ganhou nova formulação, agora com silicone, o que garante mais durabilidade e praticidade para uma aplicação com ainda melhor resultado.

REFIL **INTELIGENTE**

A Lorenzetti lança o purificador de água Vitale, compacto e com design arrojado, oferece ao consumidor duas possibilidades de instalação: sob a pia ou na parede, possuindo também bica móvel, característica que o torna totalmente versátil. Outra novidade que o produto apresenta é a etiqueta LorenAvisa, que indica o momento correto para a troca do refil do purificador. O consumidor deve aplicar o LorenAvisa no produto e acionar o botão. A partir deste momento, inicia-se a contagem do tempo. Ao longo de seis meses, aparecerá a palavra "trocar", indicando a hora certa para a substituição do refil do produto.

PENSANDO NA **SEGURANÇA**

A Steck traz para o mercado um produto essencial para a segurança do consumidor, o dispositivo de travamento que evita o acionamento voluntário e indevido de um disjuntor ou de um IDR por pessoas não autorizadas. Ao travar, ele preserva a segurança de quem realiza serviços em instalações elétricas.

CLEAN E **ROBUSTA**

A Fabrimar lança a linha Praxis que possui um mecanismo cerâmico sofisticado e acionamento tipo alavanca com design robusto que garantem mais facilidade e suavidade ao abrir e fechar a água. Com acionamento linear multidirecional, a peça permite ainda o consumidor abrir a torneira com as mãos ocupadas. A nova coleção dispensa ainda a utilização de porcas e garante uma instalação perfeita de maneira simples e rápida. Agora em nova versão, a Pratika Plus possui um mecanismo cerâmico ainda mais sofisticado com acionamento linear multidirecional que garante mais suavidade ao abrir e fechar a água, sem o uso das mãos.

COM **DESIGN**

A Fortti complementa seu mix de produtos e apresenta duas Duchas Higiênicas, que contam com design moderno e clean. Os produtos possuem gatilho ergonômico com trava e mecanismo cerâmico ¼ de volta, que agrega praticidade no uso e maior durabilidade. Disponíveis nas linhas Brio e Bric, as duchas higiênicas possuem opções de manopla em formato de cruzeta e de haste, que se integram harmoniosamente com as demais peças que compõem o ambiente.

REFORÇANDO **A SOLIDEZ**

A Pado reforça a solidez da marca em fechaduras. Com 16 produtos, a linha contempla fechaduras, travas, bicos de papagaio e fechaduras sobrepor. A linha Serralheiro é uma das mais tradicionais da Pado quando o assunto é fechaduras e acessórios, com alto desempenho de vendas por conta do máximo de durabilidade e segurança oferecidos pelos produtos, sem deixar de lado o fator decorativo.

DISCO DE **CORTE**

A Foxlux acaba de acrescentar ao seu portfólio de produtos um novo item, o disco de corte. O lançamento possui dois modelos, um para Inox e outro 2 em 1, que serve tanto para Inox quanto para Metal. O produto possui fórmula avançada de grãos e aglomerantes que proporcionam maior vida útil, maior rapidez e capacidade de remoção de material, além de garantir um trabalho confortável e com menos vibrações.

CURVAR **SEM ESFORÇO**

A Ferrari traz ao mercado o Curvador Hidráulico de Tubos CHT-20. Versátil e portátil, o equipamento tem capacidade de dobras precisas de tubos de ½" a 3", possuí um sistema de abertura de asas facilitando a troca de matrizes e força hidráulica de 20 toneladas, se tornando um produto rápido e eficiente. A ferramenta é manual, auxilia na precisão das curvaturas e ajuda a economizar tempo e material.

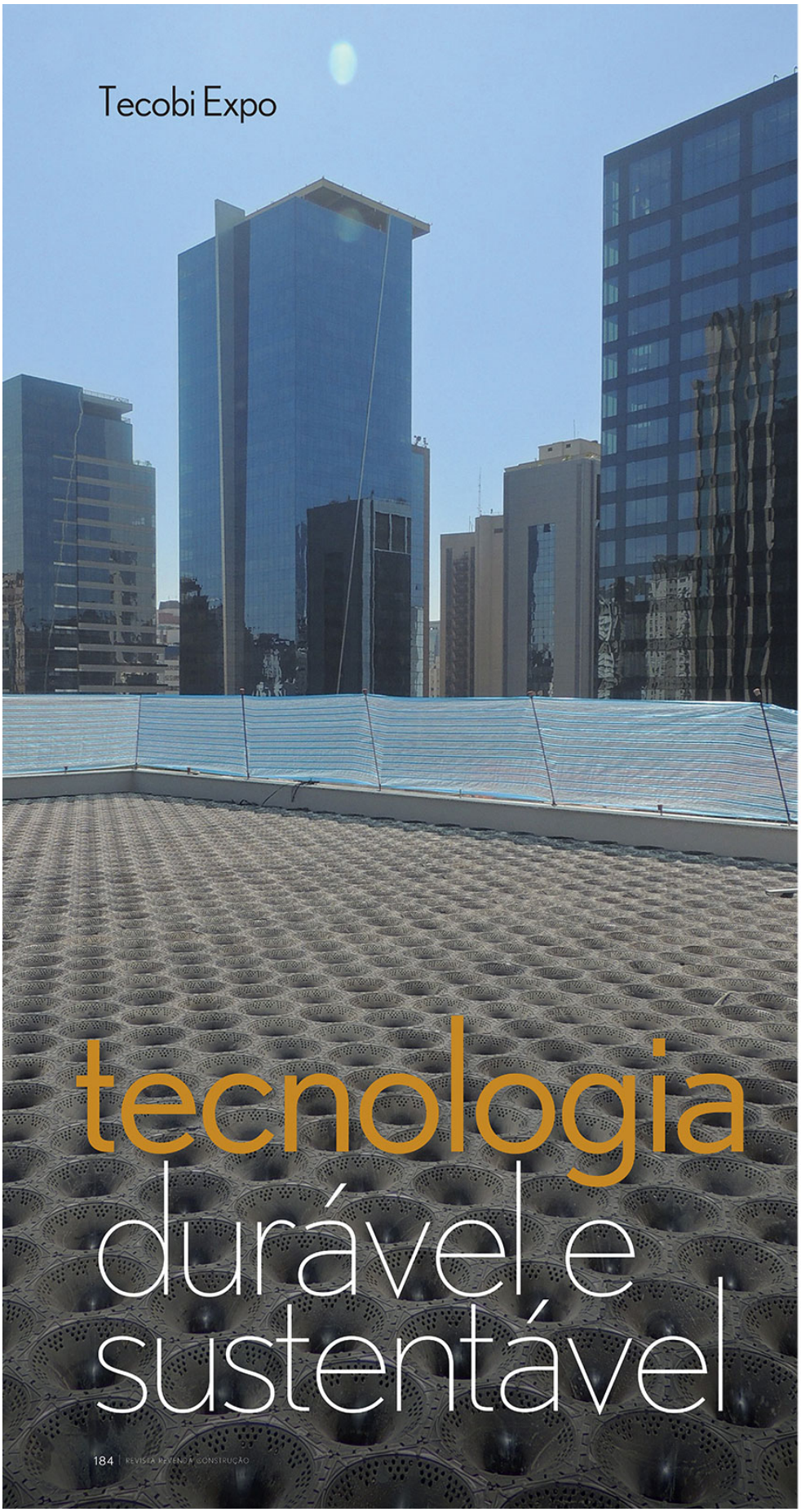
LIXAS TATU
Tradição em Abrasivos

A CONQUISTA DO PRÊMIO TOP OF MIND É REFLEXO DO RECONHECIMENTO DO NOSSO COMPROMISSO COM VOCÊ!

TOP OF MIND 2013 TOP 10 REVENDA CONSTRUÇÃO

TATU Lixa Metal Aço TRIONITE
TATU Lixa Ferro
TATU Lixa D`água HidroLIX
TATU Lixa Massa Flex
TATU Lixa Massa TRIONITE
TATU Lixa Madeira
TATU Lixa Papel Ferro
TATU Lixa Branca Seladora
Antiderrapante Segura

ISO 9001:2008 GK ABRASIVOS
11 4674.6200
www.lixastatu.com.br
GK 110 ANOS 1903 - 2013



Tecobi Expo

tecnologia durável e sustentável

Os tradicionais telhados não perdem espaço significativo no mercado da construção civil. Porém, novas formas, novos materiais e muita tecnologia estão juntos para alcançar melhor as utilidades dos recursos naturais, sejam produtos para impermeabilização, com novos ingredientes e tornam-se mais eficientes nos resultados a curto e, principalmente, longo prazos, como a boa economia anual ao somar e comparar suas contas mensais. A TeCobI Expo – Evento Internacional de Telhados, Coberturas e Impermeabilização – apresentou, em sua segunda edição (a primeira foi em 2012), as novidades do mercado de coberturas residenciais e comerciais. Muito tem se falado em diminuição dos recursos naturais no mundo. E no Brasil não é diferente. A indústria se adpta cada vez mais aos princípios de sustentabilidade, tanto no processo de fabricação, como nos próprios produtos oferecidos aos consumidores. Além disso, os visitantes da TeCobi tiveram oportunidade de participar de palestras informativas ou de treinamentos oferecidos pelos próprios expositores, justamente para que o público não só saiba da existência destes produtos, mas também como fazer a aplicação ou montagem de forma correta, aproveitando os benefícios, inclusive para a saúde e o conforto diário.

Entre as principais novidades no setor, os impermeabilizantes se destacam por serem soluções rápidas, práticas e eficientes, três pontos positivos e muito cobrados pelo consumidor, que busca, cada vez mais, informações antes de adquirir qualquer tipo de produto.

Cheios de tecnologia, os produtos antimofo agregam benefícios para o ambiente e para os moradores ou trabalhadores, já que contém ingredientes menos agressivos à saúde e mais eficientes no combate aos fungos.

É o caso da Dow Chemicals, que levou produtos que, por sua ação, acabam

se tornando sustentáveis, mas de maneira indireta. Com um investimento de US$ 1,7 bilhão em pesquisa e desenvolvimento, a Dow apresentou soluções que evitam qualquer tipo de mofo, intensificando o controle bacteriano, com destaque para membranas impermeabilizantes base acrílica para telhados e lajes, membranas cimentícias para impermeabilização de lajes, banheiros e reservatórios de água e soluções base acrílica para proteção de telhas de concreto e cerâmica.

A nova emulsão 100% acrílica é para aplicação em membranas líquidas e cimentícias bicomponentes. "A versatilidade é a característica mais relevante deste produto que estamos trazendo para os clientes", adianta Ana Claudia Barboza, Gerente de Pesquisa, Desenvolvimento e Serviços Técnicos da Dow Construction Chemicals para a América Latina. Primal RT 4040: Revestimento 100% acrílico base água que promove mais durabilidade e proteção a superfícies e telhas de concreto, cerâmicas e telhas e painéis em fibrocimento. O produto vem pronto para uso e é interessante, inclusive, para fabricantes de telhas, pois elimina etapas de formulação, aumentando a eficiência já no processo produtivo. Primal AS 8012: Emulsão estireno acrílica para membranas cimentícias flexíveis bicomponentes livre de alquilfenol etoxilado (APEO free), de formaldeído e de amônia, o que faz com que seja caracterizado como amigável ao meio ambiente. A Linha Primal ainda conta com as emulsões AS8000 e AS7000: acrílicas para formulação de membranas cimentícias bicomponentes com alta resistência mecânica e com diferentes aplicações. Além disso, a Dopw se preocupa com o controle microbiano, valor que a empresa destaca entre os benefícios de seus impermeabilizante, usando tecnologia sutentável e eficiente no controle de mofo ou bactérias, através do selo de performance Bio-Pruf™, usado como uma ferramenta de diferenciação para os revestimentos. É uma tecnologia antimicrobiana que possui propriedades para oferecer tripla proteção para telhados, mas também para pisos e paredes. É biodegradável e emite baixo teor de compostos orgânicos voláteis (VOC).

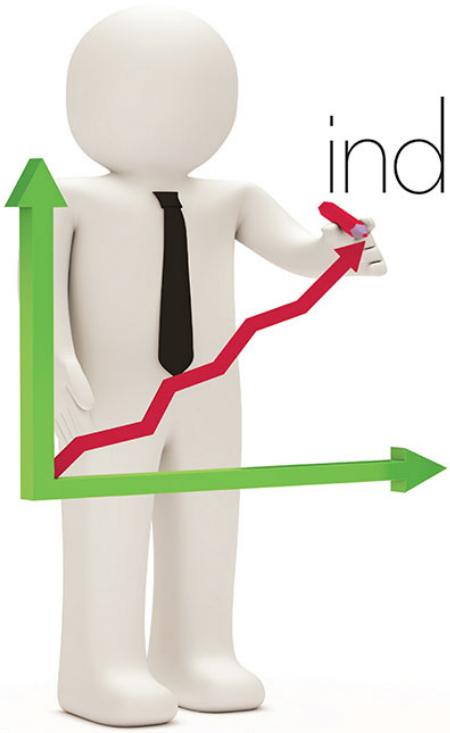
A Eternit, com 74 anos no mercado da construção civil, aproveitou a TeCobi para reforçar o crescimento do setor de coberturas, como as soluções que a empresa oferece em telhas de fibrocimento, opções que trazem praticidade e economia, além de opções técnicas e estéticas.

A empresa também ofereceu o curso "Mãos à Obra", que consiste na certificação de Telhadistas e Carpinteiros Metálicos. A Capacitação Profissional para Telhadistas ofereceu treinamento para a execução e uso correto da instalação do fibrocimento, com base nas normas ABNT. Já o curso de Carpinteiro Metálico ofereceu capacitação para o profissional aprender a construir um telhado com perfis metálicos leves, tipo de produto em crescente utilização no Brasil.

ECOLOGIA, ECONOMIA E SAÚDE

Com um público cada vez mais exigente e preocupado com os gastos do dia a dia, bem como algum jeito de evitar a falta de água ou outros problemas de origem natural, os telhados verdes começam a ganhar destaque por sua cobertura vegetal com função ecoeficiente. Entre as vantagens de um telhado verde, também conhecidos como telhados vivos, estão os isolamentos térmico e acústico, ajudando na economia de energia, no reaproveitamento da água e na diminuição da poluição encontrada nos grandes centros. A Ecotelhado, empresa pioneira especializada em infraestrutura verde, levou para a TeCobi um produto que reúne cisterna para captar água da chuva, placas para captação de energia solar e o próprio telhado verde. João Manuel Feijó, engenheiro agrônomo e diretor da Ecotelhado, afirma que "o telhado ecológico também aumenta a biodiversidade na cidade e reduz a poluição". Com a ideia de ampliar os benefícios do teto verde, integrando outras tecnologias sustentáveis, a novidade da Ecotelhado envolve cisterna para captação e reúso da água da chuva e placas fotovoltaicas para captação de energia solar integradas, além de ter iluminação embaixo do telhado, com o uso de um piso transparente.

"Precisamos ir além dos benefícios iniciais, que priorizavam o conforto térmico. Nossa grande preocupação é a questão da água. Precisamos ter um telhado verde capaz de se irrigar e de fazer o reúso. Quanto menos utilizarmos a água do sistema tradicional, melhor", esclarece o diretor. A Ecotelhado também participou do I Fórum Latino-Americano de Infraestrutura Verde Urbana, onde João Manuel Feijó fez uma palestra sobre "Telhados verdes e tecnologias integradas".



indústria reduz previsão

Dados da Associação Brasileira da Indústria de Materiais de Construção (ABRAMAT) apontam queda de 2% nas vendas de janeiro a abril comparado ao mesmo período 2013. Na comparação com o mesmo mês do ano passado, houve queda de 9,1%, e com relação a março de 2014, de 4,4%. O resultado de abril levou a ABRAMAT a rever a previsão para o fechamento de 2014: de 4,5% para 3,0%.

"O ano começou bem, com crescimento em janeiro e fevereiro, mas as vendas da maioria dos materiais, em março e abril, caiu fortemente. Os segmentos de varejo, imobiliário e infraestrutura apresentaram resultados abaixo do esperado. Os produtos de acabamento sofreram menos. Ainda há tempo para uma recuperação, mas torna-se mais difícil atingir o crescimento previsto para 2014, de 4,5%", afirma o presidente da ABRAMAT, Walter Cover. O executivo também acrescentou que, embora os índices de emprego e renda continuem positivos, o crédito às famílias e as expectativas sobre o futuro da economia continuam preocupando tanto os consumidores como os empresários e, com isso, as compras e investimentos são postergados. Os números do estudo da ABRAMAT apontam ainda que os empregos na indústria tiveram um crescimento de 6,7% em relação a abril de 2013. Já em relação ao mês anterior, o crescimento foi de 1,0%.

AUMENTO DO CUB

O CUB (Custo Unitário Básico) da construção civil do Estado de São Paulo, calculado sobre as obras não incluídas na desoneração da folha de pagamentos, registrou acréscimo de 1,71% em maio frente a abril. Calculado pelo SindusCon-SP e pela FGV (Fundação Getulio Vargas), o CUB é o índice oficial que reflete a variação dos custos do setor para a utilização nos reajustes dos contratos de obras. Em maio, os custos com mão de obra subiram 2,16%, enquanto os custos com materiais de construção apresentaram elevação de 0,97% em relação ao mês anterior, e os salários dos engenheiros mostraram acréscimo de 2,85%. A média ponderada entre os três itens resultou na variação de 1,71% do CUB representativo da construção paulista (RN-8), que, neste mês, ficou em R$ 1.124,14 por metro quadrado. Segundo Eduardo Zaidan, Vice-Presidente de Economia do SindusCon-SP, "os custos com a mão de obra se elevaram em função dos reajustes salariais definidos pelas convenções coletivas assinadas com os sindicatos dos trabalhadores da capital paulista e de outros municípios do Estado". Em 2014, o CUB paulista acumula alta de 2,23%. Em 12 meses, apresenta crescimento de 4,62%. Quanto às obras incluídas na desoneração da folha de pagamentos, o SindusCon-SP e a FGV calculam que os custos com mão de obra subiram 2,11% em maio, os custos das construtoras com materiais de construção apresentaram alta de 0,97%, enquanto os salários dos engenheiros indicaram alta de 2,85%. Com isso, o valor do CUB desonerado registrou variação de 1,65% no mês, ficando em R$ 1.046,69 por metro quadrado. No ano, este indicador aumentou 2,22%. Em maio, 24 dos 41 insumos da construção pesquisados tiveram variações acima do IGP-M do mês, que ficou negativo em 0,13%.

EMPREGOS NA CONSTRUÇÃO

Com a abertura de 5 mil vagas, o nível de emprego na construção civil brasileira cresceu 0,14% no mês de abril em relação a março, segundo pesquisa elaborada pelo SindusCon-SP em parceria com a FGV. Com o resultado, ao final de abril, o número de trabalhadores do setor somava 3,523 milhões. Nos primeiros quatro meses do ano, o indicador apresenta alta de 1,32%, com o saldo entre demissões e contratações ficando positivo em 45,6 mil. Segundo o presidente do SindusCon-SP, Sergio Watanabe, a baixa evolução do emprego na construção em março e em abril provocou uma revisão das expectativas da entidade em relação ao desempenho do setor neste ano. "Anteriormente, estimávamos que o PIB da construção iria crescer cerca de 2,8% em 2014. Diante do ritmo menor de aumento do emprego, estimamos agora que o PIB da construção deverá crescer entre 1% e 2% neste ano", afirmou. Na comparação com abril de 2013, quando o setor empregava 3,512 milhões, o levantamento indica acréscimo de 0,32%. Das cinco regiões do país, apenas a Nordeste apresentou números negativos. Em abril, o indicador apresentou uma alta de 0,37% no Estado de São Paulo, com o saldo entre demissões e contratações ficando positivo em 3,2 mil trabalhadores. Com o resultado, o número de trabalhadores em empresas da construção civil no Estado subiu para 878,7 mil pessoas com carteira assinada. Das dez regiões pesquisadas, três apresentaram queda no período (Santo André, Sorocaba e Presidente Prudente). Em relação ao número registrado em abril de 2013, quando o Estado registrava 875,3 mil trabalhadores, o levantamento apresentou alta de 0,38%. Entre janeiro e abril, o indicador apresentou alta de 1,41%, com 12,1 mil contratações.

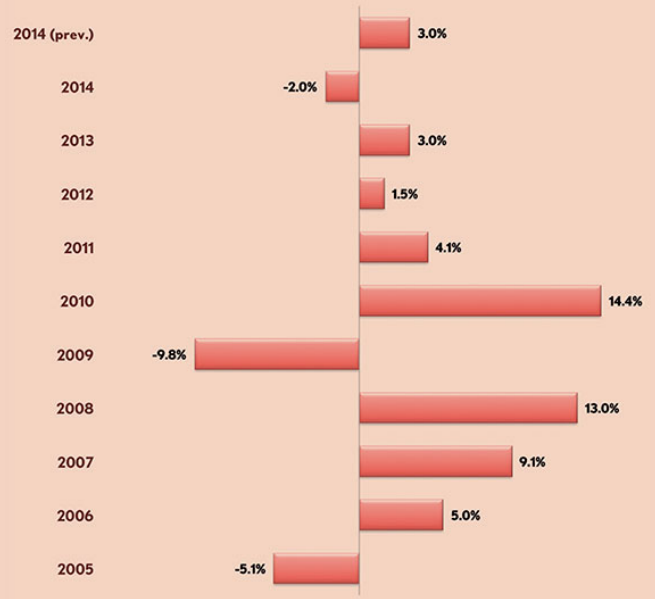
TERMÔMETRO

Em abril, o faturamento total deflacionado das vendas dos materiais de construção no mercado interno apresentou queda de 9,1% em relação a abril do ano passado. Na comparação com março deste ano, apresentou queda de 4,4%. O resultado acumulado de janeiro a abril deste ano apresentou queda de 2% em relação ao mesmo período de 2013. Nos últimos 12 meses (mai/13

a abr/14), houve crescimento de 1,1% na comparação com os 12 meses anteriores (mai/12 a abr/13). O nível de emprego na indústria de materiais de construção, em abril, apresentou crescimento de 6,7% em relação a abril do ano passado. Na comparação com o mês de março, apresentou crescimento de 1%. Neste mês de abril, os resultados das vendas da indústria de materiais de acabamento superaram os resultados dos materiais básicos em todos os indicadores, exceto na comparação com março deste ano, em que os materiais de base apresentaram queda menor que os de acabamento. Na variação de nível de emprego, a indústria de materiais básicos apresentou resultados bem superiores aos da indústria de materiais de acabamento nos dois indicadores.
O crescimento do resultado das vendas acumulado neste primeiro quadrimestre, que apresentou queda de 2% em relação ao mesmo período de 2013, está bem abaixo da previsão de resultado para o ano de 2014, que foi revisada para um crescimento de 3% em relação ao ano passado. Embora os índices de emprego e renda continuem forte, juros maiores e expectativas negativas sobre a economia fazem com que consumidores e empresários posterguem compras e investimentos.
"Acreditamos que há uma chance de reversão nos mercados do varejo e imobiliário e até uma aceleração nas obras de infraestrutura, mas, com um terço do ano já fechado, será cada vez mais difícil atingir a expectativa inicial de crescimento de 4,5%.
Com a chegada da data das eleições, após inicio de julho, o governo somente poderá executar obras já iniciadas, dificultando novas contratações, ressalvadas algumas exceções. A previsão anual foi revista para para 3% e, em julho ou agosto, será feita uma nova reavaliação", informou Walter Cover.

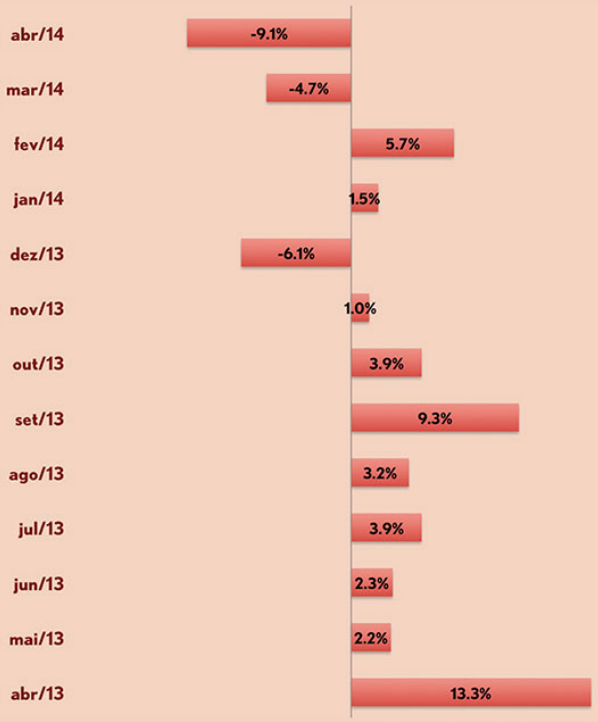
índice ABRAMAT MERCADO INTERNO

Rezalizado x Projeção (acumulado x mesmo período ano anterior)



índice de vendas ABRAMAT

Variação % do Faturamento Bruto Deflacionado Mercado Interno



BÁSICOS

O faturamento deflacionado das vendas internas dos materiais básicos apresentou, neste mês de abril, queda de 1,9% em relação a março. Na comparação com abril do ano passado, apresentou queda de 10,4%. O resultado acumulado neste primeiro quadrimestre apresentou queda de 3,8% na comparação com o mesmo período do ano passado. Nos últimos 12 meses (mai/13 a abr/14) o resultado apresentou queda de 1,1% em relação aos 12 meses anteriores (mai/12 a abr/13).

O nível de emprego nas indústrias de materiais básicos apresentou, neste mês de abril, crescimento de 10,6% na comparação com abril do ano passado. Na comparação com março deste ano, apresentou crescimento de 2%.

ACABAMENTO

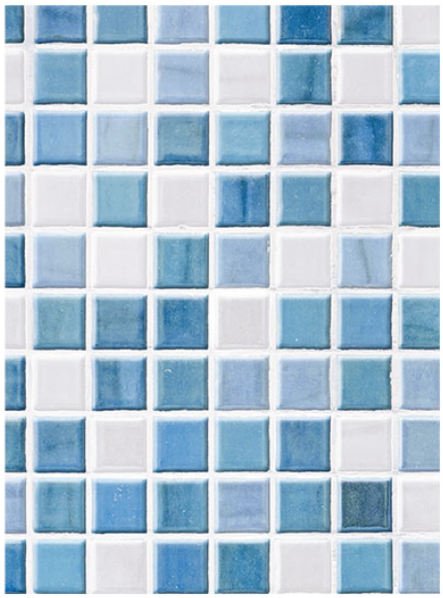
No mês abril, o faturamento deflacionado das vendas internas dos materiais de acabamento apresentou queda de 6% na comparação com o mês de março. Na comparação com o mês de abril do ano passado, apresentou queda de 6%. O resultado acumulado neste primeiro quadrimestre apresentou crescimento de 1% em relação ao mesmo período do ano passado. Nos últimos 12 meses (mai/13 a abr/14) houve crescimento de 4,7% em relação aos 12 meses anteriores (mai/12 a abr/13). O nível de emprego na indústria de materiais de acabamento apresentou, neste mês de abril, crescimento de 0,7% em relação a abril do ano passado. Na comparação com o mês de março, apresentou queda de 0,5%.

ANÁLISE ANUAL

A previsão para o fechamento do ano de 2014 foi revisada para baixo e aponta agora para um crescimento de 3% em relação a 2013. Para os próximos meses, as expectativas apontam para retomada de resultados positivos em relação ao ano passado.

ação inédita na Casa Cor

Telhanorte marca presença como patrocinadora da 28ª edição da Casa Cor São Paulo, maior mostra de arquitetura, decoração e paisagismo das Américas, realizada entre os dias 27 de maio e 20 de julho, no Jockey Club de São Paulo. O evento apresenta as principais tendências do segmento, contemplando projetos inovadores de 78 profissionais renomados, com soluções voltadas para casas, apartamentos, lofts e estúdios. Para essa edição, a Telhanorte preparou uma homenagem especial para os profissionais participantes da mostra e para os visitantes, com a confecção da "Parede Social Casa Cor". Na abertura do evento, o espaço do arquiteto Paulinho Peres contemplou uma fachada revestida em azulejos personalizados com as imagens dos 78 profissionais responsáveis pelos ambientes do evento. Durante a mostra, as fotografias serão substituídas por imagens de convidados e visitantes, produzidas durante o evento. As imagens serão postadas na página do Facebook da Telhanorte e as mais curtidas serão inseridas na "Parede Social Casa Cor". "A Casa Cor São Paulo exerce um papel muito importante para a Telhanorte, apresentando novos conceitos e tendências para compor os lares brasileiros. Adicionalmente, a mostra valoriza e prestigia o talento dos profissionais que, por meio de projetos inovadores, traduzem as aspirações do novo consumidor brasileiro", ressalta o diretor de marketing da Telhanorte, Juliano Ohta.



excelência em Franchising

A Portobello Shop, maior rede franqueada de revestimentos cerâmicos, recebeu da Associação Brasileira de Franchising (ABF), pelo 9º ano consecutivo, o Selo de Excelência em Franchising (SEF), na categoria Master - destinada a marcas com mais de 10 anos e mais de 60 franqueados. O SEF é concedido para as franqueadoras que obtêm um bom desempenho no relacionamento com a rede, sob o ponto de vista do franqueado. A conquista do Selo é resultado de uma pesquisa aplicada por uma consultoria isenta na base de franqueados das marcas e mede o nível de satisfação deles com a franqueadora. A Portobello Shop conta hoje com 115 lojas instaladas em todas as regiões do Brasil, operadas por mais de 70 franqueados. Para 2014, a rede de franquias tem programada a abertura de 23 novas lojas em diversos Estados, que contribuirão para um crescimento acima da média, atingindo marca histórica de número de franquias. Para manter o ritmo de crescimento, a Portobello Shop vem se estruturando nos últimos meses com a criação de diversas gerências e áreas que possam dar suporte ao crescimento previsto para a sua Rede de Franquias. "A Portobello Shop tem se esforçado muito em buscar ações e iniciativas que possam dar aos seus franqueados boas oportunidades de negócios e crescimento. Acredito que o Selo de Excelência em Franchising é um reconhecimento de todo esse empenho. Para nós, é muito importante recebê-lo pela nona vez consecutiva, pois nos mostra que estamos no caminho certo", afirma José Gonçalves Júnior, superintendente da Portobello Shop. Integrante da Portobello S.A., fabricante de revestimentos cerâmicos,a Portobello Shop disponibiliza todo o suporte aos franqueados, incluindo acompanhamento in loco, sistemas, treinamentos, ações de marketing e consultoria especializada, além de um programa de relacionamento (PROGRAMA SER) voltado a arquitetos, engenheiros e outros especificadores de obras. Em seu modelo de negócios, a maior parte das receitas vem da venda de produtos Portobello, muitos deles exclusivos do canal franquias.

mais cores em Joinville

A Tintomax Comércio de Tintas mantém uma dinâmica rede de lojas e centro de distribuição próprio. Por conta deste detalhe o proprietário da empresa, Max Adriano Kögler, comemora: "Temos a entrega mais rápida na cidade". Foi inaugurada a Mega Loja Tintomax. A mais nova e moderna revenda veio juntar-se às outras quatro que integram a rede em Joinville, além da loja na cidade de São Francisco do Sul. Segundo Max, desde sempre a Tintomax busca vínculos de amizade e parceria com os pintores profissionais da região onde atua. "Procuramos estabelecer com eles uma relação de confiança, para poderem contar conosco no que precisarem. Temos o Max Clube Fidelidade, um clube de vantagens no qual o pintor acumula pontos e pode trocá-los por prêmios e produtos." A filosofia da Tintomax, no relato de Max, que a princípio parece um paradoxo, na verdade é uma estratégia. "Quando a Tintomax foi inaugurada, a ideia era abrir uma loja de tintas que não vendesse tintas. Por isso, nós vendemos soluções para os nossos clientes oferecendo bom atendimento, comprometimento e agilidade. Abrimos agora a Mega Loja, que tem um conceito totalmente diferente das outras lojas de tintas da cidade. Fizemos isso para virar referência na região." Um atrativo importante na Mega Loja Tintomax é o "Canto da Madeira", um espaço onde o cliente pode encontrar uma ampla gama de produtos e soluções para madeira, conta Max. "Foi construído um deck na área de espera dos clientes. Ele é bem grande e todos os que precisam esperar por mercadorias, ou querem tomar um cafezinho, param lá. A Montana Química responsabilizou-se por toda a construção do deck. Nós também já fizemos essa parceria em outras duas lojas." Para o futuro, a aposta é em crescimento. "Após a abertura da Mega Loja, com a visibilidade alcançada, esperamos crescer em torno de 30%. Estamos vivendo neste momento o 'bolsão' imobiliário, que é muito bom para o comércio de tintas." Trata-se de uma oportunidade única no mercado local e, como tal, deverá ser aproveitada da melhor forma.

Telhanorte investe em Minas

Rede multiespecialista em construção e reforma Telhanorte expande sua atuação no Estado de Minas Gerais, com o lançamento do canal de vendas e-commerce, apresentando mais de 15 mil produtos entre materiais básicos e de acabamento, disponíveis para compra em todo o Estado. Para concretizar o projeto de expansão da modalidade e-commerce para os consumidores mineiros, a Telhanorte estruturou a operação de vendas online com os diversos canais de venda do varejo adotados pela empresa. Dessa forma, os itens adquiridos no comércio eletrônico poderão ser trocados na loja física sempre que necessário. Como formato de pagamento, além do cartão de crédito, o cliente poderá optar pelo boleto bancário, serviço exclusivo do canal virtual. "As operações e-commerce estão alinhadas com a crescente demanda de consumidores que optam pelos canais de comércio eletrônico, que possibilitam agilidade na busca de produtos, além da pesquisa pelos melhores preços", ressalta o diretor de marketing e compras da Telhanorte Juliano Ohta.

clique aqui

comunicação é tudo

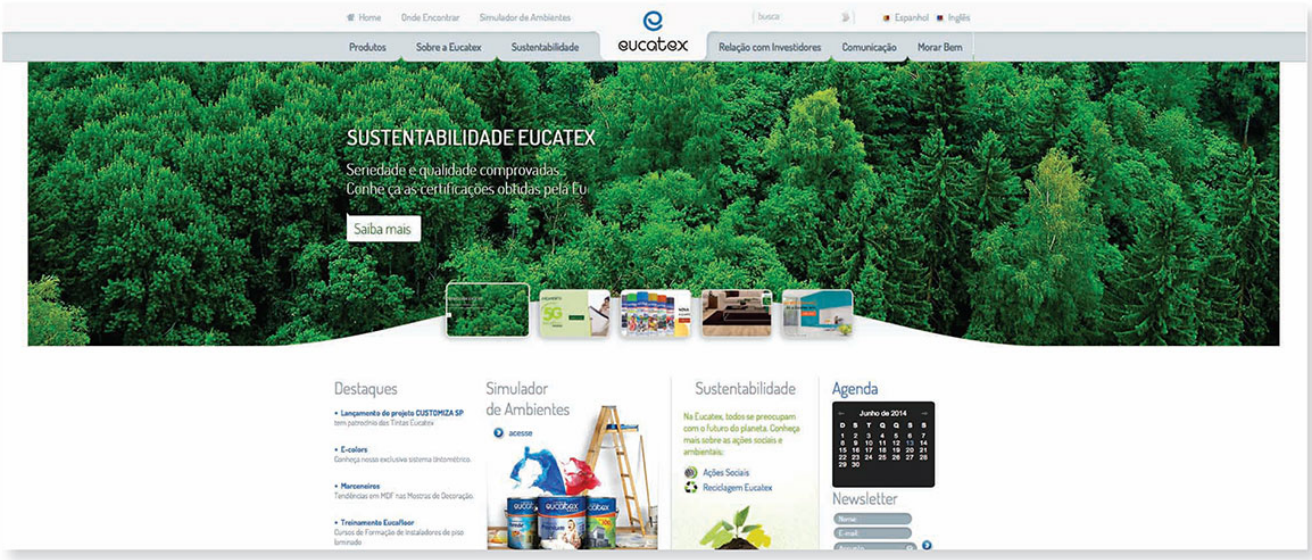
O Grupo Astra vem estreitando cada vez mais o relacionamento com o consumidor final, e por isso colocou em prática estratégias focadas em mídias sociais, para auxiliar na sua comunicação com o cliente final. Os perfis da empresa no Facebook, Twitter e Instagram estão com publicações e interações periódicas. Isto aumentou significativamente o número de seguidores interessados pelos produtos e, consequentemente, procurando pelo ponto de venda mais próximo. Estas ações estão contribuindo para dar visibilidade a uma gama maior de produtos, e também para estimular o varejista a ter na prateleira outros itens Astra que, até então, não tinham tanta procura. "Desenvolvemos imagens com ambientações que dão ao consumidor a ideia real de como o produto pode ser adequado às suas casas, além de vídeos produzidos exclusivamente para ensinar o manuseio e instalação de itens, mostrando ao consumidor que nossos produtos são práticos e funcionais", explica Fabiana Gonzaga, responsável pela Comunicação do Grupo Astra. Desde o início das ações, em dezembro de 2013, a fanpage no Facebook, por exemplo, passou de 4.318 para mais de 44 mil seguidores.

dow nas tintas e revestimentos

A Dow acaba de lançar um novo site para a área de Coating Materials com todo seu portfólio de produtos e soluções para o segmento de tintas, como emulsões, solventes, epóxis e tecnologias de polímeros, além de uma ampla coleção de modificadores de reologia, que inclui espessantes acrílicos, uretânicos e celulósicos. A novidade são os ícones interativos para apresentação dos produtos. Na página é possível encontrar os mercados em que a Dow Coating Materials atua e descritivos das tecnologias que atendem a toda cadeia de tintas, desde fornecedores de matérias-primas até consumidores. Além disso, estão disponibilizadas notícias e informações técnicas que detalham a participação da companhia nos segmentos de tintas arquitetônico e industrial. O novo portal ainda traz ícones interativos que facilitam a busca de dados das soluções sustentáveis e inovadoras separadas em cada área. Em cada um deles é possível conhecer os produtos e aplicações e escolher o que melhor atendem as necessidades dos clientes. A Dow se destaca tanto pela excelência em seus produtos quanto pela preocupação em desenvolver soluções inovadoras e que estejam alinhadas com seu compromisso sustentável. "Estamos constantemente investindo em inovação para agregar sempre mais valor às tintas e revestimentos e levar mais benefícios ao consumidor final", afirma Franco Faldini, diretor de marketing da divisão de negócios Dow Coating Materials. Para conhecer as soluções acesse: http://coatings.dow.com

completo

Mais interativo e focado em ferramentas que facilitam o acesso à informação, o novo site da Eucatex (www.eucatex.com.br) apresenta o portfólio completo da marca, materiais técnicos e notícias sobre a empresa. "Com navegação mais fácil e ágil, o site ganhou nova identidade, com design arrojado e compatível com os mais modernos sistemas de navegação", ressalta Regina Ricci, gerente de Marketing Corporativo. Os padrões e cores também se destacam com a nova navegação. As imagens aparecem maiores e, no formato álbum de fotos, facilitam a visualização das características e veios dos produtos, como os pisos laminados, pisos vinílicos e painéis MDP e MDF, entre outros. Outro diferencial do novo site é o acesso ao download de fotos de produtos em alta resolução. Esta novidade atenderá às necessidades de especificadores, revendas e do consumidor final, que precisam do portfólio para seus projetos. Estão disponíveis também folders, manuais, vídeos e PDFs de certificados conquistados pela Eucatex. Para responder com maior agilidade às dúvidas e solicitações dos visitantes, o canal "Entre em Contato" foi reformulado e conta agora com novos formulários de atendimento. Além disso, o canal de "Comunicação" permite o acesso às campanhas publicitárias, à agenda de eventos, ao Eucatex na mídia e à sala de imprensa.



liderança no face

Pesquisas apontam o Brasil como o segundo país com mais usuários no Facebook. Cerca de 65 milhões de brasileiros passam, em média, oito horas por mês navegando nas redes sociais. Por isso, cada vez mais empresas percebem as vantagens de mostrar sua marca na internet, ampliando a comunicação com parceiros e consumidores de todo o país, e até do exterior. A SIL, fabricante de fios e cabos elétricos de baixa tensão, já estava presente no YouTube e agora passa a atuar também por meio da sua página no Facebook. "O objetivo é construir um relacionamento e as redes sociais permitem uma interação dinâmica com os usuários. E a entrada planejada e de forma ativa nas redes sociais é um diferencial da SIL no mercado no qual ela está inserida, o que faz com que nos tornemos uma vitrine dessa experiência", avalia Rodrigo Morelli, supervisor de marketing da SIL.

viajando pelo BRASIL

Confira as datas e os locais das principais feiras do segmento em 2014:

GREENBUILDING BRASIL
Conferência Internacional e Expo
De 04 a 07 de agosto
Local: Transamérica Expo Center, São Paulo
www.expogbcbrasil.org.br

FEIRA CONSTRUSUL
Feira Internacional da Construção
De 06 a 09 de agosto
Local: Fenac, Novo Hamburgo, RS
www.feiraconstrusul.com.br

INTERPLAST
Feira e Congresso de Integração da Tecnologia do Plástico
De: 18 a 22 de agosto
Local: Expoville, Joinville, SC
www.messebrasil.com.br

EXPO ARQUITETURA SUSTENTÁVEL
Feira Internacional de Construção, Reforma, Paisagismo e Decoração.
De: 26 a 28 de agosto
Local: Expo Center Norte - São Paulo/SP
www.feicon.com.br

CONCRETE SHOW BRASIL
Feira Internacional do Concreto
De: 27 a 29 de agosto
Local: Centro de Exposições Imigrantes, São Paulo, SP
www.concreteshow.com.br

FICONS
IX Feira Internacional de Materiais, Equipamentos e Serviços da Construção
De: 16 a 20 de setembro
Local: Centro de Convenções de Pernambuco, Olinda,PE
www.ficons.com.br

FEICON BATIMAT NE
Feira da Construção do Nordeste
De: 23 a 25 de outubro
Local: Centro de Convenções de Pernambuco - Olinda/PE
www.feiconne.com.br

FEIPLAR COMPOSITES & FEIPUR
Feira e Congresso Internacional de Composites
De: 11 a 13 de novembro
Local: Expo Center Norte
www.feiplar.com.br

A Feiplar Composites & Feipur 2014 – Feira e Congresso Internacionais de Composites, Poliuretano e Plásticos de Engenharia terá tanto na parte da manhã como há tarde, congressos internacionais (composites, poliuretano e plásticos de engenharia) e os painéis setoriais (automotivo, construção civil, isolamento térmico, processos automatizados, energia eólica, espumas flexíveis, ambientes agressivos, nanotecnologia, isolamento térmico e náutico). À tarde, a partir das 12h, tem início a exposição de peças nestes materiais e tecnologias para a fabricação das peças. Serão mais de 300 empresas apresentando suas inovações e tecnologias de destaque.

A MEBUKI PARABENIZA OS VENCEDORES DO PRÊMIO TOP OF MIND 2013

activadesign.com.br

E agradece a todos os clientes e distribuidores pelo prêmio conquistado como **MARCA DESTAQUE**, uma das 3 empresas mais lembradas na categoria ASSENTOS SANITÁRIOS.

Confira as estrelas da Mebuki neste Top of Mind

Oval Almofadado
Línea BMW MEBUKI
(Universal)

Fit/Versato Almofadado
Línea BMW MEBUKI
Compatível com louças Fit e Versato (CELITE)

Retangular Almofadado
Compatível com louças Sabatini (ICASA), Vogue Plus (DECA), Ibiza (INCEPA), Paris (IDEAL STANDARD), Premier (MGM) e FLOX (Fiori)

Oval Básico Público
Com abertura frontal
(Universal)

Thema Almofadado
Compatível com louça Thema (INCEPA)

Oval Básico
(Universal)

LINHA ACESSIBILIDADE
Elevado 7,5cm
(Universal) *Padrão Brasileiro*
Indicado para pessoas com altura até 1,70m e até 120kg.

LINHA ACESSIBILIDADE
Elevado 13,5cm
(Universal) *Padrão Europeu*
Indicado para pessoas com altura superior a 1,70m e até 120kg.

A PROMOÇÃO CRAQUE BALCONISTA VAI ATÉ O DIA 30 DE JULHO DE 2014!

Ainda dá tempo de participar e ganhar prêmios vendendo os produtos MEBUKI.
Agradecemos a você que lembrou da gente no PRÊMIO TOP OF MIND.
Confira o regulamento da promoção e saiba como participar: **www.mebuki.com.br/craquebalconista**

IND. BRASILEIRA
Desde 1981

0800-12-5755 | www.mebuki.com.br
vendas@mebuki.com.br | /facemebuki

MEBUKI
Detalhes que fazem a diferença.

É bom trabalhar com

vonder®

O melhor e mais completo mix do mercado com ainda mais inovação e tecnologia. Produtos que são sinônimos de força e desempenho para uso profissional.

Sempre utilize equipamentos de proteção individual VONDER

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

www.vonder.com.br