

NOVA

ED. 347 | AGO 2019 | ANO XXXI  
WWW.GRUPOREVENDA.COM.BR

**1**  
A NÚMERO  
UM DO  
SEGMENTO

# REVENDA

construção

**MATERIAIS  
BÁSICOS**

do início ao fim

**EPI**  
Proteção  
se vende.  
E dá lucro!

**MARCAS  
REGIONAIS**

A importância de  
ter no balcão

VEJA  
NOSSA  
EDIÇÃO  
ON-LINE!



**E Mais:**

- Materiais Elétricos
- Instrumentos de Medição

**LEIA NA  
PRÓXIMA  
EDIÇÃO:**

Especial Sul  
Prévia dos Melhores  
Atacadistas  
Distribuidores

# Lojistas da construção civil exigem qualidade, inovação, preço justo e respeito ao consumidor. Starrett, a confiança está no nome!



**Serra Copo Diamantada com Haste**

- Linha com haste: diâmetros de 19 a 150mm
- Linha sem haste: diâmetros de 14 a 152mm
- Diamante industrial de alta performance
- Haste de 150mm com encaixe hexagonal
- Pino guia para furos precisos
- Profundidade de corte de 38mm (1.1/2")

**Indicada para cortar:**

- Alvenaria - blocos cerâmicos, tijolos, telhas, etc.
- Porcelanatos - pisos e revestimentos
- Pedras - granitos, mármore, ardósia e similares

A Starrett oferece uma linha completa de ferramentas para profissionais da construção civil. Visite nosso site, acesse vídeos e catálogos digitais com mais de 5.000 produtos.

## Starrett®

A MARCA DO PROFISSIONAL.



vendas@starrett.com.br • 0300 788-8800 • www.starrett.com.br

**FUNDADOR**

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

**DIRETORIA**

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

**HEAD DATAMKT CONSTRUÇÃO**

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

**DIRETOR EDITORIAL**

Roberto Ferreira (roberto@revenda.com.br)

**DIRETORA COMERCIAL**

Juliana Tagliapietra (juliana@revenda.com.br)

**GERENTES DE CONTAS**

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

**ADMINISTRATIVO**

Mislene Fernandes (mislene@revenda.com.br)

**FINANCEIRO**

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

**TECNOLOGIA**

Carlos Contucci (carlos@revenda.com.br)

**INTELIGÊNCIA DE MERCADO**

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

**ASSINATURAS**

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

**REDAÇÃO, ADMINISTRAÇÃO E PUBLICIDADE**

Rua Geraldo Flausino Gomes, 78 - conj. 53

**(sede própria)**

Brooklin - CEP 04575-060 - São Paulo - SP

Tel./Fax (011) 5503-2033

**REALIZAÇÃO:**

**AJUDAIDEIA**

estudioduplaideiadesign.com.br

**EDITORA:** Alessandra Cacioli

**REVISÃO:** Luis Carlos Barbosa

**FOTOS:** Shutterstock

NOVA  
**REVENDA**

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



## A FORÇA DA BASE

Todos nós sabemos que a construção começa de baixo para cima. Parece óbvio, não? Entretanto, para quem está construindo, ou reformando, a máxima ainda não é totalmente aceita.

Material básico de má qualidade vai causar sérios problemas no longo prazo. E os consumidores esquecem deste detalhe. Cabe ao lojista (sempre ele!), alertar os compradores sobre a importância do material adequado para cada obra, fazendo algumas perguntas básicas aos clientes, sobre o tipo de obra, construção ou reforma.

Pesquisa realizada pelo DataMKT Construção, do Grupo Revenda, no ano passado, com 360 revendedores de materiais de construção, nos estados de São Paulo, Rio de Janeiro, Rio Grande do Sul, Paraná, Bahia e Pernambuco, apontou que 72,3% dos entrevistados consultaram as lojas físicas para realizar suas compras. Os demais o fizeram através do *e-commerce*.

Então, o balcão é o lugar mais importante para fechar as vendas.

Finalmente, voltamos a falar da Reforma da Previdência, assunto que provocou muitas discussões este ano e tornou-se um dos argumentos mais citados pelos empresários brasileiros para justificar a estagnação da economia. Enfim, foi aprovada pela Câmara com grande número de votos a favor. Só que ainda não podemos comemorar completamente. Ainda teremos a votação no Senado Federal e só então ela será promulgada.

Entretanto, os meses de junho e julho foram mais animadores para o comércio.

Com base no resultado do PIB brasileiro no primeiro trimestre, somado aos resultados do setor no ano até aqui, a ABRAMAT – Associação Brasileira dos Fabricantes de Materiais de Construção – estima um **crescimento de 2,6% no faturamento do setor no primeiro semestre deste ano** e também revisou sua **expectativa de crescimento no ano para 1,5%**, meio ponto percentual abaixo do que havia projetado no início do ano.

Boas notícias, como as que temos para você, leitor, nesta edição.

Boa leitura!

Roberto Ferreira



**UMA VARIEDADE DE PRODUTOS  
PARA FACILITAR SEU DIA A DIA**



**MOTOMIL**

**EleTropLas**

**Garthen**

47 2103.4150

@gmegoficial

/gmegoficial

[www.gmeg.com.br](http://www.gmeg.com.br)





# VÍQUA APOSTA NA INOVAÇÃO

**F**undada em 1995 por Daniel Alberto Cardozo, que já acumula mais de 20 anos de experiência no segmento de tubos e conexões, a Víqua iniciou suas atividades atuando no setor predial. Começou, especificamente, fornecendo registros e conexões com a marca DAC (correspondente às iniciais do nome do empresário). A marca Víqua foi lançada em 2004, entrando no mercado de sanitários e na produção, pioneira no Brasil, de torneiras de ABS. A empresa, que atualmente conta com 500 colaboradores e 150 vendedores, lança neste ano uma novidade que promete se destacar no mercado: a incorporação do mecanismo de ¼ de volta em toda a sua linha de torneiras.

Daniel Alberto Cardozo Junior, 41, atual presidente, está na empresa desde 2000. Natural de Joinville (SC), casado, pai de dois filhos, Daniel é engenheiro mecânico de formação e, nesta entrevista exclusiva à **Revenda Construção**, fala dos planos da empresa.

### ■ **Revenda Construção – O que se pode esperar para o setor de materiais de construção civil?**

**Daniel Alberto Cardozo Junior** – O mercado de construção, em si, é um dos últimos a sair desta longa e dolorosa recessão. Apesar da redução, ainda existe uma quantidade grande de imóveis à venda em estoque. Já observamos que, aos poucos, a economia da construção tem reagido de forma mais dinâmica. Mas é óbvio que as construtoras vão levar um pouco mais de tempo para voltar ao ritmo das atividades da época pré-crise. O governo também está sem capacidade de investimento em infraestrutura e não consegue oferecer crédito para compra da casa própria. Esses são os principais entraves que nós enfrentamos para uma retomada efetiva de crescimento. A expecta-

tiva é que, com as reformas econômicas, as travas saiam da frente e o setor volte a crescer com certa consistência nos próximos anos.

### ■ **E o cenário econômico como um todo?**

Apostamos na retomada da economia e acreditamos que isso irá gerar reflexos importantes no desempenho dos principais setores em que atuamos. A retomada da confiança por parte do consumidor e das próprias empresas, ao lado da queda nas taxas de juros, garante maior fôlego para a construção civil.

Nessa linha, estamos dando andamento a projetos importantes no campo da inovação, que darão base ao crescimento que desejamos para o próximo período.

### ■ **O mercado de produtos de ABS está crescendo?**

Fomos nós que criamos o mercado de torneiras de ABS, somos os pioneiros. Acreditamos que existe um potencial grande de crescimento. Apesar de o mercado tradicional ainda ser o de torneiras de metal, o ABS conseguiu substituí-lo com várias vantagens. Temos um caminho longo de desenvolvimento para os próximos anos. Por exemplo, acredito que haverá novas tendências em termos de *design*, novas funcionalidades... Com certeza, em um futuro próximo, haverá uma integração com sistemas de IoT (internet das coisas). É um mercado repleto de possibilidades e em expansão.

### ■ **A Víqua tem intenção de lançar outros produtos para o segmento de sanitários e cozinhas?**

Sim. Inovar é uma constante desde que nascemos. Temos um *pipeline* de novos produtos para serem lançados. Nosso setor de Pesquisa & Desenvolvimento (P&D) busca continuamente inovações em produtos e parcerias com outras empresas.

---

*“O mercado de construção, em si, é um dos últimos a sair desta longa e dolorosa recessão. Apesar da redução, ainda existe uma quantidade grande de imóveis à venda, em estoque. Já observamos que, aos poucos, a economia da construção tem reagido de forma mais dinâmica. Mas é óbvio que as construtoras vão levar um pouco mais de tempo para voltar ao ritmo das atividades da época pré-crise. O governo também está sem capacidade de investimento em infraestrutura e não consegue oferecer crédito para compra da casa própria.”*

**DANIEL ALBERTO CARDOZO JUNIOR, PRESIDENTE DA VÍQUA**

### ■ **A empresa foi referência nos produtos de ABS para este segmento e provocou o mercado, trazendo outros players que também utilizam o ABS. Mas, na ocasião, o mercado “torceu o nariz” para produtos de ABS. Foi difícil o início?**

O pioneiro sempre tem dificuldade em quebrar os paradigmas. Veja bem: o mercado de torneiras é, tradicionalmente, denominado “metais sanitários”, pois, por muitos anos, só se utilizou o metal como material para a fabricação dos produtos. Foi difícil para nós no começo, houve forte resistência ao plástico de ABS. Tivemos que investir muito em treinamento e capacitações do *trade*, além de realizar investimentos altos em qualidade do produto, porque não poderíamos falhar. Queríamos fidelizar o consumidor, para que este não somente provasse o produto de ABS, mas experimentasse e voltasse a comprar. É uma preocupação que ainda mantemos. Em função de todo o traba-

lho realizado, hoje existe a categoria “torneiras de ABS”. Também existem novas empresas entrantes na categoria. Boas ideias são copiadas e isso faz parte do jogo competitivo. Fomos pioneiros e utilizamos todo o aprendizado para sempre sair à frente, lançando novos produtos, mais adequados ao consumidor, que atendam, cada vez mais e melhor, suas necessidades.

### ■ Como é a atuação da Víqua no mercado internacional?

A empresa exporta seus produtos desde 2005 para mais de 20 países - para 13 com regularidade -, com foco na América Latina. É a única empresa brasileira a exportar, com consistência, torneiras de plástico ABS. Além do Brasil, somos uma marca de referência e líder do mercado de torneiras de ABS no Paraguai, na Bolívia e no Uruguai.

### ■ Em termos percentuais, qual a fatia das exportações?

As exportações representam cerca de 5% do faturamento e temos planos de expandir essa fatia.

### ■ Qual a estratégia da empresa para chegar a este crescimento?

A Víqua está ampliando sua participação e prospecção internacional em feiras do segmento. No segundo semestre, planejamos a participação da Víqua nas maiores feiras de construção do mundo, que ocorrem na França e nos Emirados Árabes Unidos, para apresentar nossas novidades de 2019. Oportunidades estão sendo articuladas a partir da adesão da Víqua ao programa governamental *Think Plastic Brazil*, uma parceria entre Agência de Promoção de Exportações e Investimentos (Apex) e a Associação Brasileira da Indústria do Plástico (Abiplast) para fortalecer a projeção internacional da indústria brasileira de plástico. Por causa do programa, no começo de março, pela primeira vez, a Víqua foi à *Inter-*



*“A Víqua está ampliando sua participação e prospecção internacional em feiras do segmento. No segundo semestre, planejamos a participação da Víqua nas maiores feiras de construção do mundo, que ocorrem na França e nos Emirados Árabes Unidos, para apresentar nossas novidades de 2019. Oportunidades estão sendo articuladas a partir da adesão da Víqua ao programa governamental Think Plastic Brazil, uma parceria entre Agência de Promoção de Exportações e Investimentos (Apex) e Associação Brasileira da Indústria do Plástico (Abiplast) para fortalecer a projeção internacional da indústria brasileira de plástico.”*

### DANIEL ALBERTO CARDOZO JUNIOR, PRESIDENTE DA VÍQUA

*national Home + Housewares Show*, uma das maiores feiras do setor de artigos para casa dos Estados Unidos.

### ■ Como surgiu a oportunidade de participação na *Think Plastic Brazil*?

O programa mapeia as empresas com maior potencial. O *Think Plastic Brazil* tem duas frentes de atuação, a de embalagens e a de utilidades domésticas. Agora, se está trabalhando para ampliar os segmentos de plástico para construção civil e de *agrobusiness*. A Víqua foi convidada devido à sua longa parceria com a Apex e ao seu volume de exportações no segmento. Para entrar no programa, a empresa

passou por uma avaliação para identificação do perfil exportador. As participantes são, então, enquadradas como iniciantes, intermediárias e *experts*. A Víqua foi qualificada como *expert*.

### ■ Como o senhor avalia a performance da Víqua na *International Home + Housewares Show*? Como foi a experiência?

A Víqua estreitou laços com contatos estratégicos dos Estados Unidos, Canadá, Porto Rico e México, entre outros países da América Central e América do Sul. Foi um passo inicial para a prospecção desses mer-



# LINHA DE FERRAMENTAS A **BATERIA** **INTERCAMBIÁVEL**

*A tecnologia a favor do trabalho! Mais funcionalidade, economia e praticidade, com alto desempenho!*

- Sistema Intercambiável de Baterias: compartilhe a mesma bateria com diversas ferramentas!
- Maior autonomia e mobilidade no trabalho profissional!

## LANÇAMENTOS



IMAGENS ILUSTRATIVAS. TODOS OS DIREITOS RESERVADOS. PROIBIDA A REPRODUÇÃO PARCIAL OU TOTAL DESTES MATERIAIS E CONTEÚDO.

Bateria de Ions de Lítio  
**INTERCAMBIÁVEL**  
Uma bateria para diversas ferramentas!

[www.vonder.com.br](http://www.vonder.com.br)

Sempre utilize equipamentos de proteção individual VONDER

Assista aos vídeos e siga a VONDER nas redes sociais!

 /vonderferramentas

É bom trabalhar com

**vonder**®

Praticidade e inovação para um excelente desempenho no trabalho profissional! A escolha é sua e a qualidade é VONDER!

cados. Também construímos um excelente networking com as outras participantes do programa Think Plastic Brazil que estavam expondo no mesmo espaço e possuem produtos sinérgicos aos nossos.

De modo geral, a feira se destacou pelo seu tamanho, contou com expositores de mais de 50 países, entre os quais 400 eram novas empresas. As principais fabricantes de artigos para o lar do mundo estavam lá, então ficou claro que se tratava de uma feira lançadora de tendências.

#### ■ Quais novidades a empresa apresentou nesta feira?

Estamos lançando um novo design em todas as linhas de torneiras e incorporando o cartucho cerâmico com acionamento  $\frac{1}{4}$  de volta nas principais linhas, num total de 32 modelos, o maior volume de vendas de torneiras da Víqua. Foi essa novidade que apresentamos na feira norte-americana, além do nosso mix de produtos, um portfólio de 500 itens. Além de fabricar produtos para banheiro, cozinha e área de serviço, a Víqua atua fortemente no setor predial e nas áreas de jardim e irrigação, sendo pioneira no segmento de regis-

tro monobloco. É uma das principais fornecedoras de registros e conexões nesse mercado, com marca forte e consolidada no segmento.

#### ■ Qual é o diferencial do cartucho cerâmico com acionamento $\frac{1}{4}$ de volta?

O acionamento  $\frac{1}{4}$  de volta agora garante um total de 200 mil acionamentos para as torneiras, o que corresponde a uma vida útil de mais de 15 anos. Era um mecanismo que tínhamos em algumas torneiras mais caras, mas o nosso propósito é levar torneiras boas, bonitas, com uma boa garantia, preço e funcionalidade à toda a população brasileira. A intenção é que todas as nossas linhas de torneiras, no futuro, sejam  $\frac{1}{4}$  de volta.

#### ■ Qual é a expectativa de crescimento tendo em vista esta novidade?

Neste ano, a expectativa é crescer cerca de 20% em vendas de torneiras de ABS, que se destacam pela elevada qualidade, matéria-prima e processos sustentáveis, além de excelente acabamento estético e funcional. Todas as torneiras Víqua têm garantia de 12 anos e vêm com arejador, jato suave e redução do consumo de água de até 50%.



*“Neste ano, a expectativa é crescer cerca de 20% em vendas de torneiras de ABS, que se destacam pela elevada qualidade, matéria-prima e processos sustentáveis, além de excelente acabamento estético e funcional. Todas as torneiras Víqua têm garantia de 12 anos e vêm com arejador, jato suave e redução do consumo de água de até 50%.”*

**DANIEL ALBERTO  
CARDOZO JUNIOR,  
PRESIDENTE DA VÍQUA**

#### ■ A Víqua pretende lançar outros produtos neste ano?

Trazer novidades para o mercado é uma constante para nós, além de ser um diferencial competitivo frente aos concorrentes. Neste ano, a Víqua ainda planeja incorporar novos modelos de torneiras para banheiro e cozinha.

#### ■ O desenvolvimento dos produtos é feito na empresa, em Santa Catarina?

Sim, é feito aqui na nossa empresa, localizada em Joinville (SC). Dependendo da complexidade do produto em desenvolvimento, tanto em termos técnicos como em design, nós contratamos algumas empresas ou universidades federais parceiras. Mas as ideias são criadas aqui, pela nossa equipe interna, e a maior parte delas também é executada internamente.

#### ■ Serão feitos investimentos na fábrica?

Sim. Nós crescemos constantemente todos os anos, então, sempre é necessário fazer investimento em ampliação da capacidade produtiva, na melhoria dos processos e da qualidade, procurando redução de custos

# CORTADORES DE CERÂMICAS E PORCELANATOS

Máxima produtividade na colocação de revestimentos! Mais facilidade, precisão e maior capacidade de corte, com excelente acabamento!

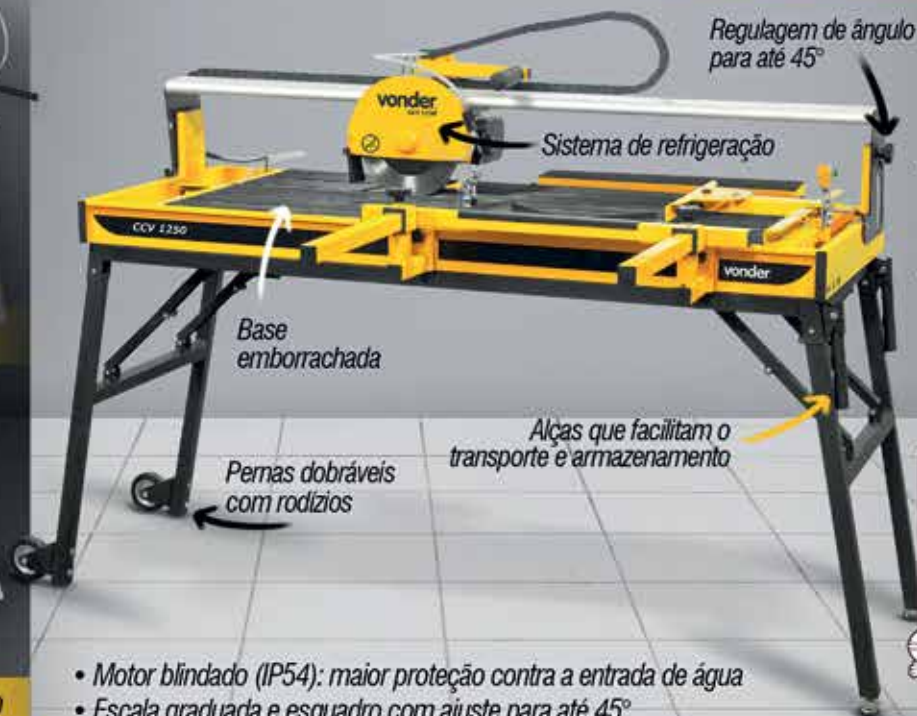
CCV 1250 ◀



CCV 900 ▶



◀ CCV 550



Regulagem de ângulo para até 45°

Sistema de refrigeração

Base emborrachada

Pernas dobráveis com rodízios

Alças que facilitam o transporte e armazenamento

- Motor blindado (IP54): maior proteção contra a entrada de água
- Escala graduada e esquadro com ajuste para até 45°
- Dreno, que facilita a retirada da água e limpeza do equipamento

www.vonder.com.br

Sempre utilize equipamentos de proteção individual VONDER

Assista aos vídeos e siga a VONDER nas redes sociais!



@vonderferramentas



## LANÇAMENTOS

É bom trabalhar com

# vonder®

Uma obra bem feita começa com os equipamentos certos! A escolha é sua e a qualidade é VONDER!

# REVENDEDORES, VOTEM NO MELHOR ATACADISTA

**R**evendedores de materiais de construção de todo o Brasil votarão no **14º Prêmio Excelência Atacadista Distribuidor de Material de Construção**. Baseado em um *mailing* de mais de **60 mil lojas de materiais de construção** de pequeno, médio e grande porte, pesquisadoras do **Quinta Essência Pesquisa e Inteligência de Mercado**, do **Grupo Revenda**, entrarão em contato com os lojistas para que estes votem no atacadista distribuidor de sua preferência.

As entrevistas serão feitas por meio de telefonemas, aprimorando ainda mais a pesquisa, uma vez que, para determinar a distribuição dos telefonemas, será levada em consideração a importância da região/Estado.

O evento de premiação do **14º Prêmio Excelência Atacadista Distribuidor** será realizado no dia **10 de setembro**, no Secovi-SP.

# GERADORES/INVERSORES A GASOLINA

**Máxima tecnologia e  
eficiência na geração  
de energia!**

**Ideais para ligar lâmpadas, ferramentas  
elétricas, motores elétricos, geladeiras e  
muitos outros aparelhos!**

**Tecnologia do tipo inversor:**  
Menor ruído e menor consumo de combustível.  
Contam com visor de cristal líquido que  
informa a tensão, frequência e rotação

Sempre utilize equipamentos  
de proteção individual VONDER



**GIV 3200**

Potência: 5,7 hp  
Motor: 208 cm<sup>3</sup> (cc)

**Mais leves,  
compactos  
e eficientes**

**Controle  
microprocessado:**  
geração de energia limpa  
e estável com protetor  
contra sobrecarga

**Partida manual retrátil  
com opção para partida  
elétrica e remota\***  
(não acompanha bateria)  
\*modelo GIV 3200

**Conheça também  
os modelos:  
GIV 1000 E GIV 2000**



Visor de  
cristal líquido

Duas tomadas de saída  
padrão brasileiro e uma  
saída USB

Possui luzes indicativas  
de falta de óleo,  
sobrecarga e ligado

**Acompanha dois  
controles remotos**



**Assista aos vídeos e siga a  
VONDER nas redes sociais!**



/vonderferramentas

É bom trabalhar com

**vonder**®

Com os equipamentos certos, o trabalho fica ainda melhor! **A escolha é sua e a qualidade é VONDER!**

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



# APRENDENDO COM AS **MARCAS REGIONAIS**

As marcas regionais continuam sobrevivendo, apesar da infundada hipótese de que nada deteria a força das grandes marcas

**S**empre se alimentou uma expectativa de que, pouco a pouco, as marcas regionais, aquelas concentradas em alguns estados do país apenas, seriam engolidas pelas marcas de distribuição nacional e pelas redes de varejo internacionais. A expectativa, que se transformou numa infundada hipótese, supunha que nada deteria a força das grandes marcas, as quais viriam a ocupar todo o espaço de mercado das regionais. Somos etnocêntricos! E nosso etnocentrismo não enxergou direito o que se passa nas “trincheiras” dos mercados regionais. As marcas regionais não foram tragadas pelo tsunami das grandes marcas. E mais que isso, elas continuam tendo um peso muito grande no varejo brasileiro. O que é etnocentrismo? É uma visão particular do mundo, apoiada em nossas próprias crenças e perspectivas individuais. Tomamos nosso próprio grupo como centro de tudo e nossa visão como universal. Louis Gerstner (ex-CEO da IBM) formulou o risco do etnocentrismo na gestão de negócios desta maneira: “*A desk is a dangerous place from which to watch the world*”. Essas são inquietações que continuam nos incomodando. Afinal, de onde viria a força das marcas regionais? O *branding* precisa se libertar dessa visão etnocêntrica. Identificamos 6 fatores que revelam como elas, as marcas regionais de produtos e do varejo, cultivam sua força e poder de mercado.

## 1 “APARTHEID MERCADOLÓGICO”

Como, tradicionalmente, nossa gestão de mercado foi orientada para as classes A e B, o que era consumido pelas demais não recebia o mesmo grau de atenção. Embora isso venha mudan-

do, ainda não nos curamos da ressaça desse “apartheid mercadológico”. Aliás, numa analogia com o universo automobilístico é como se as classes C e D sempre fossem vistas como um tipo de classe AB um ponto zero.

## 2 SEGREDO LOGÍSTICO

As marcas regionais aproximam as pontas da produção, distribuição e consumo. Elas são fabricadas muito mais próximas dos respectivos mercados de consumo. Num país continental como o nosso, eu preciso dizer a vocês a diferença que isso faz nas planilhas de custo?

## 3 CULTURA LOCAL

Esse talvez seja o fator que melhor representa o efeito nocivo do etnocentrismo. As marcas regionais conseguem compreender muito melhor o que pensam e sentem os consumidores e clientes que estão ao seu lado.

## 4 CONFIRMAÇÃO DA PRESENÇA

“Eu sei que posso contar com ela. Ela sempre esteve aqui com a gente”, disse uma consumidora, referindo-se a uma loja em Minas Gerais. O que, em outras, palavras ela nos dá, é um atestado de confiança na permanência da marca, a certeza de que esse laço recíproco de aliança não será rompido.

## 5 “BELONGING”

Nossa tradição mercadológica nos condicionou a pensar sempre em marcas como um instrumento de diferenciação social. “Dentro deste carro, o mundo vai vê-lo de uma forma diferente” ou “tão bonitinha e cheirando igual a um homem”. Posicionamentos como esses, para um automóvel ou para um desodorante,

são apenas exemplos banais dos bilhões e bilhões que já investimos em *marketing* de diferenciação social. As marcas regionais se alimentam de outra coisa. Acho que podemos chamar isso de *marketing* de integração. Nas palavras de uma consumidora de Pernambuco, referindo-se a uma determinada marca de macarrão: “Sinto que ela é acolhedora e cuida da minha família. Além disso, é uma marca que todo mundo gosta de usar.”

## 6 PRESERVAÇÃO DA IDENTIDADE

Um país como o nosso tem Chechê-nias, Quebecs, Catalunhas, Sérvias e Macedônias. Nossa língua, nossa mídia e muitas crenças, no entanto, nos mantêm juntos, apesar de tantos particularismos. Mas isso não apaga as identidades e idiosincrasias regionais. E são elas exatamente que alimentam o poder das identidades locais de marcas de produto e redes de varejo. Certas marcas no Brasil são, ao mesmo tempo, fonte de orgulho e reafirmação da identidade regional. Não me canso de lembrar de um pequeno poema do Fernando Pessoa, chamado O Tejo, em que ele diz o seguinte: “O Tejo é mais belo que o rio que corre pela minha aldeia, / Mas o Tejo não é mais belo que o rio que corre pela minha aldeia / Porque o Tejo não é o rio que corre pela minha aldeia”.



**Jaime Troiano é presidente da Troiano Branding**



# DONA DO PEDAÇO

Um país continental, como o Brasil, tem muitas particularidades, costumes e regionalidades. Por isso, as marcas regionais continuam crescendo

**A**s marcas regionais possuem um poder de ir além do simples desejo do consumidor, uma vez que no lugar onde ela “nasceu”, e tem atuação forte, seu valor já é bem reconhecido, afinal é ela que gera emprego e provoca orgulho na na localidade. Exemplo disso são os fabricantes de tintas Hidracor e Iquine, as mais vendidas na região Nordeste. As ações realizadas por estes fabricantes no ponto de venda, e a boa qualidade dos seus produtos, fazem com tenham boa aceitação no mercado. Outra marca regional do segmento bem vendida foi a Leiner-

tex, no Centro-Oeste, atrás, apenas, de dois grandes players do mercado.

A chance de ser aceita regionalmente é maior do que a de marcas de atuação nacional. Por isso, as marcas regionais devem se concentrar em trabalhar seus valores na mente do cliente/consumidor. A empresa regional conhece bem o consumidor e participa da cultura local. Para as concorrentes, as empresas de atuação nacional, é necessário um pouco mais de esforço.

Os investimentos em *marketing* sem dúvida contribuem para isso. O *marketing*, quando bem direcionado, garante que a marca vai tocar o coração do consumidor. Quando orientado para o consumidor, apresenta a este personagem a marca de uma outra forma, com missão, visão e valores preocupados em oferecer soluções para os problemas da sociedade. É uma comunicação de “coração para coração”. O fabricante regional não deve se preocupar em competir com as grandes marcas. Realizar um bom trabalho de relacionamento e manter a qualidade do seu produto são as coisas mais importantes para seu desempenho comercial. E, também, é importante um trabalho de relacionamento com a comunidade onde está inserido. Afinal, é ele quem gera os empregos na cidade.

**Hidracor**



“

A Hidracor tem muito orgulho de ser uma marca regional que entrega qualidade em padrões mundiais. Porque regional não é necessariamente sinônimo de mais modesto! Vou dar um exemplo: este ano, após a estação chuvosa, os vizinhos me perguntaram por que a pintura da minha casa ficou mais preservada que a deles. Perguntaram se eu tinha usado algum produto especial... Essa é uma dimensão que precisa ser trabalhada na cabeça do consumidor. Ainda existe um senso comum, francamente incorreto, de que os produtos da marca global seriam sempre superiores a qualquer produto de uma marca regional. Não, não, não!! O produto mais barato (menos caro?) da marca global é apenas um produto de comba-

te para eles, muito menos importante no seu negócio! E os produtos de combate, de primeiro preço, das empresas idôneas claro, balizam-se todos pela exata mesma norma técnica – seja de uma marca global ou regional. Gradualmente, os consumidores vão percebendo que o mesmo dinheiro compra um produto superior numa marca regional, quando comparado ao tipo de produto que poderia comprar de uma marca global. Que o mesmo dinheiro que compra um latão de Econômica da marca global, compram a mesma quantidade de um Standard da marca regional. Que o mesmo valor que compra um Standard da marca global, compra um Premium ou até um super-lavável da marca regional.

Então, a resposta que meus vizinhos ouviram foi “eu comprei o melhor produto que a Hidracor tem à venda. Podem ir às lojas tal, tal e tal que vocês vão encontra-lo ao mesmo preço que um produto intermediário das marcas globais. E a diferença de resultado, vocês acabaram de ver qual é...”

Paulo Janousek, presidente Hidracor



A Hidracor é a segunda marca de tinta mais lembrada no nordeste.



O resultado é da pesquisa Top Of Mind da Revista Revista Construção 2019 e se torna ainda mais relevante por se tratar de uma votação realizada com os lojistas e revendedores de materiais de construção. Em âmbito nacional, a Hidracor foi a oitava marca mais lembrada na categoria Tintas em Geral.

MATERIAIS BÁSICOS



UM TOUR PELOS  
MELHORES PRODUTOS  
MATERIAL BÁSICO

O QUE COMEÇA BEM, TERMINA AINDA MELHOR

# MATERIAIS BÁSICOS



Segundo a Pesquisa Painel Lojistas de Bairro, que entrevistou, em agosto de 2018, 360 revendedores de materiais de construção – multicategorias pequenos e médios –, em seis Estados brasileiros – São Paulo, Rio de Janeiro, Rio Grande do Sul, Paraná, Bahia e Pernambuco –, para 45% dos entrevistados, Materiais Básicos é a segunda categoria mais importante para o faturamento das lojas, superada, de perto, apenas por Materiais Hidráulicos, com 46,7%, e, bem à frente de Materiais Elétricos, com 40,6%, para ficarmos nas três mais importantes.

No entanto, além da importância dos materiais básicos para o faturamento das Lojas de Bairro, deve-se avaliar a importância estratégica dessa categoria, pois sinaliza, contundentemente, para o início de uma obra que necessitará num breve futuro, mais materiais básicos complementares (ou alguém acha que essa primeira compra é certa?) e de uma infinidade de materiais de acabamento, com maior valor agregado.

Nesse momento, atendê-los muito bem, identificar o perfil desses consumidores e suas intenções futuras é fundamental para mantê-los por perto, e, de preferência, comprando mais durante esse longo ciclo de consumo.

De fato, se avaliarmos dados de outra pesquisa DataMkt Construção, o Painel Comportamental do Consumo de Materiais de Construção 2018, que entrevistou, também em agosto de 2018, 900 consumidores de materiais de construção que realizaram

grandes obras/reformas residenciais no último ano, 58,1% disseram que compraram os materiais de acabamento na(s) mesma(s) loja(s) em que haviam comprado os materiais básicos.

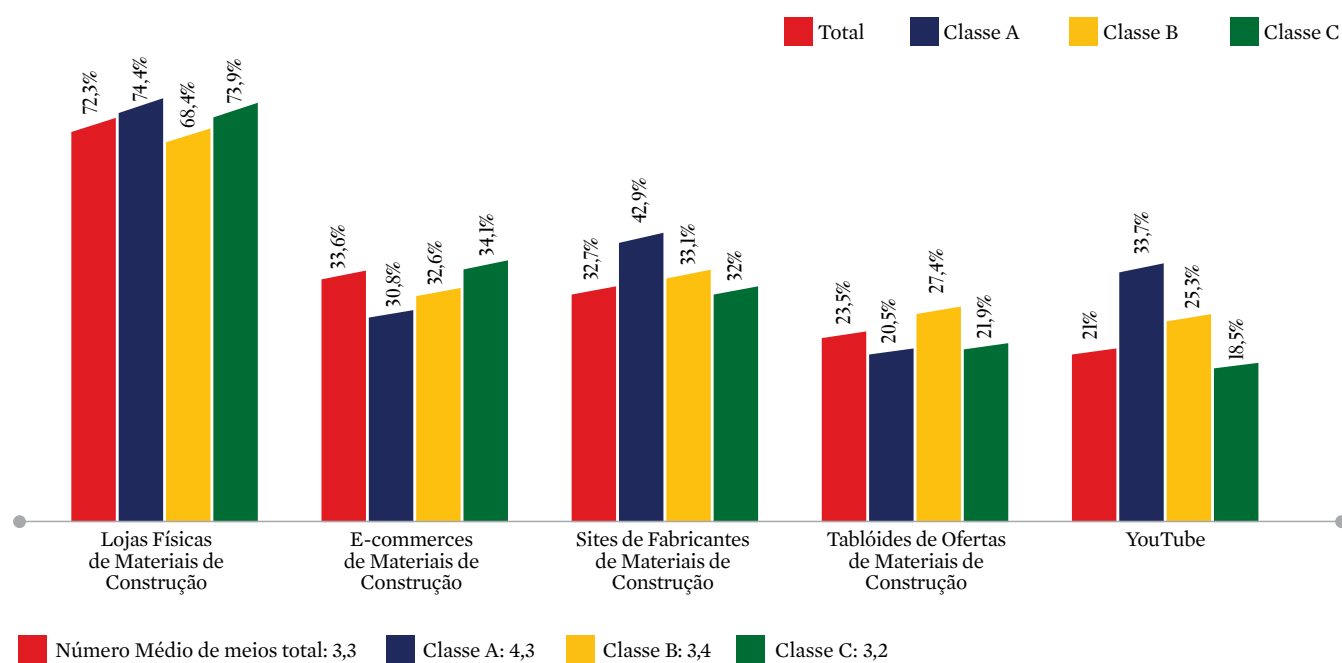
Do total de entrevistados, 83,7% pintaram suas residências; 70,2% trocaram pisos e revestimentos; 64,2% trocaram a parte elétrica e 52,9% fizeram obras básicas estruturais, considerando levantar cômodos, cobrir a residência, reformar utilizando tijolos, cimento, telas, arames, vigas, areia, vergalhões, impermeabilizantes, telhas cerâmicas, de concreto ou fibrocimento etc.

Vamos, então, acompanhar apenas esses consumidores que fizeram obras básicas estruturais – além, claro, de outros tipos de obras de acabamento –, e descobrir quais os canais mais utilizados para busca de informações antes da obra/reforma e, num momento seguinte da jornada de compra, quais os tipos de lojas mais utilizadas para as compras.

As lojas físicas de materiais de construção foram os canais mais consultados por esse perfil de consumidor, pois 72,3% as visitaram para pesquisar preços e comparar informações dos produtos – antes mesmo de iniciarem as compras –, inclusive, utilizadas de maneira praticamente igual por todas as classes sociais, como podemos ver no gráfico 1.

O segundo canal mais consultado, por 33,6% desse perfil de entrevistados, foram os e-commerces de materiais de construção, também distribuídos de maneira semelhante em todas as classes sociais, diferentemente do terceiro canal mais consulta-

## TIPOS DE MEIOS MAIS CONSULTADOS POR CONSUMIDORES QUE REALIZARAM OBRAS BÁSICAS/ESTRUTURAIS



Base absoluta 449 – (consultas anteriores ao início da obra por somente quem realizou obras básicas estruturais, além de outros tipos de obras de acabamento – somente os cinco meios mais consultados)

do: os *sites* dos fabricantes de materiais de construção.

Segundo o Painel, eles foram consultados por 32,7% desse perfil de entrevistados, porém com maior incidência nos consumidores da classe A, com 42,9% e equilíbrio nas classes B e C, para ficarmos apenas nos três tipos mais citados.

Somente por esses dados, vemos que as buscas por informações procuram equacionar, num mesmo momento, características dos produtos e preços, sendo, portanto, fundamental um atendimento e/ou exposição consultiva em ambos os canais: físicos e virtuais. Afinal, ao consultar uma loja física ou virtual e se sentir bem atendido, as chances das primeiras, segundas, terceiras e todas as outras compras ocorrerem nesse canal aumentam consideravelmente, pois, como vimos, esse primeiro atendimento para compras de Materiais Básicos é fundamental para o negócio.

Bom, mas passado o momento de consulta e busca de informações, começam as compras!

As lojas de Materiais Básicos (que vendem somente areia, cimento, pedras, tijolo, arames etc.) foram utilizadas por 63,7% dos entrevistados, com destaque para a região Sudeste, com incidência de 67,5%, a região que mais as utilizou.

Em seguida, vieram as lojas de bairro (pequenas, médias e multicategorias), utilizadas por 53,8%, com destaque para a região Centro-Oeste, com 57,1%, para ficarmos apenas nos três tipos de lojas mais utilizadas por esse perfil, *Home Centers/lo-*

jas grandes, utilizadas por 47,9%, com destaque para a região Sudeste, com 54,6%, conforme o gráfico 2.

Interessante notarmos a alteração nos tipos de canais mais frequentados quando comparamos com o total da amostra, quem fez e quem não fez obras básicas estruturais: 53,6% utilizaram as lojas de bairro; 43,9% utilizaram os *Home Centers/lojas grandes*; 38,8%, lojas de tintas e, somente em quarto lugar, os depósitos de Materiais Básicos, com 33,7%.

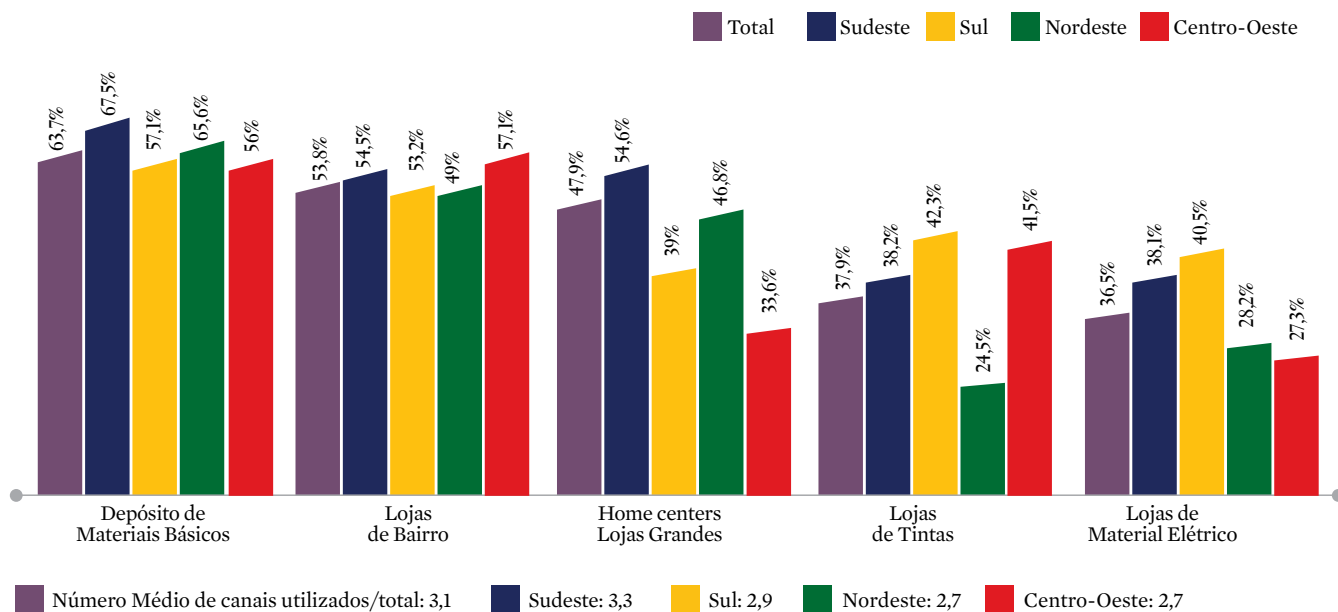
Vemos, portanto, a importância das lojas especializadas em Materiais Básicos no segmento, porém se, de fato, a compra desses materiais inicia um longo período e há fidelidade em relação ao primeiro tipo de loja utilizada, onde esses consumidores comprarão os materiais de acabamento?

Talvez, tenhamos aí uma oportunidade para as lojas de bairro e *Home Centers/lojas grandes* trabalharem, ainda mais profundamente, essa categoria, visando, também, compras futuras, ou até mesmo, parcerias com os depósitos.

Afinal, ao cuidarmos bem do princípio, inclusive oferecendo as melhores marcas de Materiais Básicos, aumentamos a chance de cuidarmos, ainda melhor, de todo o resto.

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

## TIPOS DE LOJAS MAIS UTILIZADAS POR CONSUMIDORES QUE REALIZARAM OBRAS BÁSICAS/ESTRUTURAIS



Base absoluta 449 – (canais utilizados para compras por somente quem realizou obras básicas estruturais, além de outros tipos de obras de acabamento – somente os cinco meios mais utilizados). NT: assinalada utilização, independentemente do número de itens, volume ou valores gastos.

QUEM COMPARA  
QUALIDADE  
**SEMPRE PEDE  
LAMESA.**

www.lamesa.com.br



MAIS SEGURANÇA  
E TRANQUILIDADE  
PARA SUA OBRA

**LAMESA**  
CABOS ELÉTRICOS

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

# A BASE TEM QUE SER BOA

UM TOUR PELOS  
MELHORES PRODUTOS  
MATERIAL BÁSICO

Se a construção nasce boa, cresce boa.

Por isso, utilizar materiais de boa qualidade, ótima procedência e, importante, bem aplicados, é fundamental para que a obra tenha longa duração.

E a importância do revendedor é fundamental, ao comercializar produtos de qualidade. Agindo assim, todos ganham e o cliente, satisfeito, volta sempre.



## ARGOS

O carro-chefe de vendas é, sem dúvidas, o Cimento Branco Estrutural Argos, de 25 kg, seguido do Gesso Argos, de 20 kg. Segundo Luis Carlos Cioca de Lima, do departamento comercial da Argos, “também vendemos o gesso em embalagens de 1 kg e 5 kg, que têm ótima saída”. A Argos trabalha com uma expectativa

de crescimento, para este ano, em torno de 20% em relação ao ano passado, visto que o mercado de materiais construção está em franco aquecimento. “Estamos construindo um galpão em uma área de 1.200 m<sup>2</sup> para aumentar nossa capacidade de armazenagem, visto que o cimento branco comercializado é de origem estrangeira e sua compra demanda prazos de até 45 dias”, informa Lima.



## BOSTIK FORTALEZA

Os produtos em destaque da Bostik são: Overcoll - argamassa colante de sobreposição para áreas internas e externas indicado para paredes e pisos; Rejunta Acrílico - rejuntamento monocomponente para áreas internas e externas. Indicado para juntas de 1 mm a 5 mm de espessura; Rejunta Fine (novo) - rejuntamento resinado, forte, superfino e de fácil

aplicação em juntas de 1 mm a 5 mm; Selantes e Adesivos - linha Fixar Sem Furar e Silicones Neutros/Acéticos.

A Bostik Fortaleza compartilha da onda de confiança no mercado. De acordo com o engenheiro Luis Laguna, *National Marketing Manager*, a empresa está “investindo na modernização do nosso parque fabril, na contratação

de profissionais e em novos produtos, com a finalidade de nos prepararmos para o crescimento sustentável do mercado e, assim, continuar atendendo com excelência nossos clientes”.

Por isso, explica a Bostik Fortaleza liberou R\$ 5 milhões este ano para a melhoria de processos, equipamentos e novos produtos.



## JUNTALIDER

A Juntalider atua no mercado de materiais de construção desde 1989. “Oferecemos uma diversidade de materiais de acabamento com excelência em todos os processos: desenvolvimento, produção, logística e, principalmente, no atendimento ao cliente, contando com uma equipe treinada para garantir suporte integral aos clientes e fornecedores”, informa Caroline Monteiro, do *Marketing*.

Os produtos de destaque são: Argamassa Colante Especial Porcelanato Interno - 20 kg para assentamento de porcelanatos de até 60 x 60 cm e pastilhas cerâmicas e de porcelanas em áreas internas, além de assentamento de revestimentos cerâmicos, pisos e azulejos em ambientes internos. Argamassa Colante Especial Piso s/ Piso e Porcelanato Externo - 20 kg para sobreposição de revestimentos e porcelanatos externos e internos, assentamento de porcelanatos de até 60 x 60 cm em áreas externas, mármore, granitos, pastilhas cerâmicas e porcelanas em áreas internas e externas e gesso acartonado (áreas internas). Pode ser utilizado, ainda, para revestimento de piscinas residenciais não aquecidas com dimensões (do revestimento) de até 20 x 20 cm e absorção > 0,5%. A empresa é certificada pela ISO 9001:2015.

## MAXPISOS

A Maxpisos destaca o Cimento Queimado Líquido Piso, uma argamassa autonivelante em pó pré-dosada (basta adicionar água e misturar com haste misturadora de argamassa), ideal para revestir e regularizar pisos residenciais, comerciais e industriais; e o Cimento Queimado Líquido Parede. “O queridinho do momento”, na opinião de Marcos Menezes, assessor comercial da empresa que destaca como suas propriedades a alta durabilidade e resistência, tornando-o ideal para acabamentos sofisticados e duradouros.

Menezes diz que “o cimento queimado é contemporâneo, combina estilo e praticidade na aplicação de marmorizado e concreto aparente”.

O Cimento Queimado Líquido - Parede Branco pode ser aplicado direto em superfície cimentícia como bloco, reboco e concreto. Elimina o uso da massa corrida, massa acrílica, gesso e revestimentos à base de cal, oferecendo maior resistência, durabilidade e acabamento ultraliso.

O Cimento Queimado Líquido - Parede Color tem várias opções de cor: cinza claro platina, cinza escuro, terracota, beterraba. Pode ser aplicado direto em superfícies cimentícias, como bloco e concreto. Elimina o uso de massa corrida, massa acrílica, gesso, revestimento a base de cal e pintura de acabamento.

Informa que a empresa vai investir em novos produtos ainda este ano. “O mercado da construção precisa de soluções do tipo “pegue e faça você mesmo”, ou materiais que utilizem a mão de obra comum na obra como as do pintor, pedreiro, azulejista. A questão é o apelo ecológico dos produtos à base água, sem cheiro”, finaliza.

## PARABONI

A Paraboni iniciou suas atividades em 1946 com a produção e conserto de ferramentas agrícolas. “Logo nos primeiros anos identificamos uma demanda crescente por ferramentas que facilitassem a vida do construtor civil. E, de lá para cá, evoluímos nossos produtos, sempre mantendo nossa qualidade”, conta Mônica Petró, do *Marketing*.

A Paraboni é pioneira na produção da chamada Linha Pe-



sada Forjada (pás, enxadas, picaretas etc.). “O resultado é a confiabilidade, durabilidade e a tradição dos nossos produtos no ponto de venda”, diz.

Há 20 anos, ativaram sua fábrica de carrinhos de mão e evoluíram a linha. Atualmente, são 19 configurações diferentes de carrinhos e a linha toda é composta por 37 SKU's, considerando todos os acessórios.

A Paraboni segue ampliando seu mix de produtos, desenvolvendo novas soluções para tarefas tradicionais, mas também ativando categorias que passaram a figurar nas vendas de materiais de construção e ferragens, como as linhas de utilidades e bazar.

## A.CASTELLANO

As peneiras profissionais da A.

CASTELLANO

são fabricadas

100% em aço, com

telas dos tipos cal/fubá,

arroz/areia fina, areia/areia média, feijão/areia grossa e café/chapisco, com diâmetros de 20/25/30/40/55/70 centímetros - as de 40 e 55 cm de diâmetro dispõem de duas opções de altura dos aros, com 3 e 5 centímetros.

A linha Peneiraço Vitória possui tela de aço expandido e a abertura da malha com este tipo de tela não se altera com o uso, proporcionando padronização e homogeneidade ao material que será peneirado.

Leonardo Castellano, diretor de Mercado, espera um bom resultado este ano, prevendo fechar as vendas com aumento de 6%. “Depois de três anos sem investimentos significativos, já investimos na compra de maquinário e de veículo de carga. As máquinas novas estão instaladas e operando, e o veículo de carga previsto para entrega em agosto. Ainda este ano, vamos terminar o ciclo de investimento com reforma e melhoria de instalações”, diz.

## TELAS MM

Fundada em 1976, a Telas MM é uma das principais indústrias de telas metálicas para filtração e proteção. Além disso, fornece telas mosquiteiras fabricadas em aço inox, aço galvanizado, aço com pintura epóxi preto, alumínio e fibra de vidro revestida com PVC nas cores cinza, branca e verde e nas mais variadas larguras, para aplicação em portas e janelas para impedirem a passagem de insetos.

Ainda no segmento de telas mosquiteiras, a Telas MM recebeu o Selo de Inovação 2019 na FEICON pelo lançamento das telas e cortinas mosquiteiras magnéticas. Fabricadas com fios de fibra de vidro e revestidas com PVC, estas telas são antichama, isto é, não propagam fogo, não desfiam,



não ressecam, são laváveis, resistem a todo tipo de clima, combinam com qualquer ambiente, são 100% ajustáveis ao tamanho da janela ou porta e fixam em qualquer superfície.

Entre outros produtos comercializados, a Telas MM disponibiliza ao mercado da construção civil as peneiras de aro plástico com chapa expandida.

Gerson Mattiuzzo Jr. informa que a empresa vai investir, ainda este ano, R\$ 3 milhões. “Estamos bastante otimistas. É um dos principais segmentos em que atuamos e isso demonstra sinais de aquecimento. O déficit habitacional – estimado em 7,97 milhões de moradias, segundo a FGV, impulsiona a demanda por materiais de construção”, encerra Mattiuzzo Jr.

## TRAMONTINA

Com propriedades especiais de estampagem, o que torna a caçamba mais resistente e durável, os carrinhos de mão Tramontina têm acabamento com pintura eletrostática a pó, para melhor apresentação visual e maior proteção contra oxidação. Produto fabricado segundo norma ABNT NBR 16269.

O carrinho de mão 50 L, com caçamba metálica rasa redonda, braço metálico possui eixo de aço de alta resistência, bucha em nylon autolubrificante e caçamba redonda rasa de 0,6 mm (chapa 24), com capacidade para 50 l. O Carrinho de mão Extraforte tem caçamba metálica reforçada, 65 l, braço metálico, empunhaduras ergonômicas, borda reforçada, eixo de aço de alta resistência e bucha em nylon autolubrificante.

A empresa entende que o consumidor busca por produtos que facilitem e agilizem os trabalhos na construção civil. Por isso, a Tramontina investe continuamente na atualização tecnológica dos meios de produção, pesquisa



e no controle de qualidade. O CIPeD (Centro de Inovação, Pesquisa e Desenvolvimento) agrega qualidade ao processo de produção dentro dos mais rigorosos padrões exigidos pela legislação. Tudo é feito para assegurar a constante melhora e atender à dinâmica de um mercado sempre em transformação. É dessa forma, buscando renovação permanente, que a empresa garante sua credibilidade nos mercados nacional e internacional.



## VIAPOL

A Viapol é uma das maiores empresas químicas no Brasil, que trabalha com soluções completas e eficazes para o mercado da construção. “Entre as soluções oferecidas temos a categoria de aditivos, dedicada a atender os produtos básicos, visan-

do reduzir as patologias e aumentar o seu desempenho. Nesta categoria, destacamos as famílias de produtos: Viacal, Vifix e Contra-Umidade”, explica Solange Olimpio, gerente de produtos.

Produtos: Viacal, aditivo plastificante, indicado para argamassa de assentamento e reboco. Quando adicionado às argamassas de cimento e areia confere excelentes características de plasticidade, trabalhabilidade, maior aderência e reduz a formação de trincas por retração, proporcionando um ótimo acabamento. Vifix, adesivo de alto desempenho, indicado para argamassa de chapisco, concreto, como adesivo para argamassas de piso, reparo, regularização, revestimento e plastificante retardador de gesso. Contra-Umidade, aditivo que oferece impermeabilidade quando misturado às argamassas e concreto, agindo por hidrofugação dos capilares, permitindo a respiração dos materiais.

Solange explica que a Viapol atualmente trabalha com uma nova categorização de produtos, visando se comunicar de maneira mais fácil e eficaz com seus consumidores. “Este novo conceito proporciona uma maior facilidade na escolha dos produtos Viapol no ponto de vendas. Sendo assim, temos apresentado novidades na categoria de cimentos, com o lançamento do Viaplus Reparo, um produto diferenciado que oferece uma solução para resolver os problemas com mofo, bolor e bolhas em qualquer parte da parede e conta, ainda, com um acabamento extraliso. Lançamos também uma resina acrílica à base d’água, resina protetiva para as telhas e tijolos à vista, entre outros, e reposicionamos toda a categoria de proteção de superfície e fachadas”, explica Solange.





# AQUI, CADA CLIENTE É IMPORTANTE!

E é por isso que cada negócio é tratado com o devido cuidado.

Na **Center Fertin**, você fará o melhor negócio para sua empresa!



## TRADIÇÃO

Desde 1983 no mercado no ramo de materiais para construção



## PORTFÓLIO

+ de 8.000 itens em estoque com as melhores marcas do mercado a preços competitivos



## ATENDIMENTO DE QUALIDADE

competente equipe atuando interna e externamente



## ENTREGA PRÓPRIA

realizamos nossas entregas, majoritariamente, com frota própria por motoristas e ajudantes capacitados para isso



## DISTRIBUIDOR OFICIAL TIGRE

Distribuidor oficial Tigre em São Paulo, oferecendo aos nossos clientes serviços exclusivos



**Center  
Fertin**  
ATACADISTA E DISTRIBUIDOR



GRANDE SÃO PAULO (11) 3376.8000 | (11) 5515.8000 - OUTRAS LOCALIDADES 0800.722.0808



[www.centerfertin.com.br](http://www.centerfertin.com.br)



[vendas@centerfertin.com.br](mailto:vendas@centerfertin.com.br)



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



### VEDACIT

A Vedacit acaba de concluir uma reestruturação comercial. A mudança amplia a equipe e investe no desenvolvimento das pessoas, além de preparar a empresa para o crescimento previsto para os próximos anos.

Divididas em Centro-Rio, Sul, São Paulo e Neno (Nordeste e Norte), as novas regionais contam com uma equipe comercial preparada para atuar em todo o país, com o mesmo modelo de atendimento, segmentação de clientes e nível de serviço. Os investimentos realizados para efetivar esta mudança ampliam as oportunidades de crescimento e de atuação nos mercados locais, fortalecendo ainda mais a presença da empresa regionalmente.

Bruno Pacheco, gerente de produtos da Vedacit, explica que a empresa trabalha com ritmo lento de crescimento do mercado.

“No início do ano, acreditávamos em um mercado que cresceria por volta dos 3%, porém, com o reflexo do adiamento da aprovação da reforma da previdência, a confiança do consumidor cedeu nos últimos meses. Isso resultou em frustrações do crescimento da economia para o ano e levou a revisão do cenário econômico do segmento para baixo. Mesmo com esse cenário, a Vedacit continua investindo e buscando novos mercados para continuar com o crescimento esperado”, diz.

A Vedacit destaca “os melhores amigos da obra”, produtos essenciais para construir ou reformar e garantir a impermeabilização completa do imóvel. São eles: Vedacit, Neutrol, Vedapren, Vedapren Parede, Bianco e Vedatop.



### SIKA

A Sika tem ampliado os seus investimentos em mercados emergentes, acelerando o aumento das cadeias de abastecimento locais. Nos últimos anos, abriu mais de 50 novas fábricas no mundo. O investimento mais recente foi a aquisição do grupo Parex, em maio deste ano. Com vendas anuais de 1,2 bilhão de francos suíços, a Parex é uma fabricante líder no ramo de argamassas com um impressionante histórico de crescimento lucrativo e margens atrativas. A Sika e a Parex são duas empresas fortes e altamente complementares na

linha de produtos e na abrangência de mercado. Com a aquisição, a Sika expandirá seu portfólio de produtos para o mercado da construção, fortalecendo ainda mais sua posição mundial em produtos químicos para construção e alcançando vendas superiores a 8 bilhões de francos suíços em 2019.

Segundo o gerente geral da Sika no Brasil, Romeu Martinielli, a companhia está estruturando o plano de investimentos pós-aquisição. No Brasil, já se definiu que serão aportados recursos na ampliação de linhas de produção e desenvolvimento de novos produtos.

Produto de destaque: Sika Monotop-123 Rodapé, um impermeabilizante em forma de argamassa branca, de fácil aplicação, que elimina as infiltrações em paredes com umidades no rodapé.

Produção de destaque: Sika Monotop-123 Rodapé, um impermeabilizante em forma de argamassa branca, de fácil aplicação, que elimina as infiltrações em paredes com umidades no rodapé.

### VOTORANTIM CIMENTOS

Os produtos da Votorantim Cimentos são: Cimentos Votoran, Itaú, Poty e Tocantins – versões Obras Estruturais e Todas as Obras 25 kg + Votomassa Piso sobre Piso + Rejunte Porcelanato Resinado, que é resistente a fungos e mofo, tem um acabamento superliso e pode ser aplicado em juntas superfinais.



O Cimento Obras Estruturais tem secagem 3 vezes mais rápida e 20% mais resistência. Com o Cimento Obras Estruturais, o trânsito leve é liberado em apenas 5 horas, enquanto o cimento convencional ainda deixa marca de pegada.

O Cimento Todas as Obras também está no mercado na versão 25kg, mais fácil de manusear, com menos desperdício. Como estratégia de ampliação, a Votorantim Cimentos está aumentando a disponibilidade do produto para outros estados/regiões. Em 2019, se iniciou a produção na fábrica de Itaú de Minas, MG e em Rio Branco do Sul, PR.

A Votomassa Piso sobre Piso, produto mais versátil do portfólio da Votorantim Cimentos, traz a solução para colagem com 10 aplicações diferentes.

### DRYKO

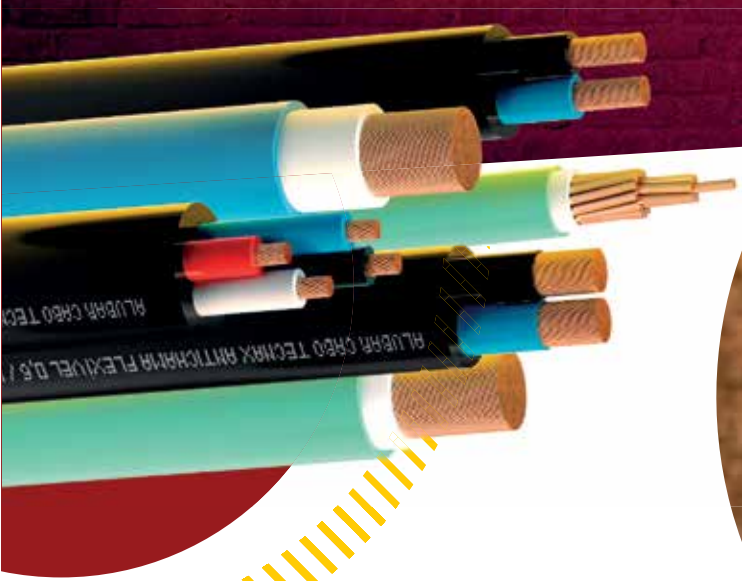
O destaque da Dryko é o DRYKOTEC 1100, uma argamassa polimérica impermeabilizante que, após curada, forma um revestimento totalmente estanque com resistência de 10 MPa em pressão hidrostática negativa e acima de 60 MPa na positiva. O material vem dimensionado para o uso, bastando a mistura dos componentes.

A linha DRYKOTEC tem outras versões: DRYKOTEC 5500, um revestimento flexível à base de resina termo-

você leva muito mais

# CRESCIMENTO

com a marca Alubar



## Cabos Tecnox® - 0,6/1Kv

Recomendados para:

- Redes de instalações internas e industriais
- Instalações comerciais e residenciais de energia e força
- Circuitos terminais e alimentadores de subestações transformadoras
- Redes subterrâneas de distribuição de energia elétrica
- Cabos antichamas, muito flexíveis e de fácil instalação



A energia do Brasil até você.



Sistema de Gestão da Qualidade ISO 9001:2015 Certificado nº 34695

Sistema de Gestão Ambiental ISO 14001:2015 Certificado nº 43259

[www.alubar.net.br](http://www.alubar.net.br) | [comercial.cabos@alubar.net](mailto:comercial.cabos@alubar.net) | 91 3754.7155

[f/GrupoAlubarOficial](https://www.facebook.com/GrupoAlubarOficial) [in/company/grupoalubar](https://www.linkedin.com/company/grupoalubar)

[@grupoalubar](https://www.instagram.com/grupoalubar) [@grupoalubar](https://www.instagram.com/grupoalubar)

82BPC

BAE

BEL

BEL COM  
OPCIONAL DE  
BIQUEIRA DE AÇO,  
COMPOSITE E  
PALMILHA  
ANTIPERFURO.

## CALÇADOS DE SEGURANÇA BRACOL. A MELHOR OPÇÃO PARA ENCARAR O TRABALHO PESADO.

- Máximo de proteção e conforto;
- Calçados tecnológicos em microfibra, nobuck e botas impermeáveis;
- Indicados para diversos setores, especialmente o industrial;
- Atendem as normas ABNT NBR ISO 20344, 20345 e 20347.



Entre em  
contato conosco:  
14 3533.2200



PORQUE VOCÊ É IMPORTANTE



plástica; e o DRYKOTEC 7700 que, além da flexibilidade, ainda traz em sua composição fibras sintéticas que auxiliam na resistência do produto.

Mesmo quando os indicadores não são otimistas, ainda há quem nade contra a maré.

A DRYKO, que este ano completa 20 anos de atividades voltadas à construção civil no Brasil, mais especificamente no setor de impermeabilização em grandes obras de infraestrutura, residenciais, atendendo também ao mercado varejista, tem investimentos previstos para este ano, inclusive com novos produtos.

A atenção que vem sendo dada à tecnologia, qualificação de pessoal e logística vão render à empresa um crescimento acima de 20% em 2019, e essa é uma estimativa bastante conservadora.

A impermeabilização vem sendo cada vez mais considerada estratégica para aumentar o tempo útil da obra, garantir economia, além de gerar benefícios às pessoas e ao meio ambiente, assim esse crescimento é justificável.

## BRASILIT

Pigmentada de fábrica na cor branca, a Telha de Térmica TopComfort é a primeira cobertura de fibrocimento com propriedades térmicas da Brasilit. Disponível em três comprimentos e duas espessuras, é um produto inovador que também é feito com a tecnologia CRFS, sem amianto. Além de ser mais prática e vir pronta para ser instalada, a Telha de Térmica de Fibrocimento TopComfort da Brasilit tem uma característica única: refletir grande parte dos raios solares que incidem sobre a cobertura. A incidência diminui a troca de calor com o ambiente.

O resultado é uma redução da temperatura interna que, consequentemente, gera mais conforto térmico para a construção, economiza energia para climatização e ainda contribui para a preservação do meio ambiente. Tudo



isso numa ótima relação custo x benefício, quando comparada a outras telhas térmicas do mercado.

Espessuras: 5 mm, 6 mm, 8 mm.



## CERAMFIX

A Ceramfix vai lançar em agosto um produto inédito, o Argalastic – argamassa colante e impermeabilizante de alto performance. É uma membrana impermeabilizante e argamassa colante simultânea, desenvolvida para realizar impermeabilização e, ao mesmo tempo, assentamentos especiais de

placas com super formatos e pedras especiais, que exigem elevada flexibilidade, aderência e resistência mecânica.

Isso trará muitos benefícios, como segurança na aplicação (impermeabilização e assentamento), redução de tempo - pois duas etapas da obra serão feitas de uma só vez -, economia e muito mais.

O produto é monocomponente e será comercializado em sacos de 20kg.

Luciano Landa, gerente de *marketing* da empresa informa que os maiores investimentos são no ponto de venda. “No primeiro semestre, lançamos 20 produtos. Mas os lançamentos ocorrem desde o segundo semestre de 2017, quando elaboramos um plano chamado +Valor na empresa, no âmbito do qual foi revisto todo o nosso negócio, tendo como base o mix de *marketing*. Até agora, foram 40 produtos incorporados ao portfólio. Acreditamos em nosso mercado de construção, pois temos uma demanda reprimida de moradias que cresceu exponencialmente devido à crise e que, com as reformas que o governo pretende realizar, temos confiança de que nosso mercado crescerá novamente”, finaliza.

## INFIBRA

Cerca de metade das casas do Brasil são cobertas por telhas de fibrocimentos - dados do setor indicam tratar-se de 45% das coberturas do país. Embora existam outros tipos de telhas, as de fibrocimento ainda são a opção mais barata e eficiente, já que podem ser utilizadas em locais de pouca inclinação (15%), economizam na estrutura de sustentação por causa do seu tamanho e leveza, além de serem muito duráveis.

As telhas de fibrocimento da INFIBRA compõem-se de cimento, celulose refinada e fios sintéticos. A produção é totalmente automatizada e com reaproveitamento total da água e descartes do processo.

linha **PLAS  
TIC**



Estilo <sup>que</sup> une  
*simples*  
com  
moderno

A Leão Metais traz para o mercado uma nova opção de escolha, com produtos 100% ABS, duráveis e de qualidade, mas sem perder a beleza estética e a funcionalidade.

[www.leaometais.com.br](http://www.leaometais.com.br)

 LEAOMETAIS  LEAO.METAIS  LEAOMETAIS



**Leão**  
METAIS SANITÁRIOS



A INFIBRA desenvolve pesquisas constantes que visam melhorar a durabilidade, resistência mecânica e impermeabilidade dos seus produtos. Em parceria com a USP, desenvolve a Nova Tecnologia (NT) que utiliza fibras sintéticas agregadas à celulose e ao cimento. Além da tecnologia desenvolvida (NT), as telhas são hidrofugadas com um revestimento especial que impermeabiliza a superfície, impedindo a passagem da água. Além das telhas, a INFIBRA produz uma série de peças de concordância também em fibrocimento, como cumeeiras e rufos.



## INTERCEMENT

Em uma estratégia para fortalecer a presença no mercado, a InterCement Brasil está ampliando a presença das marcas Zebu e Cauê, fortemente reconhecidas e associadas a produtos de qualidade, nas regiões Nordeste e Sul, respectivamente. “A novidade foi anunciada aos clientes e consumidores por meio de uma robusta campanha de *marketing*, que con-

templou ações em mídias digitais, emissoras de rádio, *bus-door*, *outdoor* e empena, além de eventos de lançamento nas unidades e com clientes. A campanha ocorreu nos meses de junho e julho”, informa Amanda Hernandez Soares, gerente de marca e *trade* da InterCement Brasil.

No caso da marca Zebu, o grande foco é a chegada ao estado da Bahia, o que representa a unificação de marcas em todo o Nordeste brasileiro. Para chamar atenção do consumidor, lojas selecionadas receberam ações promocionais. Também muito reconhecida, a marca Cauê passa a ser estampada nos cimentos expedidos pelas unidades de Nova Santa Rita e Candiota, chegando a todo o mercado do Rio Grande do Sul e promovendo uma unificação da marca na região Sul. Avançando com sua estratégia de posicionamento forte no mercado imobiliário e de infraestrutura, o Concreto da InterCement implantou seu sistema de IoT (*Internet of Things*, ou em tradução livre: internet das coisas) em todas as suas betoneiras, bombas e pás-carregadeiras. O conceito envolvido representa a conectividade em tempo real do processo

de transporte à nuvem, possibilitando a geração de grande volume de dados, que são consolidados e utilizados para garantir a melhor gestão logística e uso dos equipamentos. Marcio Moniz, gerente de concreto e agregados da InterCement, destaca a importância do mercado imobiliário: “Representa o maior consumidor dos serviços, sendo inexpressiva a participação de obras de infraestrutura pelo país. Esperamos um segundo semestre ainda puxado pelo mercado imobiliário e com algum início de obras de infraestrutura, mas ainda em escala reduzida e com potencial máximo para crescimento entre 2 e 3% com relação a 2018”.

## ETERNIT

O lançamento da Eternit é a nova telha de concreto EternitMax, mais leve (40,9 kg/m<sup>2</sup>) e maior (40,5 cm) que os modelos de cerâmica. Disponível nas cores cinza, bege colonial e vermelho. É fácil de instalar,

não exige reforço no madeiramento e tem garantia de 20 anos. Quanto à retomada do mercado, a empresa não está muito otimista. “Projetamos um ano de baixo crescimento no setor de material de construção. Este é o momento para aprofundar as melhorias em processos e custos, otimização das estruturas e lançamentos de soluções inovadoras para o mercado que melhorem a rentabilidade da companhia”, afirma Rafael Mardson, coordenador de *marketing* da Eternit.




## DUNDUN

A empresa destaca a Massa DunDun para assentamento de blocos e a Massa DunDun para fixação de revestimento cerâmico (ambos são compostos poliméricos de alta flexibilidade). A empresa vai investir R\$ 2 milhões este ano. Segundo Phelipe Curti, Gerente de Negócios Construção Civil da FCC, é um bom momento para investimentos. “Estamos em um mercado que possui grande espaço para evolução tecnológica e, ao mesmo tempo, empresários e mão de obra ainda com alta resistência a mudança. A recuperação lenta da economia ainda é um grande fator para o pouco investimento das construtoras, que estão trabalhando com margens menores e profissionais pressionados por resultados (que optam por procedimentos padronizados e consolidados). Percebo neste 2º semestre que muitos projetos estão saindo do papel e sendo lançado, isto demonstra uma melhora no índice de confiança do empreendedor e tende a contaminar o mercado em 2020.”









UM TOUR PELOS  
MELHORES PRODUTOS  
MATERIAL BÁSICO



## A COMPLEXIDADE NO PONTO DE VENDA

Eles são o início de qualquer obra ou reforma. Essenciais nos canteiros de obras, os Materiais Básicos apresentam grandes desafios aos lojistas: margens baixas e altos custos de logística e estoque são apenas algumas das dificuldades.



# OFERTA COMPLETA

**P**rimero atacado de materiais para construção aberto a todos no Brasil (sem valor mínimo de compras), a gigante Obramax, do grupo Adeo - que dentre outras marcas é também proprietário da Leroy Merlin -, tem uma oferta completa de materiais básicos para atender novas obras e reformas. “O setor de Materiais Básicos é, essencialmente, o início de toda obra e reforma. Tudo se inicia aqui: fundação, madeiramento, serralheria, impermeabilização, guias e montantes de *drywall* e *steel frame*... Independentemente do tipo de obra ou da tecnologia aplicada, um bom setor de Materiais Básicos deve estar pronto para atender todo tipo de cliente e necessidade”, explica o gerente de produtos materiais básicos, Tedy Chavauty.

## EVOLUÇÃO

Segundo Chavauty, ao traçar uma linha do tempo, é possível perceber que o setor de básicos sempre foi marginalizado, pois tratava quase exclusivamente de tijolos, areia, pedra e cimento: produtos de baixíssima margem e alto custo de armazenamento e transporte. “Todo bairro que nascia nas periferias tinha um depósito exclusivo de materiais básicos e uma fábrica de lajes, que atendia a alta demanda da constru-

ção. Sempre foi um segmento que não chamou a atenção de grandes empresas, fossem fabricantes ou varejistas”, recorda. “Porém, com a evolução dos tipos de construção, assim como o crescimento da necessidade de reformas, o setor passou a ser mais rentável e a oferecer diversos produtos que representam a solução na obra: aditivos para concreto, impermeabilização, construção seca etc. Esses produtos formaram um mercado já tomado por grandes empresas, estruturadas, que buscam melhorar a vida do profissional da construção e a qualidade das novas obras e reformas.”

O executivo avalia que os últimos anos trouxeram mudanças fundamentais ao setor, especialmente com a redução das grandes obras. “O mercado de reformas e pequenas obras passou a ser fundamental para todos os *players*. Se, por um lado, há uma redução de demanda e consequente aumento da oferta, por outro, vemos uma grande evolução e profissionalização no segmento, pois quem ficou parado em termos de processos e de produtos, tem perdido mercado ou fechado as portas”, afirma o executivo. “A indústria, por exemplo, precisou focar nos pontos de venda para obter resultados, o que fez com que o varejo de materiais básicos evoluísse muito nos últimos anos”.

## PERFIL DOS COMPRADORES E VENDEDORES DO SETOR

“Dividimos o comprador de Materiais Básicos em três grupos: o consumidor final, que está em momento de obra ou reforma; o profissional da construção, que, por vezes, compra e vende obras ou reformas ‘fechadas’, mas que também atua como especificador ao consumidor final; e, por fim, as empresas construtoras (CNPJ) e os construtores individuais”, detalha Chavauty. Ele explica que, quanto mais profissional o comprador, mais específica é a necessidade de compra e mais assertiva é sua abordagem. Contudo, ao ponderar que grande parte dos profissionais da construção civil no país são autodidatas ou aprenderam o ofício de maneira informal, Chavauty diz que é preciso partir da premissa de que o conhecimento em Materiais Básicos não é linear. “Os termos técnicos, por exemplo, nem sempre são utilizados. É necessário que toda a exposição tenha uma lógica clara de utilização, para que o profissional consiga se atender da melhor forma possível. Por exemplo, expor cumeeiras próximo das telhas, ou impermeabilizantes cimentícios reunidos em um só setor, facilita a busca do produto por parte do cliente. Os painéis informativos, para que o consumidor consiga ter uma ideia do todo, são muito importantes. Diversos produtos têm muitas medidas, às vezes conhecidas em bitola, às vezes em centímetros. Dessa forma, expor um painel com todas as variações é fundamental”. Da mesma forma, o gerente considera que o melhor perfil de vendedor de materiais básicos é aquele que teve experiência em obra. “Uma pessoa que conheça tipos e subtipos, que entenda as diferentes nomenclaturas e a ‘língua do pedreiro’. Esse profissional, desde que tenha um bom perfil de vendas e atendimento, costuma ser o ideal dentro do segmento”, diz. Ele complementa que existe a necessidade de um treinamento amplo, que dê ao vendedor uma ideia clara de perfil de cliente e de sequência de obra. “As indústrias, via de regra, estão preparadas para auxiliar na formação dos vendedores e até mesmo dos clientes”, ressalta.

## CANAIS DE VENDA

Operando no modelo de atacarejo, as vendas na Obramax ocorrem prioritariamente como autosserviço. “Contamos com um formato de venda muito bem aceito em nossas unidades: o Drive Thru da Construção. Nele, o cliente entra de carro, se serve e paga no final. São mais de 1.000 itens de Materiais Básicos disponíveis e em grande quantidade para retirada ou entrega. Daí a necessidade fundamental em manter bons estoques”, conta Tedy Chavauty. Ele lembra que se trata de um setor que tem relação direta com a questão climática: impermeabilização e telhados vendem muito na época de chuvas, por exemplo, assim como o estrutural desempenha melhor no período de estiagem.

Em relação aos canais eletrônicos de venda, Chavauty pondera que a internet já é a principal ferramenta para infor-

*“O mercado de reformas e pequenas obras passou a ser fundamental para todos os players. Se por um lado há uma redução de demanda e consequente aumento da oferta, por outro vemos uma grande evolução e profissionalização no segmento, pois quem ficou parado em termos de processos e de produtos, tem perdido mercado ou fechado as portas”*

**TEDY CHAULTY,  
GERENTE DE PRODUTOS  
MATERIAIS BÁSICOS**



mação do profissional da construção. “Existem indústrias no mercado que fundamentaram sua comunicação e venda em uma estratégia *online*, com presença em redes sociais e *sites* de venda, obtendo grande sucesso. Contudo, as questões de peso e volume são grandes dificultadoras para que o setor de Materiais Básicos consiga maior sucesso na venda *online*. O resultado desta equação é que o *e-commerce* funciona mais como um catálogo de produtos e fonte de informação, mas a venda acaba ocorrendo mais em outros canais”, declara. “Com duas unidades (Mooca e Praia Grande) e em expansão, ofertamos aos nossos clientes (profissionais e consumidores finais) a Academia de Profissionais, que oferece treinamentos modulares, sem custo, sobre toda nossa gama de produtos para trazer a nossos clientes toda a informação necessária para o melhor resultado em sua obra. A mesma preocupação permeia nossas mídias sociais. No canal Obra é Compromisso, no YouTube, disponibilizamos diversos vídeos sobre as mais diversas utilizações de produtos, sempre explicadas por nossos embaixadores”, complementa Chavauty.

## CROSS SELL

Sobre possibilidades de *cross sell* no ponto de venda, o gerente destaca que Materiais Básicos são um mundo à parte. “É fundamental trazer as soluções de ferramentas para dentro do setor, facilitando a compra do cliente. Outros setores têm presença importante dentro de básicos, como Hidráulica (conexões e calhas) e Elétrica (suporte para laje e corrugados). Mas a presença da gama de Materiais Básicos em outros setores costuma ser muito mais pontual, pois costumam ser produtos de peso e que provocam sujeira em outros setores” encerra.



# ALTO CUSTO DE OPERAÇÃO

**D**ifícil. É assim que o diretor da Loja + Depósito Zona Sul, Luiz Augusto Barbosa, começa a definir o mercado de Materiais Básicos. “Sim, são produtos que funcionam como chamariz para os clientes, mas que têm baixa lucratividade e alto custo de operação”, afirma o executivo, em uma declaração que encontra eco entre os demais empresários de médio porte do setor.

Luiz Augusto aponta um caminho radical, como ele mesmo define, para equacionar esse desequilíbrio: “acredito que deveria ser criada uma cesta básica de Materiais Básicos”. Ele avalia que a grande maioria dos fabricantes de blocos e tijolos são pequenos e muito afetados pela incidência de impostos e burocracia contábil, que afastam o pequeno fornecedor. “Sugiro que os Materiais Básicos sejam totalmente isentos, como forma de incentivar fabricantes e, também, o comércio, que, com a redução de custos de reter em mais reformas e novas obras”, declara.

## CANAIS E OPORTUNIDADES DE VENDA

Sobre as estratégias no ponto de venda, o diretor considera que a exposição dos produtos de Materiais Básicos é desnecessária, uma vez que são vendas planejadas e não acontecem por impulso. As oportunidades de *cross sell*, por sua vez, ocorrem durante o processo de venda. “É ne-

cessário que o balconista ofereça os complementos. Aqui, o que vale é o *feelling* do vendedor para perceber do que o cliente precisa e oferecer produtos complementares ao pedido, especialmente impermeabilizantes e itens de elétrica e hidráulica. O cliente aqui não tem paciência para ver variedade, ele quer aquilo e pronto”.

“As vendas funcionam principalmente como ‘auto-pedido’, ou seja, o cliente chega e pede, mas é comum também oferecer suporte para alguma informação mais técnica. Para que a venda seja boa, não creio que há alguma dica, mas sim conhecimento. O bom vendedor oferece o necessário para o cliente, vendo a oportunidade de vendas a todo momento”, afirma. Em relação ao papel do *e-commerce* no setor, o diretor percebe que a preferência do consumidor está em ser atendido na loja e já levar o produto na hora. Porém, como esse canal ainda é incipiente no segmento, haverá um crescimento, que não deve superar o volume de negócios nos pontos de venda.

## PERFIL DE CONSUMO

“Os compradores de Materiais Básicos, normalmente, são o empreiteiro e o mestre de obras, mas também vem o dono da obra. Pessoas de todas classes, mas, geralmente, homens”, nota Luiz Augusto.

## MERCADO

Para Luiz Augusto, o mercado evoluiu pouco com o tempo. “Se mantém muito próximo do que era 10, 20 ou 30 anos atrás. Só mudamos a folhinha da parede”, diz. Ele também lembra que a diferença de relação entre varejo e indústria, quando comparado com outros setores, está na dependência: “quando a indústria para, ficamos sem uma opção para suprir a demanda”. Acerca do cenário atual, o diretor avalia que está sendo “bastante duro”. “O mercado está mexido, sabemos que muitas empresas fecharam suas portas, que outras tantas estão passando dificuldades. Não podemos errar, pois pode ser fatal”, acredita. “Esperamos que o governo consiga a aprovação das reformas e - se bem que vai ser difícil, também, a aprovação do imposto único. Expectativas temos muitas - menos impostos, mais clientes, mais segurança -, mas sabemos que nossos políticos são um pouco míopes para as necessidades de comerciantes, empresários e da própria população. Então, numa visão realista, nos resta sobreviver”, continua.

A Loja + Depósito Zona Sul espera manter números estáveis de vendas em 2019, se possível melhores do que os dos anos anteriores. “A forte retração do mercado nos últimos anos nos faz tentar ter resultados com nos bons anos... Temos de trabalhar bem para colher bons frutos”, conclui Luiz Augusto.



“As vendas funcionam principalmente como “auto-pedido”, ou seja, o cliente chega e pede, mas é comum também oferecer suporte para alguma informação mais técnica. Para que a venda seja boa, não creio que há alguma dica, mas sim conhecimento. O bom vendedor oferece o necessário para o cliente, vendo a oportunidade de vendas a todo momento”

**LUIZ AUGUSTO BARBOSA, DIRETOR**

# CARDÃO

**Atacado Distribuidor de Material de Construção**  
**Garantia Absoluta de Bons Serviços**  
Cardão Comércio e Importação Ltda.

**Abrasivos** > 3M > Norton  
**Adesivos** > Brascola > Henkel > Tekbond  
**Elétrico** > Ilumi > GE > Lorenzetti > Schneider  
**Ferramentas** > Irwin > Tramontina > Stanley  
**Ferragens** > Gerdau > Papaiz > Ciser  
**Hidráulica PVC** > Astra > Tigre  
**Hidráulica Metal** > Deca > Docol > Fabrimar  
**Impermeabilizantes** > Ciplak > Sika > Viapol  
**Tintas** > Akzo > Coral > Sparlack

Profissionais  
treinados e o  
melhor serviço  
de entregas!



### > e mais...

Adere, Aliança, Apolo, Acquaflex, Bambu, Baston, Bestfer, Biehl, Black&Decker, Braskoki, Carreleiro, Colorgin, Compel, Dacunha, Daneva, DeWalt, Eluma, Famastil, Fame, Firlon, Foxlux, Franke, Gol, Grendene, Hela, Herc, Higiban, HTH, Iberê, Inca, Intech, Isero, Jimo, K&F, Kelly, Levorin, Lonax, Meikon, Metasul, Momfort, Murlan, Netuno, Pacetta, Perlex, Panasonic, Pado, Pial, Legrand, Pincéis Atlas, Pincéis Roma, Pincéis Tigre, Qualitronix, Quartzolit, São Romão, Siemens, Sil Fios, Simetall, Soprano, Stam, Stanley, Starfer, Starrett, Taf, Tecryl, Tempo, 3M, Trifixi, Tupy, Tyrolit, Vedacit, Ventisol e Walsywa.

Solicite a visita de nossos representantes

Venda exclusiva a lojistas (21) 3952-5360

[cardaorio@cardaorio.com.br](mailto:cardaorio@cardaorio.com.br)



# PRODUTOS OBRIGATÓRIOS E RENTABILIDADE...

**A**lfredo Alejandro Marin Morales, sócio da MB Materiais de Construção, é categórico quanto ao mercado de Materiais Básicos no varejo: “todo lojista gostaria de não trabalhar com Material Básico. Você tem uma margem pequena, em um mercado extremamente competitivo: há muitos custos envolvidos, como caminhões (que demandam manutenção) equipe de entrega, estocagem, aluguel do galpão... Além disso, há a instabilidade: às vezes, você está vendendo muito e, de repente, o mercado para e você vende pouco. Ou você vende 100 sacos de um tipo de argamassa específica e depois não vende nenhum saco durante alguns meses. E há a questão do vencimento do produto: se você mantém um

estoque muito grande e não vende durante um tempo, você corre o risco de ter perda do material vencido. Por outro lado, se você não tem, não vende”, dispara.

Mas nem tudo são pedras nesse caminho. “Sob outra perspectiva, temos de levar em conta que os Materiais Básicos hoje representam cerca de 50% das nossas vendas. E, apesar da instabilidade, o segmento ainda é mais estável que qualquer outra linha: sempre estamos vendendo areia, cimento, tijolo, sempre! Então são um ‘mal necessário’, algo que não podemos descartar. E, por isso, damos muita importância, gostamos de estar com o portfólio mais completo possível. Uma vez que você se propõe a trabalhar com essa linha, você tem de fazer bem feito”, continua Alfredo.

## EVOLUÇÃO

“Como tudo, a linha de Materiais Básicos tem evoluído bastante, o que traz também mais complexidade ao negócio. Os produtos vão melhorando cada vez mais e há mais variedade. Um exemplo é a argamassa: no começo tinha só um tipo... hoje são vários: para porcelanato, sobreposição etc. A tendência é haver mais especialização, mas isso significa lidar com uma variedade muito maior no estoque”, comenta Alfredo. “Em uma visão de futuro, o ideal seria um formato que não gerasse tantas perdas... talvez terceirizar a parte de Materiais Básicos e focar nas outras linhas: material hidráulico, elétrico, impermeabilização, tintas, jardinagem, produtos de limpeza, iluminação, tudo que é pequenininho, que o cliente vai na loja, compra e pronto. Gostaria que, lá frente, a gente não precisasse de um galpão para estocar material básico e todos os recursos que esse setor demanda”, complementa.

## PERFIL DE COMPRA E OPORTUNIDADES

Alfredo conta que 60% a 80% dos compradores são empreiteiros, engenheiros, arquitetos e pedreiros. “O comprador é o pessoal que executa a obra. Tem também o consumidor final, que é a pessoa que está fazendo a obra, que vem com o pedido especificado por esses profissionais”. Em função desse perfil, mas também pelas baixas margens de lucro, ele pondera que a exposição e comunicação dos itens de Materiais Básicos não são um foco de investimento. “Temos uma prateleira com alguns tijolos, e temos uma grade na lateral da loja na qual, ao estacionar, o cliente vê areia, cimento e madeiras. Assim, ele já sabe que temos esses itens disponíveis. Isso é suficiente. Os investimentos de divulgação ficam mais para linhas como materiais elétricos, iluminação e outros”, explica. Para ela, as oportunidades na loja estão principalmente na abordagem de vendas. “Aqui na MB temos uma filosofia diferente: em primeiro lugar, contratamos pessoas, e não profissionais de mercado. Somos como uma família, com um sistema de trabalho em equipe, uma boa energia, todo mundo se ajudando, todo mundo puxando pro mesmo lado. Esse é um diferencial que se reflete em tudo, inclusive nas vendas. Depois de contratada, essa pessoa passa por um treinamento: um mês acompanhando as vendas, um mês de vendas acompanhadas por outro vendedor e, então, passa a vender sozinho. Claro que isso pode variar, mas o processo é similar. Assim, nossa equipe é preparada para ter conhecimento. A pessoa que tem conhecimento vende mais. O cliente pergunta, o vendedor responde com firmeza, com conhecimento, e pronto, o cliente confia e vai comprar. Às vezes, a loja ao lado tem até um preço mais barato, mas, se a pessoa que atendeu o cliente não tiver conhecimento do produto e não passar confiança, o cliente vai voltar para a nossa loja

---

*“Como tudo, a linha de Materiais Básicos tem evoluído bastante, o que traz também mais complexidade ao negócio. Os produtos vão melhorando cada vez mais e há mais variedade. Um exemplo é argamassa: no começo tinha só um tipo... hoje são vários: para porcelanato, sobreposição etc. A tendência é haver mais especialização, mas isso significa lidar com uma variedade muito maior no estoque”*

**ALFREDO ALEJANDRO MARIN MORALES**

e vai comprar com a gente.” Alfredo diz que as vendas na MB são sempre assistidas e que a loja não trabalha com *e-commerce*. “Temos atendimento por telefone, *e-mail* e WhatsApp. Pelo que me parece, material de construção, principalmente, na compra de material básico, o cliente ainda prefere atendimento pessoal”.

## FORNECEDORES

O empresário define como “bruta” a negociação com fornecedores do setor. “Especialmente em cimento, é uma relação em que o fornecedor define como será e pronto. Você tem de engolir e dar sequência. Me chama atenção também, por outro lado, a informalidade. Fui comprar tijolo solto e, só depois de negociar, o fornecedor me disse que o preço era sem nota fiscal e que, para dar nota, precisava acrescentar imposto. Isso me espanta: é claro que precisamos de nota, precisamos declarar esses produtos!”.

## MERCADO

“Vivemos um contexto de muita cobrança, tudo joga contra o lojista. Diariamente ocorrem absurdos, a exemplo das práticas de fiscalização. Se você tem um produto comprado com nota fiscal e há uma irregularidade por parte do fabricante, a multa recai sobre o lojista. É um absurdo! Depois cabe a nós recorrer na justiça... Ao invés de a fiscalização ir atrás do fornecedor, do distribuidor, da indústria, esse ônus fica com o varejista. E esse é só um dos problemas. Há outros como dissídio, negociações, querem cada vez mais e mais do empresário. Exigências, impostos, normas que geram gastos. Uma hora entra cupom fiscal e tem de comprar maquineta, sistema, impressora fiscal... depois a DANFE e você vai ter de comprar o kit SAT... Tem de haver exigências, tem de seguir regras, ter ética, eu concordo plenamente. Mas dessa forma estão “matando a galinha dos ovos de ouro do Brasil”, que são as empresas, os empreendedores. Então vão quebrando empresas, vai aumentando o desemprego. Ser empresário cada vez está mais difícil”, desabafa Alfredo.





# SEGURANÇA É LEI. LEMBRE-SE DISSO!!



Utilizar equipamentos de proteção individual (EPIs) na construção civil é obrigatório. Desde uma simples reforma, mas que exige trabalhar em muro, até a manipulação de produtos agressivos à saúde, todo trabalhador deve usar os equipamentos corretos para se proteger. As indústrias estão ajudando a tornar o trabalho do profissional cada vez mais seguro.

## 3M

Livia Polato, especialista de Varejo e Digital Experience da divisão de Segurança Pessoal da 3M do Brasil, destaca que a 3M é uma das poucas marcas do mercado que cobre uma gama grande de EPIs, tudo isso com muita qualidade e líder em lembrança. Destaques para o Virtua (óculos de segurança); 3M H-700 (capacetes); Pomp Plus (protetor auricular reutilizável); novo respirador dobrável com válvula – Abafador 3M Muffler.

Livia explica que “a cultura da segurança vem aumentando muito no Brasil. As pessoas têm prestado mais atenção no seu dia a dia e se preocupado com sua própria segurança, o que faz com que o uso de EPIs seja maior.”



## BALASKA

O foco da empresa é a fabricação e distribuição de mais de 5000 itens de produtos correlatos a segurança e a saúde do trabalhador. Os equipamentos de proteção individual foram segmentados por áreas do corpo e necessidades de acordo com o uso: cabeça, olhos e rosto, proteção, proteção respiratória ou auditiva, proteção contra quedas, calçado profissional, vestuário de proteção e proteção das mãos. Também pela aplicação em vários segmentos, incluindo construção civil, indústria, alimentos, petróleo e gás, produtos farmacêuticos, produtos químicos, transporte entre outros.

João Luiz Leite Correa, gerente técnico da Balaska, destaca que os lançamentos serão apresentados na Feira de Segurança ExpoProteção, em agosto de 2019. “Procuramos sempre entender as necessidades dos nossos clientes e propor soluções inovadoras, com base em seus riscos. Estamos investindo em uma nova Unidade de Negócios que agregará nosso Centro de Distribuição e Equipe Administrativa, Técnica e Comercial objetivando aumentar a sinergia entre equipes. Alguns equipamentos que estão em fase de análise para lançamento nacional estão ligados ao Monitoramento Radioativo e Exoesqueleto com foco em Ergonomia”, diz.

Recentemente foi divulgado pela *Transparency Market Research*, um relatório que aponta que o mercado de proteção deverá crescer cerca de 7,3% ao ano até 2020.

“Além dos dados expostos, sabemos que existem grandes perspectivas de crescimento para o segmento de EPI até o ano de 2020 que continuará em crescimento. Parte se dará pelo aquecimento do mercado brasileiro, e parte, pela conscientização da necessidade de sua utilização - vale lembrar que muitas empresas são avaliadas em processos de contratação pela performance em Segurança e Saúde no Trabalho”, acrescenta João Luiz.

## BSB – BRAZIL SAFETY BRANDS

No segmento de construção civil, a empresa destaca o modelo BEL, da linha Plus, da marca Bracol. O calçado, confeccionado com a tecnologia microfibras, tem *design* diferenciado e solado bidensidade, que proporciona mais leveza, conforto e durabilidade, principalmente em ambientes com condições adversas. Há também opcionais, como biqueira de segurança em aço ou composite e palmilha resistente à perfuração. Atualmente, a microfibras tem se destacado no segmento de Equipamentos de Proteção Individual (EPIs) por oferecer aos calçados mais leveza, conforto, flexibilidade, maciez, poder de absorção e desorção de suor, durabilidade, resistência mecânica, além de ser respirável e fácil de higienizar. A microfibras é 30% mais leve que o couro, sua espessura é mais uniforme e tem toque mais *soft*. Na prática, estas características fazem com que o calçado se adapte melhor aos pés, evitando dores, desconforto e excesso de fadiga.



Assim como o couro, atende às normas de segurança ABNT NBR ISO 20344, ABNT NBR ISO 20345 e ABNT NBR ISO 20347. Além disso, os produtos da linha têm Selo Conforto do IBTeC e Certificado de Aprovação (C.A.).

Luiz Alexandre Alves, técnico de produtos da BSB, atenta para a maior preocupação das empresas no uso de equipamentos de proteção. “Conforme trabalhos e visitas realizados em clientes de variados segmentos, percebemos um investimento cada vez maior na conscientização dos colaboradores através de treinamentos, fiscalização e fornecimento correto de EPIs por parte das empresas. Vale lembrar que, além de fornecer os EPIs adequados - verificando sua procedência, certificado de aprovação, qualidade e aplicação -, é imprescindível que as empresas invistam em gerenciamento de riscos e conscientização de seus trabalhadores:”, diz.

A BSB - *Brazil Safety Brands* - reúne entre seus ativos as marcas Bracol, Fujiwara, Worksafe, Ecoboosts, Motosafe e Steelflex. Considerada uma das maiores empresas da América Latina em produção, importação e comercialização de Equipamentos de Proteção Individual, atua nos segmentos de proteção dos pés, cabeça e contra quedas. Com capacidade produtiva de 23 milhões de pares por ano, entre calçados de segurança e botas impermeáveis, possui cinco plantas industriais e é reconhecida nos mercados interno e externo pela qualidade de seus produtos e serviços, voltados à segurança e saúde do trabalhador.



## LEDAN

A Ledan é uma empresa genuinamente nacional, com mais de 50 anos de tradição na fabricação de Equipamentos de Proteção Individual e de Acessórios de Solda.

Localizada no município de Itaquaquecetuba, na Grande São Paulo, é uma das pioneiras neste segmento de atuação e dispõe de representantes em todo o Brasil, capacitados para proporcionar aos seus clientes um atendimento técnico e personalizado. - Nosso portfólio é completo na proteção ao trabalhador: são capacetes, máscaras de solda, opções para todos os tipos de proteção facial, auditiva, óculos, luvas, impermeáveis, para proteção em altura (Nr-35), vestimentas especiais (Nr-10), bolsas porta ferramentas, além da completa linha de acessórios para Solda e sinalização.

“Com a implantação do e-Social, muitas empresas têm procurado se adequar a uma nova realidade de controle e fiscalização, destaque-se aí a exposição a riscos que, na área, é uma das mais graves e causam o maior número de acidentes de trabalho”, explica Adalberto Granado Dias, Gerente Comercial Ledan.

Destaque para a completa linha de produtos para proteção da cabeça: capacetes, conjugados, protetores faciais e auditivos; linha de cintos de proteção para trabalhos em altura (Nr-35) e as vestimentas especiais antichama.

1º LUGAR

TOP  
OF  
MIND  
PROTEÇÃO  
2019

# VULCAFLEX PVC. A QUALIDADE QUE VOCÊ PRECISA COM A ECONOMIA QUE VOCÊ QUER.



FILAS/ELFA

Julho/2019

A nova **Vulcaflex PVC** é uma bota com ótimo custo-benefício, inteiramente impermeável e feita de material leve, confortável e seguro. A linha protege do contato com carnes, óleos, produtos químicos e líquidos em geral e é resistente ao escorregamento em pisos de cerâmica e aço, conforme teste SRC. Perfeita para sua necessidade, seja ela qual for.

Só a marca **TOP** em Equipamento de Proteção Individual pode oferecer o melhor à sua empresa. Seja um revendedor: 0300 788 3323 | faleconosco@marluvas.com.br



marluvas.com.br

 **VULCAFLEX PVC**

QUALIDADE

 **MARLUVAS**  
EQUIPAMENTOS - PROFISSIONAIS

Granado diz que os investimentos estão concentrados na modernização dos processos industriais e de atendimento ao cliente e no lançamento de uma linha mais completa de produtos destinados à sinalização.



## KADESH

Valdemir Bastos, CEO

Estão previstos novos investimentos pela empresa, como destaca Valdemir Bastos, CEO. “Destinaremos R\$ 1 milhão para a Linha Agro, produto que atenderá, também, o segmento de materiais de construção. Tênis e modern calçado, com cabedal, para quem gosta de segurança com design, são as novidades”, diz. Acrescenta que o produto é aprovado pelos laboratórios credenciados que garantem a proteção.

Também vamos ter uma nova planta produtiva na cidade de Ferreiros, em Pernambuco.

“Este projeto será a realização de um sonho, pois temos grande carinho pelos nordestinos e vamos gerar riqueza para a região”, complementa.



## KALIPSO

Produtos de destaque da empresa: Óculos Genebra, voltado para atividades de pintura e aplicação de defensivos, com lente em acetato de alta performance; Óculos Lêmure, modelo que protege os olhos do trabalhador com um *design* despojado e um baixo investimento por parte do trabalhador / empresa; Luvas Blue Grip, excelente para atividades de construção civil, manuseio de blocos, telhas e ferragens; Luvas Confortato, ideal para atividades de assentamento de tijolos, pisos e também em jardinagem; Luva Sonora, excelente proteção contra corte das mãos e dedos, no manuseio de estiletes e chapas metálicas com rebarbas. A Kalipso tem investido no desenvolvimento de novas fibras, mais leves e resistentes a cortes.

“O mercado de EPI, como outros mercados, sofre diretamente com a estagnação da cadeia produtiva. Quando as operações da indústria diminuem, o consumo de EPI segue a seguir a tendência. Mas o mercado da construção civil informal é grande, pois todos os dias milhares de trabalhadores deste segmento entram em lojas de construção civil para aquisição de outros produtos e não são estimulados, nestes estabelecimentos, a conhecer e utilizar os EPIs”, diz Francisco Karlos - Gerente Regional de Vendas.



## MARLUVAS

A Marluvas chega com a Linha Vulcaflex, calçado offshore (destinado principalmente ao mercado de óleo e gás). A empresa destaca sempre ter a melhor proposta custo-benefício do mercado. “O calçado mais barato nem sempre atende aos anseios de qualidade que o cliente procura. O preço inferior por si só denota qualidade inferior e baixa durabilidade, não há mágicas. Oferecer uma relação de retorno ao valor pago, é ampliar a confiança do cliente ao lojista e a credibilidade do estabelecimento, atrelando a sua marca a outras de boa qualidade”, destaca Danilo Oliveira, gerente de Marketing.

E ressalta a importância do revendedor. “Ele tem muito a ganhar com a linha de produtos EPI – Equipamentos de Proteção Individual – em seu estabelecimento. Todo consumidor dos itens tradicionais da revenda é um potencial cliente do EPI. Se ele não encontrar ali, ele certamente buscará outro estabelecimento para isso, ou seja, é uma oportunidade real de aumento de tíquete médio e atendimento mais amplo da sua clientela.”

A Marluvas é líder no segmento de calçados profissionais, é garantia de giro dos materiais, é amplamente divulgada nos mercados consumidores, investe em comunicação para que a demanda seja estimulada e gere retorno desse investimento.



## NORTON

Líder na fabricação e distribuição de ferramentas abrasivas para a construção, e preocupada com a segurança de seus clientes, a Norton conta com uma linha de Equipamentos de Proteção Individual (EPIs), que dispõe de certificado de aprovação e inclui: luvas de algodão, óculos, máscaras descartáveis e o respirador semifacial, que é um dos destaques da linha.

O Respirador Semifacial proporciona maior conforto ao usuário. Feito em borracha e silicone flexível, o respirador recebeu melhor desenho de septo nasal, permitindo que se adapte em qualquer face. Dessa maneira, assegura uma perfeita vedação, com maior segurança e conforto aos usuários.

Vivian Marques, diretora de Marketing e Customer Experience da Norton está otimista quanto ao crescimento do mercado: “Analisando as perspectivas econômicas apontadas pelo mercado para os próximos meses, estamos mantendo nossos objetivos e nos preparamos para manter a nossa participação e crescer em novos mercados”, diz.



## VONDER

A VONDER conta com uma expressiva e premiada linha voltada para a proteção individual e coletiva de profissionais que atuam em diferentes setores. Óculos de segurança, máscaras e escudos para solda, abafadores de ruído, protetores auditivos, luvas, botas, botinas, cones de sinalização, colete refletivo, fitas refletivas, para demarcação e antiderrapantes, entre outros produtos são alguns dos destaques da marca, indicados para proteção e o conforto do trabalhador em sua jornada diária.

No processo de desenvolvimento dos equipamentos de proteção individual e coletiva, rigorosos testes e ensaios para comprovar a durabilidade, segurança e conforto para quem utiliza cada produto, com investimentos constantes da VONDER para certificar a qualidade e composição da matéria-prima, durabilidade e resistência de suas linhas, realizando constantes testes específicos que atestam atributos técnicos imprescindíveis em termos de segurança e qualidade.

A linha de Segurança da VONDER conta com produtos que se destacam pela máxima proteção, conforto e durabilidade para atividades profissionais. Para trabalhos específicos nos processos de soldagem, uma novidade é a máscara de escurecimento automático, panorâmica, tonalidade 4 a 12, MSV 412 VONDER PLUS, que permite visão panorâmica ao operador (180°), com duas possibilidades de ajuste de tonalidade: 8 a 12 e 4 a 8.

Reunindo alta tecnologia em Equipamentos de Proteção Individual (EPIs) para os trabalhos com solda, a máscara permite o realce das cores com uma percepção realista – ou seja, tecnologia de ponta que coloca as cores no mundo da soldagem. Também possui função “esmerilhar”, que desativa o escurecimento automático nos processos de desbaste, permitindo o uso da máscara também como protetor facial. Entre os diferenciais, estão os 4 sensores de arco com ajuste de sensibilidade, indicador de bateria fraca, carneira com 5 pontos de ajuste promovendo posicionamento perfeito e maior conforto ao operador durante a soldagem. Com visor automático de cristal líquido, o curto tempo de ativação da máscara é outro diferencial: em claro-escuro de aproximadamente 1/10000 s e escuro-claro em cerca de 0,15 s a 0,8 s. O lançamento tem Certificado de Aprovação - CA: 41891 e é indicado para proteção facial contra raios ultravioleta (UV) e infravermelhos, impactos de partículas volantes e respingos de solda, sendo muito utilizado nos processo de solda MIG/MAG, TIG, eletrodo e corte plasma.



## Linha de acessórios GAMMA



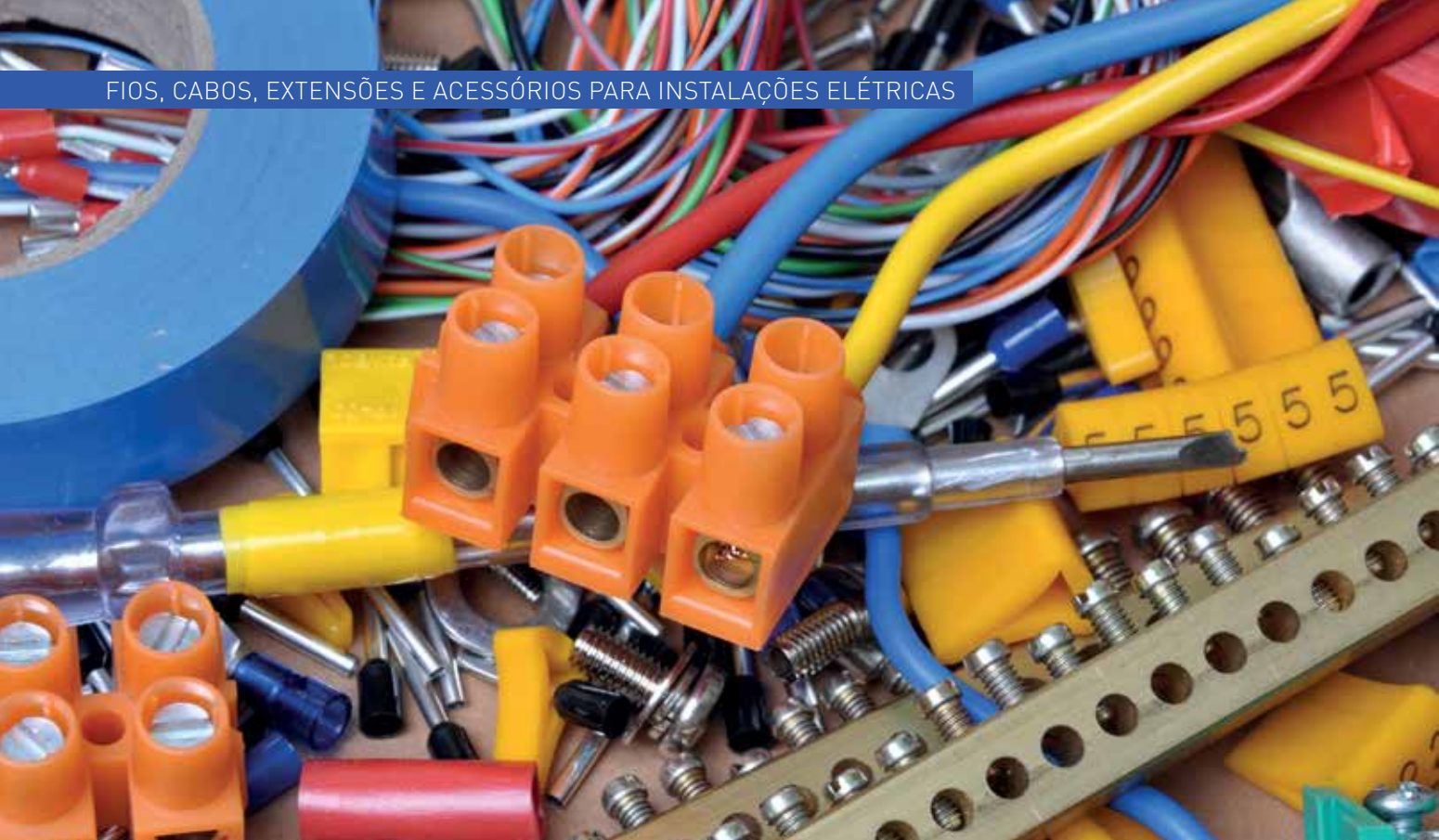
Para madeira,  
para aço,  
para alumínio,  
para o seu cliente.

**GAMMA**  
FERRAMENTAS

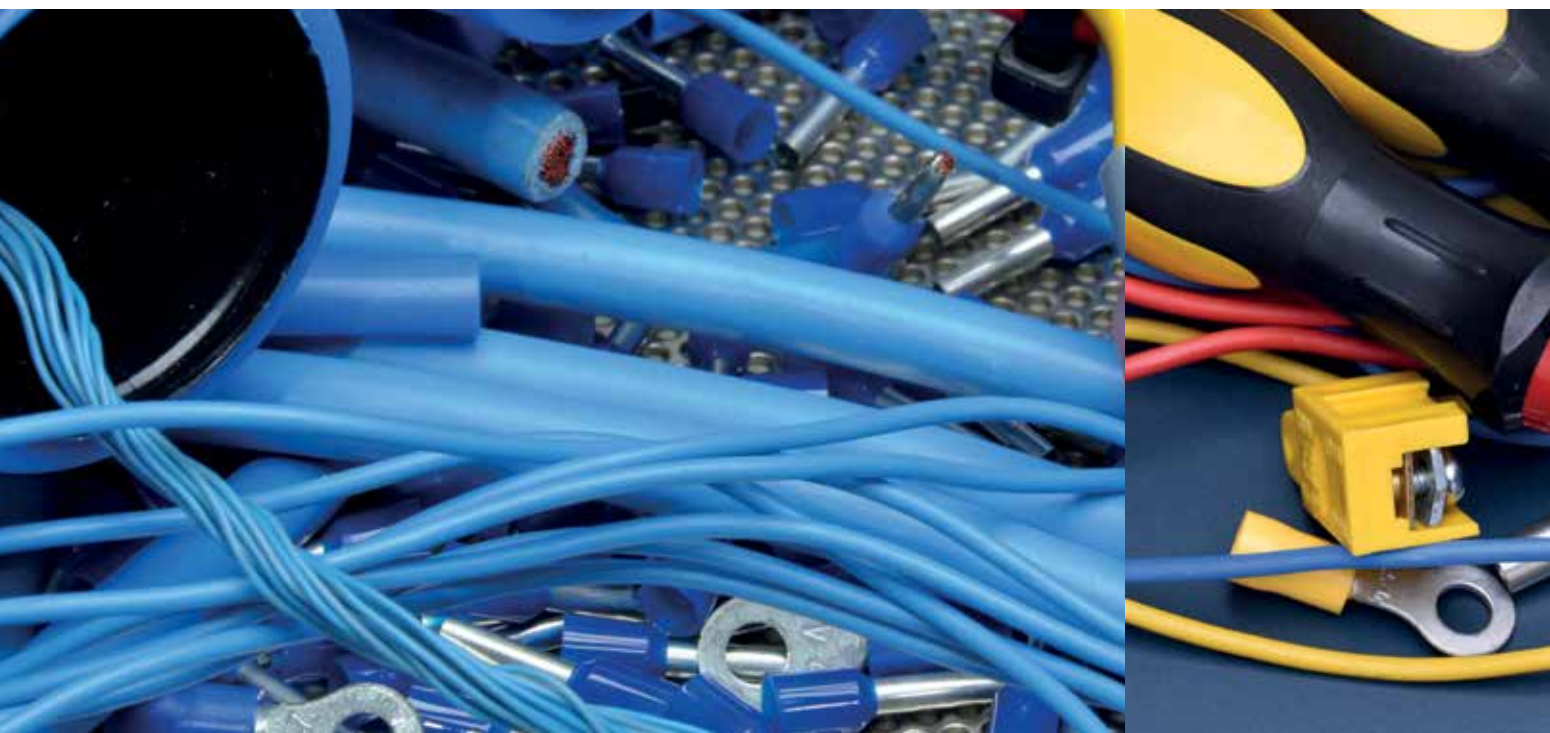


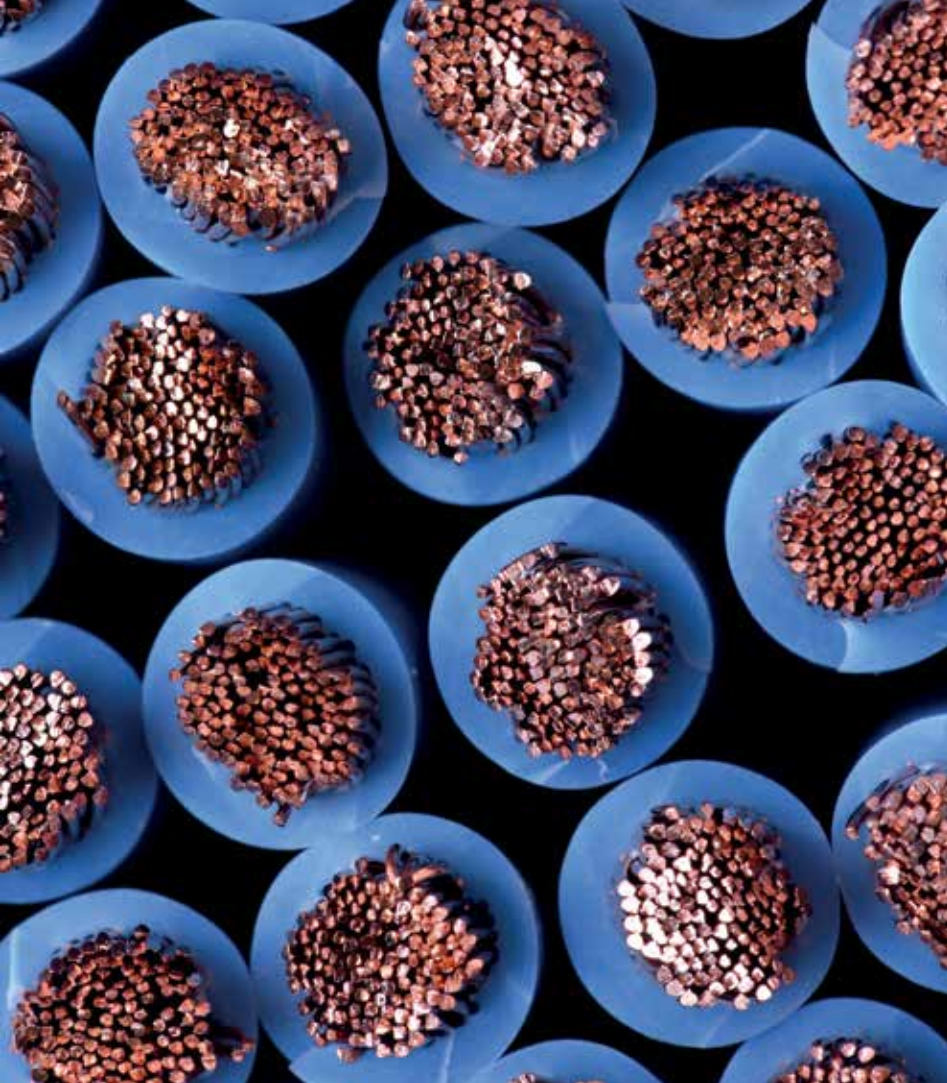
[www.gammaferramentas.com.br](http://www.gammaferramentas.com.br)

FIOS, CABOS, EXTENSÕES E ACESSÓRIOS PARA INSTALAÇÕES ELÉTRICAS

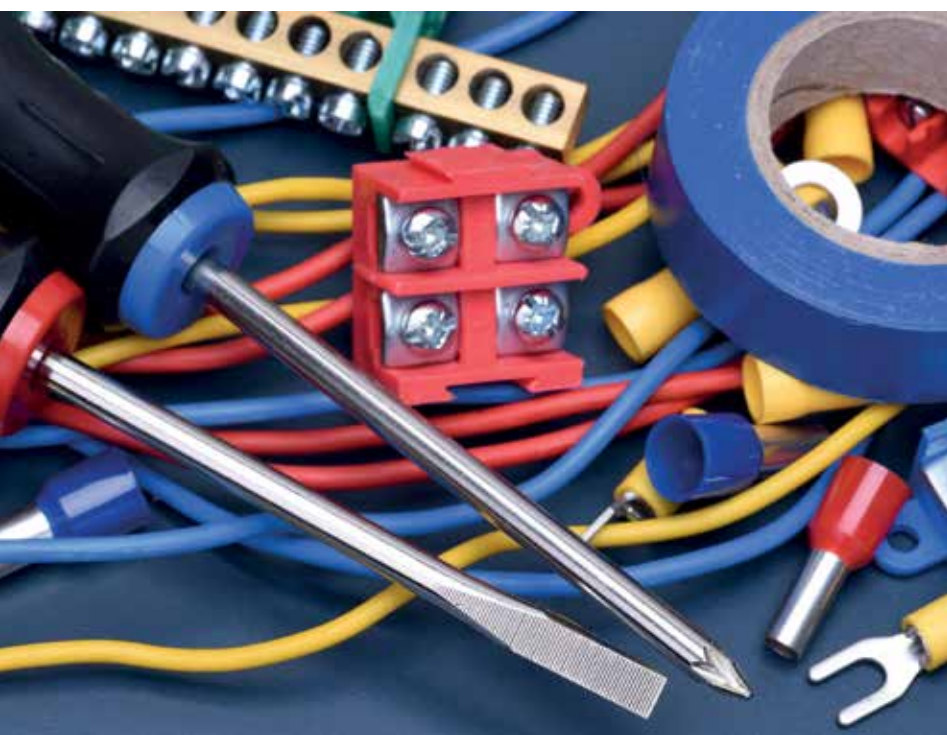


# PLUGADO NAS **BOAS VENDAS**





O segmento de material elétrico é muito grande. Com variado mix de produtos, os produtos ganham cada vez mais espaço no ponto de venda. O cliente pode comprar por impulso quando entra em uma loja de materiais de construção. Não perca a oportunidade!



## ALUBAR

A Alubar possui a linha Alubar Coppertec®, com todo o mix de condutores elétricos de cobre da empresa. São fios e cabos voltados para diversas aplicações, como projetos residenciais, comerciais, industriais e de energia renovável. Entre os produtos de destaque desta linha, está

o cabo Alubar CopperTec Tecnotox®, que além da qualidade reconhecida pelo mercado, possui características que dão mais segurança a qualquer empreendimento, uma vez que não propaga chama e não emite gás tóxico. É o condutor ideal para locais com grande circulação de pessoas.

A Alubar tem investido em seu parque industrial, com a ampliação da sua capacidade de produção de cabos elétricos como um todo, como informa Fábio Camargo, gerente comercial. “Hoje, a empresa possui capacidade para atender todos os mercados do setor elétrico, com soluções em condutores para qualquer projeto. A Alubar tem fortalecido a presença no mercado elétrico das regiões Norte e Nordeste do Brasil, principalmente, ao investir em ações que visam tornar nossa marca mais conhecida do público consumidor, como é o caso dos patrocínios a duas grandes e tradicionais equipes de futebol do Nordeste, que são o Ceará S.C. e o Fortaleza E.C.”.

## BRASFORT

Destaque para o Alicata Amperímetro Digital 8559 que foi projetado para profissionais que precisam de um instrumento prático, durável, confiável e, acima de tudo, preciso.

Trata-se de um instrumento que combina as principais unidades elétricas, indicado para trabalhos profissionais da área elétrica em geral. Possui *display* LCD de 3.1/2 dígitos que permite fácil leitura e contém indicação de bateria fraca. O recurso

TORNEIRA

# PRIMA touch

ela se tornou  
**indispensável**  
no seu dia a dia!



**Tecnologia Touch**  
Água na temperatura certa com um toque



Possibilidade de instalação em bancada ou parede



**Zagonel**  
Tecnologia eficiente

www.zagonel.com.br  
+55 (49) 3366 6000

f i y /eletrozagonel



DATA HOLD permite pausar os valores de picos durante a medição. A chave seletora é utilizada para selecionar funções e faixas de medida, facilitando o trabalho. Utiliza bateria de 9 V padrão que lhe dá autonomia. O kit inclui também um esto-

jo protetor, 1 par de pontas de prova e manual de instruções.

Outro lançamento é a Campinha sem fio Brasfort 7891, que possui alcance de 100 metros em áreas livres, inclui um transmissor (botão) alimentado a pilha (1 x 12 V, 23 A incluso no produto) resistente a chuva e um receptor Bivolt (127 V - 220 V) com plugue para tomada. Possui 52 tipos de sons com controle de volume e pode ser utilizada em residências, consultórios, estabelecimentos comerciais, entre outros.

O receptor permite a sincronização com até 10 transmissores (Botão sem Fio Brasfort 7892). Homologado pela Anatel.

## COBRECUM

Destaque para o Cabo Solarcom para as instalações fotovoltaicas que está em amplo crescimento no Brasil. O produto é fabricado com a sua cobertura nas cores preta, vermelha e verde/amarela e foi desenvolvido e testado a partir dos mais criteriosos padrões internacionais para transmitir energia limpa produzida pelas placas fotovoltaicas com segurança e qualidade.

O cabo é indicado para tensões nominais de 0,6/1 kV (CA) até 1,8 kV (CC), possui fácil instalação por causa de sua flexibilidade e baixo raio de curvatura e o composto poliolefinico da isolamento e cobertura possui alta resistência a raios UV e ao ozônio, é resistente a chama, caracteriza-se pela baixa emissão de

fumaça e não produz gases tóxicos e corrosivos, tem ótima resistência mecânica e é muito resistente a óleos minerais, ácidos e amônia.

A IFC/COBRECUM é uma empresa preocupada em produzir fios e cabos elétricos seguros, confiáveis e de muita qualidade, explica Gustavo Verrone Ruas, diretor da IFC/COBRECUM. “Por isso, investe constantemente na modernização de seus equipamentos, que possuem tecnologia de ponta. Também realizamos aperfeiçoamentos constantes em nossos processos para atender às exigências do mercado e garantir a satisfação de nossos clientes. Além disso, a qualidade é um dos três pilares de sustentação da IFC/COBRECUM – segurança e tecnologia são os outros – e por isso, a empresa não para de investir”.

Este ano, a Cobrecum investiu no lançamento dos Materiais Encartelados ‘Medida Certa’ em embalagens blister de plástico PET com 25 metros, que é um produto voltado para o mercado varejista e uma grande solução para os consumidores que necessitam comprar fios e cabos elétricos em pequenas quantidades.

Gustavo Verrone Ruas avalia que o mercado está em busca de posicionamento crescente por ter ficado muito tempo estagnado por causa da crise econômica pela qual o país passou nos últimos anos.

“Por isso, acreditamos que o aumento nas vendas seja gradativa”, encerra.



## CORFIO

A Corfio, há mais de 25 anos, busca oferecer a escolha profissional para qualquer instalação. Além dos conhecidos cabos para instalação residencial, comercial e industrial, a Corfio dá destaque ao novo Cabo Flexível Solar Corfitox 0,6/1 kV (1,8 kV



C.C.), para uso em sistemas solares fotovoltaicos. A Corfio investe constantemente na qualidade dos seus produtos, com rigorosos sistemas de monitoramento e controle, desde a matéria prima até o produto final, e tem projetos para novos produtos a serem lançados nos próximos meses.

## DECORLUX

O Conector de Emenda e Derivação Decorlux é utilizado para a conexão de cabos e fios de diversos tipos e tamanhos, ideais para instalação elétrica em caixas de passagem, pois possibilitam uma conexão mais firme



e segura. O corpo do produto é feito de plástico, o que garante uma perfeita isolação, diminuindo o risco de choques elétricos. Eles estão disponíveis em 3 modelos: 2,3 ou 5 polos. Junior Gouveia, diretor da Decorlux avalia que o mercado recebeu bem os novos conectores. “Os clientes têm aprovado a qualidade do produto e muitos efetuaram novas compras. Devido aos *feedbacks* positivos, pretendemos aumentar a previsão de compras e importar uma maior quantidade nos próximos meses”.

## GALAXYLED

As lâmpadas tubulares da empresa são práticas e de fácil instalação, proporcionam rendimento eficiente a quem procura iluminação intensa sem comprometer as condições de temperatura ambiente, sendo a qualidade requerida garantida através da certificação INMETRO, em conjunto



à qualificação dos processos da GalaxyLED evidenciada pela conquista da certificação ISO 9001:2015.

Além de investimento em parcerias, como o Studio 1202 (canal do Youtube sobre o mundo da decoração) e o Jaguars (equipe de rugby, sediada em Jaguariúna, SP), a GalaxyLED tem investido no descarte correto de seus produtos. Todos os resíduos gerados internamente e que podem ser reciclados, como plástico, papel e papelão são vendidos para empresas ambientalmente corretas e o dinheiro é utilizado para o bem-estar dos colaboradores.

“Damos muito valor a essa questão ambiental e realizamos reuniões mensais para monitorar e analisar os indicadores de desempenho, além de promover treinamentos e ações junto aos colaboradores. Todas as lâmpa-

# RADIAL



ENCONTRE UM REPRESENTANTE AUTORIZADO

O MELHOR CUSTO-BENEFÍCIO DO MERCADO!



das que retornam com defeito, tanto na matriz em São Paulo, quanto em Joinville, vão para o descarte correto numa empresa especializada em Suzano”, afirma Juliana Toselli, gerente da qualidade na GalaxyLED”.

Quanto ao crescimento do mercado, Samir Bueno, diretor de Operações – COO-, afirma que é “importante a identificação do cenário futuro para trabalhar a sustentabilidade do negócio com base em planejamento efetivo e administração influenciadora, que por sua vez impulsiona engajamento, capacitação, motivação e sucesso organizacional.

### KRONA

A Krona oferece linhas completas de tubos e conexões para instalações de esgoto, água fria e água quente, ampla linha de acessórios para a construção civil, assim como extenso portfólio de linha elétrica, entregando soluções completas para projetos residenciais, comerciais e industriais.

A linha elétrica é composta por eletrodutos rígidos, eletrodutos flexíveis corrugados, luvas e curvas roscáveis e soldáveis em diversos tamanhos e ângulos, fitas isolantes antichama, caixas de luz 4x2 e 4x4, caixa de luz octogonal, prolongadores para caixa de luz, caixas de centro para laje e luvas de pressão para eletroduto flexível corrugado.

“Um dos destaques é o Eletroduto Corrugado Flexível, fornecido em duas configurações: leve (ideal para paredes, na cor amarelo) e reforçado (ideal para lajes, na cor laranja). Dentre seus diferenciais estão a máxima qualidade e resistência, ideal para substituir eletrodutos rígidos roscáveis e soldáveis, além da alta

flexibilidade para trajetos sinuosos - não amassa, pois são produzidos de PVC, com fórmula antichamas, que impede a propagação de chamas e são recomendados para projetos residenciais, comerciais e industriais”, informa Valdicir Kortmann, diretor comercial e marketing da Krona.

Em março de 2019, a Krona lançou os Quadros de Distribuição, deixando a linha elétrica Krona ainda mais completa. Com *design clean* e moderno, os Quadros de Distribuição Krona alinham beleza e segurança nas instalações residenciais e comerciais. São destinados a proteção mecânica de dispositivos elétricos e encaminhamento de cabos e condutores em instalações elétricas de baixa tensão.

### LAMESA

Destaque para a linha de Cabos Flexíveis classe 5, reconhecida por sua qualidade absoluta e para linha de cabos fotovoltaicos, que receberam a nomenclatura de Lametox Solar. “A Lamesa fez consideráveis investimentos em novas máquinas e equipamentos, para o parque industrial, aumentando nossa capacidade instalada, em 2018, e vamos lançar, ainda este ano, a linha de cabos coaxiais, cabos livres de halogêneos explica Silvio José de Carvalho – gerente comercial. Silvio avalia que o mercado está dando sinais de recuperação: “Nos meses de janeiro e fevereiro tivemos crescimento considerável de vendas e sentimos um bom aquecimento do mercado; cremos que teremos alguns alto e baixos em 2019, em relação ao mercado, porém, temos confiança e estamos otimistas de que será um ano positivo para nosso setor”.



### PRYSMIAN

O Cabo Afumex Green é o destaque da Prysmian. O produto substitui, na sua isolamento, o polietileno tradicional (derivado do petróleo) pelo biopolietileno (polietileno verde), material desenvolvido a partir da cana-de-açúcar, 100% renovável e com certificação internacional, reduzindo as emissões de CO<sup>2</sup>.



A grande novidade é a inauguração do novo HQ do Grupo Prysmian para a América Latina. O CEO Global Valerio Battista e executivos da empresa reuniram-se no Brasil para conhecer as novas instalações que, a partir de agora, concentram as operações administrativas do grupo na região.

Nesse projeto, chamado de Projeto +90, em alusão aos 90 anos da empresa no Brasil, o Grupo Prysmian investiu cerca de R\$ 150 milhões na expansão de duas de suas sete unidades no país, Sorocaba e Poços de Caldas. Na unidade de Sorocaba, localizada no bairro do Éden, o grupo, investiu na ampliação e modernização de linhas de produção destinadas a cabos de energia, cabos ópticos e metálicos para transmissão de dados e cabos especiais para a indústria automotiva e na construção de um novo centro de distribuição. A unidade também passa a ser o novo Centro de Excelência para a América Latina, que conta com um laboratório referência em pesquisa e desenvolvimento nas áreas de energia e telecomunicações e um novo edifício administrativo. O acréscimo em área construída nessa unidade chega a 23 mil m<sup>2</sup>.

### SIL

A SIL destaca o Cabo AtoxSil Solar 1,8 kV C.C. Com isolamento e cobertura resistentes a chama e com baixa emissão de fumaça e gases tóxicos na presença de fogo, o cabo é destinado a sistemas fo-



tovoltaicos, sendo também resistente à salinidade, radiação UV e umidade.

Pedro Morelli, gerente comercial e de marketing da SIL, destaca os constantes investimentos realizados. “A evolução constante e a busca por novas tecnologias que auxiliem tanto na nossa produção, quanto na melhoria de nossos produtos, faz parte do DNA da SIL. Por isso, podemos dizer que constantes investimentos sempre são feitos, tanto em nossa linha de produção fabril, quanto em nosso material humano”, explica.

E chama a atenção para o mercado de condutores elétrico que é extremamente competitivo.

“Observamos nos últimos anos, com a crise econômica, uma mudança no cenário e um acirramento, sobretudo na competição por me-



lhores preços e ampliação do mercado consumidor. As mudanças estratégicas que foram estabelecidas no nosso departamento comercial surtem efeito e temos nos preparado para conseguir absorver o aumento da demanda em momento futuro que se aproxima”.

### SOPRANO

A Unidade de Materiais Elétricos da Soprano destaca a linha de interruptores e tomadas e produtos para energia solar fotovoltaica. Outros destaques: Linha de Minidisjuntores



SHB DC de 500 v e 1000 V até 32 A; Linha Led até 52 w; Linha de chave boia até 25 A; Linha de dispositivo de proteção contra surtos – DPS de 175 V e 385 V; Fita auto fusão resistente à umidade, para uso em média tensão (35 KV) e alta tensão (69 KV).

### STECK

A Steck destaca as reconhecidas qualidade e segurança de seus produtos para o mercado de condutores com o lançamento da linha Iron Box®.

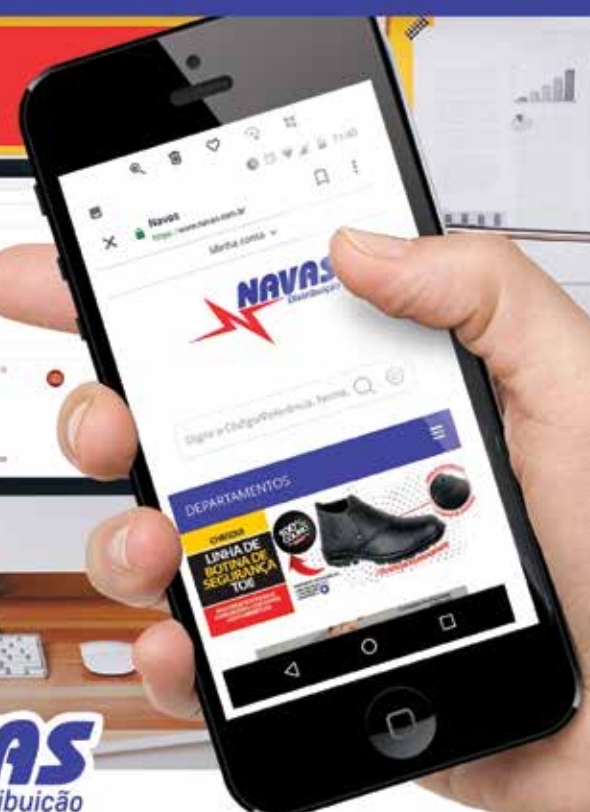
Fabricada em liga de alumínio de alta resistência à corrosão e mecânica, a Iron Box® está em conformidade com a ABNT NBR 15701 e dispõe de condutores múltiplos com rosca BSP, placas (cega, módulo e tomada), luvas de emenda e conectores reto e múltiplo, inclusive de tampão plástico (BSP). Todos com opções de



**REFERÊNCIA NA DISTRIBUIÇÃO DE MATERIAIS DE CONSTRUÇÃO!**

**FAÇA SUAS COMPRAS NO SITE:  
WWW.NAVAS.COM.BR**

-  **AGILIDADE**
-  **ENTREGA RÁPIDA**
-  **SEGURANÇA**



**+8000  
PRODUTOS  
DE GRANDES  
MARCAS**

**0800 702 8202  
14 99103-9883**



bitolas 1" ou 3/4", sem rosca para entrada de eletrodutos e sem pintura.

## TRAMONTINA

A Tramontina destaca dois itens: as caixas de embutir e os eletrodutos corrugados.

Usadas para acomodar interruptores, tomadas e conexões de fiação na parede ou no teto, as caixas de embutir protegem os mecanismos e circuitos de distribuição. Com saída de 1/2", 3/4" e 1" na mesma unidade, as caixas pode ser encontrada nos formatos, quadrado, retangular, octogonal e para drywall, também na opção empilhável. Os modelos da Tramontina são feitos de termoplástico de alta resistência mecânica e atendem às características dimensionais previstas na norma NBR 5431.

Já os eletrodutos são tubos pelos quais passam os fios e cabos que compõem a instalação, protegendo-os de quaisquer danos mecânicos, que possam causar superaquecimento, curtos-circuitos e choques. Fabricados de material antichama, são leves, não achatam e podem ser usados em regiões litorâneas.

Os investimentos feitos pela Tramontina são contínuos, pois inovação e diversificação fazem parte da história da empresa. A marca está atenta às possibilidades e os novos produtos visam ampliar a variedade de materiais elétricos oferecidos ao mercado, o que deve gerar o aumento nas vendas.

A empresa avalia que o varejo de material de construção tem registrado índices positivos de crescimento, o que melhora gradativamente o desempenho desse segmento. A expectativa é que, neste ano, o mercado apresente melhores índices de crescimento.



## VALEMAM

A Canaleta Articulada Aparente de Alumínio Frog é o destaque. Organiza fios e cabos de forma aparente, tem sistema exclusivo de tampas que abrem e fecham por articulação. "É a única no Brasil com esse sistema de tampas que geram economia de tempo na instalação e manutenção, além de dispensar qualquer tipo de ferramenta para extração. Frog é uma das únicas canaletas que dispensa fixador de cabos pois possui no seu próprio septo fixo na base com essa função", explica Vanessa Vasconcelos, gerente geral.

Por ser uma peça aparente, FROG mantém a preocupação com o *design*, inclusive nos acessórios como caixas e curvas. A Valemam acredita que o *design* é uma ferramenta para criar soluções e, por isso, precisa cumprir o objetivo de estar disponível para todos.

A Modular Apis é a linha de eletrocanaletas desenvolvida pela Valemam para passagem de fios e cabos elétricos, de telefonia, telecomunicações ou informações. Com montagem em dois layouts (quadrado ou hexagonal), a solução é recomendada para projetos de lojas, restaurantes, museus, escritórios, entre outros.

## NEOCABLE

A Neocable, indústria voltada à produção de cabos de alumínio, é a segunda empresa do Grupo Nealumínio, fundada em 1991. A fabricação de cabos multiplexados de alumínio veio para atender a uma oportunidade de mercado, e surgiu da necessidade de ampliar sua variedade produtiva e ir além da sua já conhecida fábrica de arames de alumínio - Nealumínio. A Neocable oferece cabos de alumínio para o setor de eletricidade, produtos estes, que são vendidos tanto para distribuidores de materiais



elétricos, quanto para construtoras, incorporadoras, loteadoras, empresas de engenharia, instaladores, cooperativas e consumidor final (fazendas, indústrias, hotéis etc.). Os cabos são do tipo: Nus; Multiplexados; Protegidos ou Cobertos e Singelos (com diferencial de terem isolamento por XLPE + PVC).

Os cabos Neocable têm dupla camada de XLPE, o que aumenta consideravelmente a vida útil dos produtos e evita que tenham fissuras ou ressecamentos. E, pensando em inovação e qualidade, também oferece os cabos com cobertura de PVC - composto termoplástico à base de policloreto de vinila.

Os cabos Singelos 0,6/1,0 kV XLPE + PVC podem ser utilizados embutidos em dutos, formados nas estruturas dos prédios, eletrodutos ou diretamente enterrados. Além disso, são recomendados para circuitos de alimentação e distribuição de energia elétrica em prédios industriais e comerciais de baixa tensão (com até 1.000 V). A Neocable anunciou o investimento em novos maquinários no segundo semestre de 2019. Os equipamentos de alta tecnologia são importados e chegarão para aumentar consideravelmente a capacidade produtiva da empresa.

## AMANCO

Como marca da inovação e que oferece praticidade aos seus clientes, destacam-se os seguintes produtos voltados à rede elétrica no portfólio da Amanco:

- Caixa de Passagem Elétrica para Piso: torna a instalação segura ao facilitar a passagem e a manutenção de cabos

elétricos enterrados de baixa tensão e de telecomunicações. O produto serve de acesso para inspeção das instalações elétricas e possui uma tampa que suporta até 500kg, além do Adaptador Escalonado com bitola variável de 3/4 a 4.

- Eletroduto Rígido: usados para acomodação e condução de fios, cabos e outros dispositivos. São aplicados de maneira permanente ou temporária em instalações elétricas prediais de baixa tensão. Fabricados em PVC não propagante de chamas, a linha tem firmeza, resistência e encaixe simples às caixas de luz;

- Eletroduto Corrugado: os produtos dessa linha podem ser instalados embutidos (em paredes e lajes) ou aparentes (em locais protegidos). A grande flexibilidade deles permite ainda que sejam curvados com facilidade mantendo a qualidade e resistência. Como complemento da linha, temos o portfólio de caixas de luz com os modelos 4X2 e 4x4, além das caixas octogonais;

- EletroAmanco: aplicados de maneira temporária ou em instalações elétricas prediais de baixa tensão que precisem estar facilmente acessíveis para manutenções.

- Quadros de Distribuição e Caixas de Passagem: disponíveis nas versões liso e mosaico, os quadros de distribuição são fáceis de instalar, com entradas nas bitolas de 25mm e 32mm para eletrodutos. Já as caixas de passagem organizam a fiação e cabeamento elétrico. Adriano Andrade, diretor Comercial da Mexichem Brasil explica que estão previstos investimentos de US\$ 8 bilhões, este ano, em uma extrudadora para tubo de infraestrutura na unidade de Sumaré e US\$ 20 milhões na melhoria de desempenho e automação de equipamentos nas demais unidades.

E faz uma avaliação positiva do mercado: “Após viver seu pior momento, o setor de construção no Brasil deve apresentar uma retomada, ainda

que discreta, no médio prazo. A falta de grandes obras de infraestrutura e de ações concretas de atuação dos agentes fomentadores ainda causam efeitos no setor. O desemprego é outro fator que afeta o mercado, pois atrasa a decisão de investir em imóveis novos e em lançamentos pelas construtoras. Porém, o consumo das famílias tem melhorado de forma perceptível, mesmo que lentamente, porque o índice de reformas como alternativa à troca de imóvel tem aumentado. A Mexichem Brasil está em sintonia com este cenário e projeta elevar seu faturamento em pelo menos 15% neste ano, superando em cinco vezes o crescimento do setor de materiais de construção.”



## PENSOU EM MATERIAIS DE CONSTRUÇÃO, ACESSOU CASA CARDÃO.

Compras on-line [casacardao.com.br](http://casacardao.com.br)

Encontre o maior mix de produtos para ampliar suas vendas e uma equipe qualificada pronta para atender você.

Compre também pela central de negócios **0800 021 1033**

Segunda a sexta | das 7h15 às 19h

Siga nossas redes sociais: [@casa.cardao](https://www.facebook.com/casacardao)  
[facebook.com/casacardao](https://www.facebook.com/casacardao)

CASA CARDÃO   
MATERIAIS DE CONSTRUÇÃO



# QUANDO A PRECISÃO É FUNDAMENTAL

Realizar uma obra, seja reformando ou construindo, exige bons profissionais. E os instrumentos adequados. Mas, em qualquer situação, os instrumentos de medição vão permitir ao profissional realizar um bom serviço. E podem ser dos mais tecnológicos, com leituras a laser, ou os mais simples, como os mecânicos.





## VONDER

A VONDER conta com uma completa linha de medição, com produtos que vão desde as tradicionais trenas curtas e longas, escalas e níveis até os modernos termômetros infravermelhos, multímetros, alicates amperímetros, entre muitos outros, que se destacam pela alta tecnologia empregada em equipamentos de altíssima qualidade e precisão.

Um lançamento de destaque são os novos

Medidores de Distância a Laser, que acompanham uma tendência nesse mercado ao agregar tecnologia e multifunção, oferecendo em um único equipamento a possibilidade de realização das mais diversas tarefas.

Novidade no Brasil, mas amplamente utilizado em mercados como os dos Estados Unidos e Europa, a principal característica dos medidores a laser é a facilidade nos trabalhos, substituindo as tradicionais trenas por um modelo similar e eletrônico, que faz com muita agilidade medições e até cálculos mais complexos.

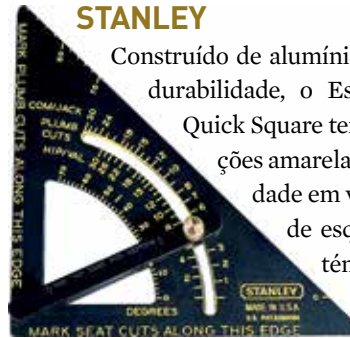
Facilidades encontradas no Medidor de Distância a Laser MDV 120C VONDER, que ainda agrega outra inovação, pois possui câmera acoplada que permite a melhor visualização do ponto exato de medição – ou seja, tecnologia de ponta a favor de uma precisão ainda maior. O modelo conta com faixa de medição de 0,05 m a 120 m, 4 pontos de referência para medição (frontal, meio, traseiro e dispositivo para cantos), além de indicador de nível de carga da bateria (alimentação: 3 pilhas AAA - Recarregáveis 1,2 V – acompanham o produto).

O Medidor de Distância MDV 120C é indicado para ambientes internos e externos e realiza medições de distância, contínua (trena eletrônica), área, volume, Pitágoras (6 tipos de medidas), medição de máximo e mínimo, adição e subtração. Permite também a realização de medições em 5 unidades diferentes (sistema métrico, polegada fracionária, pé, pé/polegada fracionária e sistema chinês).

Outro lançamento da linha é o Medidor de Distância a Laser MDV 100 VONDER, com faixa de medição de 0,05 m a 100 m, com 4 pontos de referência para medição (frontal, meio, traseiro e dispositivo para cantos), além de indicador de nível de carga da bateria. Possui alça multiuso e nível eletrônico no painel, sendo extremamente leve e compacto, facilitando a portabilidade e o manuseio.

Outro recente lançamento da linha de Medição da VONDER é o Medidor de Umidade MUV 200, que identifica o nível de umidade em peças como madeiras, materiais de construção e alvenaria, como argamassa, contraplacado, gesso e placas de cimento, além de também detectar a temperatura do ambiente. Conta com indicador de pilha fraca, indicadores de umidade em madeira e materiais de construção, com função de congelamento da tela e também permite a mudança no tipo de medida

da temperatura, podendo ser em °C ou °F. Para as medições em madeira, tem precisão de 2% e em materiais de construção a precisão é de 0,1%. Já a faixa de medição da temperatura é de 0-40°C ou 32-104°F.



## STANLEY

Construído de alumínio ultra resistente para maior durabilidade, o Esquadro Ajustável Premium

Quick Square tem o corpo preto com graduações amarelas e fornece a máxima legibilidade em várias condições de luz. Além

de esquadro, esta ferramenta contém atributos para serem utilizados

como transferidor de

ângulo, aumentando suas

aplicações; o *design* ajustável e multifuncional pode ser usado como guia de serra, chanfro ou transferidor; haste ajustável. Largura: 10-7/8" (276 mm) x altura: 6-3/4" (171,5 mm) x comprimento: 1/8" (3,18 mm).

A Stanley também destaca o Esquadro Básico 12" que tem revestimento em verniz para evitar corrosão; base de plástico resistente a altos impactos; indicado para verificar ângulos de 90°; medir e marcar superfícies de materiais diversos; medida: 12" (305mm).

## DEWALT

O Laser Auto Nivalador de Linha 12m Cubix da Dewalt projeta linhas verticais e horizontais cruzadas; possui indicador de ângulo de inclinação excedido; a trava do pêndulo previne danos nos componentes internos; é compatível com tripé DEWALT DW0881 ou qualquer outro com rosca 1/4-20 UNC.



APLICAÇÕES: nivelamento e aprumo em geral como em portas, janelas, estruturas de *drywall*, revestimentos em paredes e tubulações; marcação de esquadro para edificação, instalação de revestimento em pisos e paredes, instalação de armários, pontos de perfuração, entre outros. O Laser Autonível Giratório 127 V dispõe de autonivelamento horizontal e vertical, com aviso sonoro que indica quando há desnível. Elimina erros do operador; garante precisão e reduz tempo de ajuste.

APLICAÇÕES: nivelamento e aprumo em geral como portas, janelas, estruturas de *drywall*, revestimentos em paredes e tubulações; marcação de esquadro para edificação, instalação de revestimento em pisos e paredes, instalação de armários, pontos de perfuração, entre outros.

## BOSCH

A Bosch conta com um amplo portfólio de equipamentos de medição que envolve: medidores de distância, ângulos e incli-

# NOVO PORTAL GRUPO REVENDA



[www.gruporevenda.com.br](http://www.gruporevenda.com.br)

Como parte da missão de “ser o principal grupo de comunicação da cadeia de negócios entre fornecedores e comércio e geração de conhecimento das relações de consumo de materiais de construção no varejo”, o Portal Grupo Revenda é o mais completo do segmento, com notícias, artigos, dados, eventos, projeto educar e com a própria revista **Revenda Construção** levando para o setor informações e conhecimento especializado sobre venda e consumo de materiais de construção.

GRUPO  
**REVENDA**





nações, niveladores, detectores de materiais e térmicos, além de câmeras de inspeção.

Um dos destaques da linha de medição da Bosch é o medidor a laser GLM 120 C, que tem alcance de até 120 metros de distância e como diferencial conta com uma câmera integrada e tela ampla – colorida e rotativa – para facilitar a visualização de medições de longas distância. Graças a estes diferenciais, o equipamento é ideal para uso em áreas externas e sob a luz do sol.

A conectividade é outra vantagem para os usuários da GLM 120 C Professional, já que esta trena a laser pode ser conectada ao aplicativo desenvolvido pela Bosch - Measuring Master, que facilita a transferência de dados de forma rápida e eficiente, via Bluetooth ou USB para o computador, *tablet* ou *smartphone*.

Outra família de produtos que ganha cada vez mais espaço no mercado são os niveladores, em especial os de laser verde, tecnologia trazida ao Brasil, pela primeira vez, pela empresa.

A Bosch constantemente desenvolve novos produtos para medição e lança no mercado soluções e tecnologias para que o dia a dia do profissional seja mais produtivo e assertivo. “Neste ano, o lançamento foi o nível a laser verde GLL 2-12 G. O novo equipamento, moderno e de fácil manuseio, completa a família de níveis a laser verde da Bosch, que já conta com os modelos: GCL 2-15 G e GLL 3-80 CG. Recentemente, a Bosch inaugurou uma fábrica na China com foco na produção de niveladores. Lá o time do nosso Centro de Pesquisa e Desenvolvimento (P&D) trabalha em conjunto com nossos times na Alemanha para desenvolver novas tecnologias e produtos 100% focados nos usuários”, explica Renato Vieira, responsável de *marketing* da linha de medição da Divisão de Ferramentas Elétricas da Bosch Brasil.

Renato indica que o segmento de equipamentos de medição a laser (medidores, niveladores, detectores, câmeras de inspeção e térmicas) tem apresentado um crescimento superior ao de ferramentas em geral e isso é decorrente das oportunidades de novos negócios, seja permitindo aos profissionais que ainda utilizam métodos convencionais (trenas manuais, por exemplo) possam experimentar novas tecnologias, simples e eficazes, como um medidor GLM 20, ou possibilitando aos usuários que já migraram para o laser, atestaram sua eficiência e qualidade na entrega dos serviços, adquiram equipamentos com mais atributos técnicos, como ocorre com os niveladores laser, neste caso destacamos o GCL 2-15 e a família GLL 3-80.

## CORTAG

A Cortag, líder nacional no segmento de cortadores para revestimentos, possui um amplo portfólio para auxiliar o profissional em todas as etapas do assentamento.

Dentro de um grande portfólio de produtos, conta com dois mo-



## MIX COMPLETO!

### Mistura de Concreto



### Movimentação de Materiais



### Vibração de Concreto



### Motores a Combustão



### Geradores a Combustão



### Preparação de Solo e Piso



YouTube /csmmaquinas

facebook /csmmaquinas

(47) 3372.7600  
www.CSM.ind.br

**CSM**<sup>®</sup>  
MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS PARA CONSTRUÇÃO



delos de medidores de distância a laser, popularmente conhecidos por trenas à laser. Os Medidores MDC 40 e MDC 60, com capacidade de 40 metros e 60 metros, respectivamente, são portáteis e indicam a medida linear, da área, volume e altura à distância com facilidade e rapidez. O MDC 60 também armazena as últimas vinte medições, além da função de adição e subtração de medidas.

“Existe a procura constante de produtos de qualidade para que o nivelamento e medição do espaço seja mais preciso durante o assentamento. Consequentemente, o profissional que antes utilizava apenas ferramentas simples, está aperfeiçoando seu trabalho para atender uma demanda de clientes mais exigentes, proporcionando aos instrumentos de medição mais espaço no mercado atualmente”, diz Neivaldo Rosseto, diretor comercial.

### GRUPO FOXLUX

A Foxlux tem 3 modelos de multímetros:

Multímetro Digital: mede tensão contínua e alternada, corrente contínua e resistência. Realiza testes de diodo e transistor HFE. Tem chave seletora rotativa de funções. Acompanha manual de instruções, bateria e ponta de prova.

Multímetro Digital com Testador: mede tensão contínua e alternada, corrente contínua e resistência. Realiza testes de diodo e transistor HFE. Tem chave seletora rotativa de funções. Acompanha manual de instruções, bateria e ponta de prova.

Com testador para cabos Rj45, Rj12, e Rj11.

Multímetro Digital com Alicata Amperímetro: mede tensão contínua e alternada, corrente até 1000A, resistência e realiza teste de diodo e continuidade. Instrumento digital portátil, com congelamento de leitura e picos.

Chave Teste Foxlux: a Foxlux tem 2 modelos de chave teste:

Chave Teste com cabo injetado em PVC transparente e haste em aço carbono. Mede tensões entre 100 V e 500 V; Chave Teste Digital: com cabo injetado em PVC preto e haste em aço carbono.

### FAMASTIL

A Famastil, empresa do Grupo Foxlux, destaca 3 modelos de trenas: Trena de Alta Precisão: com presilha para cinto, fita com pintura em verniz ultravioleta, mola de aço carbono tratada termicamente e sistema com duas travas para garantir maior precisão (versões: 3 m x 13 mm ou 5 m x 19 mm)



Trena Emborrachada de Alta Precisão: com

trava, pintura antireflexo, alça e presilha para cinto, medidas em centímetros, polegadas e pés e mola de aço carbono tratada termicamente (versões: 3 m x 16 mm, 5 m x 25 mm, 7,5 m x 25 mm, 5 m x 19 mm e 10 m x 25 mm)

Trena em Fibra de Vidro: com fita amarela, contém manivela e suporte. Qualidade e precisão para grandes medições (versões: 30 m x 13 mm ou 50 m x 13 mm ou 100 m x 13 mm)

E, ainda, Esquadro Famastil: com cabo plástico e lâmina de aço encruado é gravado em centímetros e polegadas (versões: 10” ou 12” ou 14”); Nível Famastil, com três modelos (Torpedo, Trapezoidal e Alumínio).

### IRWIN

Com desenho exclusivo da IRWIN®, pensado para sua maior comodidade e maior facilidade de uso, a trena Professional é um produto da mais alta qualidade, graduada em milímetros e polegadas.

Tem superfície emborrachada; corpo de plástico ABS: design anatômico que oferece conforto, além de ser resistente a impactos.

Possui numeração contínua na fita, tornando mais fácil a leitura quando se está fazendo uma medição.



### TRAMONTINA

A Tramontina recentemente ampliou a linha de medidores de distancia a laser. Em junho, o novo modelo, que possui faixa de medição de 0,5 a 30 metros foi lançado. O corpo plástico melhora o agarre e garante proteção contra pó e respingos de água (IP54). A Tramontina Master possui em seu portfólio um amplo mix ferramentas. profissionais para o segmento da construção civil, como pedreiros, carpinteiros, encanadores, eletricitas, azulejistas, serralheiros, marceneiros, entre outros. Na linha de instrumentos de medição, destacam-se os medidores de distância a laser, trenas, escalas, métricas, níveis, esquadros e prumos. Qualidade e precisão para o profissional da construção civil.

Medidores de distância a laser – Desenvolvidos para oferecer agilidade e precisão nas medições para profissionais da construção civil, engenheiros e arquitetos, os medidores de distância a laser da Tramontina Master, possuem corpo plástico que melhora o agarre e garante proteção contra pó e salpicos de água (IP54).

A linha é composta por 4 modelos de medidores de distância a laser com capacidade de 30, 40, 60 e 80 metros.

Trenas – Os modelos indicados para medições de pequenas distâncias possuem gancho zero absoluto, permitindo realizar medidas exatas - internas ou externas. São dois modelos: corpo plástico e corpo metálico. A trena com corpo plástico pode ser

encontrada em quatro tamanhos: para 3, 5, 7,5 e 10 metros; e o modelo com corpo de aço inox, está disponível nos tamanhos 3, 5 e 7,5 metros. O modelo de trena de fibra de vidro foi desenvolvida para medições de grandes distâncias. A fita de fibra de vidro não conduz eletricidade e é resistente à corrosão.

Escalas métricas – Ideais para realizar pequenas medições e traçados em geral. Disponível em dois modelos: corpo de madeira e corpo de ABS, nos tamanhos de 1 e 2 metros.

Níveis – Utilizado para verificação de nível ou perpendicularidade, seja em alvenaria, carpintaria, mecânica e até em simples trabalhos, como pendurar quadros, nivelar espelhos, etc. São quatro modelos com corpo em alumínio e opções com base magnética para fixação.

Esquadros – Ferramenta utilizada quando se deseja verificar ângulos de 90° e realizar medições/marcações em diferentes materiais e superfícies. Dois modelos disponíveis com corpo de alumínio e aço especial, com variações de tamanho.

Prumos – Utilizados para determinar a verticalidade de paredes. Disponíveis em três modelos: sendo dois com corpo de ferro fundido e um com corpo de aço revestido por plástico.

A empresa destaca que o consumidor busca por produtos que facilitem e agilizem os trabalhos na construção civil. Por isso,

investe continuamente na atualização tecnológica dos meios de produção, pesquisa e no controle de qualidade. O CIPeD (Centro de Inovação, Pesquisa e Desenvolvimento) agrega qualidade ao processo de produção dentro dos mais rigorosos padrões exigidos pela legislação.



## LINHA DE EPIS ATLAS. SEGURANÇA E QUALIDADE RECONHECIDAS.



**MÁSCARAS**  
DE PROTEÇÃO



**PROTETOR**  
AUDITIVO



**ÓCULOS**  
DE SEGURANÇA



**LUVAS**  
DE SEGURANÇA



uma empresa  
**InBeta**

facebook.com/pinceisatlas  
youtube.com/pinceisatlasoficial  
www.pinceisatlas.com.br

**ATLAS, A MARCA DO**  
PINTOR PROFISSIONAL

**ATLAS**



## RALO SOBRE RODAS

Há dez anos o Grupo Linear ingressava no mercado brasileiro com a proposta de inovar o segmento de sistemas de escoamento. Pioneiro na comercialização do ralo linear no Brasil, hoje conta com três marcas de produtos e um mix com mais de 130 opções de produtos. E uma das estratégias da companhia para a aproximação com lojistas da área da construção de todo o país é o Road Show, mostra itinerante que une exposição e treinamentos, por todo país.

A ideia, segundo a diretora executiva do Grupo Linear, Regina Montandon, teve sua primeira edição em 2015. “Muitos clientes manifestavam o desejo de conhecer melhor o mix e sabíamos que os nossos produtos ainda causavam algumas dúvidas nos vendedores, especialmente em relação a instalação. Para garantir que os produtos fossem reconhecidos passamos a viajar todo o Brasil dando treinamento a lojistas e mostrando nosso portfólio em um showroom móvel”, conta. Além disso, a diretora informa que havia grande curiosidade entre os vendedores das lojas em conhecerem os produtos lançados na Expo Revestir, principal evento de soluções em acabamentos da América Latina, já que na maioria das vezes quem visita a feira são os compradores ou donos das lojas. “O Road Show também foi um jeito de levar as novidades apresentadas pela empresa na feira para todas as colaboradoras das lojas”, diz.

## GRUPO FOXLUX PATROCINA PARANÁ CLUBE

O Grupo Foxlux assinou o contrato de patrocínio com o Paraná Clube e terá a Famastil estampada no uniforme do time de futebol profissional do estado. Essa é a quarta vez que o Grupo investe no time. Nos anos de 2012, 2015 e 2017 o patrocínio se deu com a marca Foxlux, e a novidade de 2019 é a chancela da marca Famastil, adquirida pelo Grupo no ano passado.

O contrato se estende durante toda a temporada do Campeonato Brasileiro da série B. Essa foi uma estratégia de valorização e visibilidade de marca, em especial da Famastil, que retoma com força ao mercado nesse momento. “A Famastil, empresa que tem atuação nacional, será nossa principal marca estampando o uniforme, estratégia alinhada à retomada dela no mercado. Nossa intenção é trabalhar muito em conjunto com o Paraná Clube oferecendo várias ativações para a torcida tricolor”, pontua Eloir Pereira Padilha Jr., Gerente de Marketing do Grupo Foxlux.

A marca da Famastil estará estampada acima do número, nas costas, nos uniformes de jogo até o final de 2019. Em uma parceria inovadora no que diz respeito à exposição de mais de uma marca para nosso parceiro, a Foxlux também estará presente de forma pontual, na barra frontal. Existe a possibilidade de alternância entre as marcas de acordo com a estratégia.

Para Eloir Pereira Padilha Jr, a retomada do patrocínio esportivo é gratificante. “Nos últimos 10 anos o Grupo Foxlux vem sempre investindo na plataforma de incentivo ao esporte seja individual, amador ou o profissional, que trazem um grande retorno de visibilidade de marca. O Paraná Clube sempre nos ofereceu visibilidade e profissionalismo nos investimentos da empresa, o que nos faz sempre pensar em voltar. No último ano que patrocinamos o Paraná, o clube voltou à série A, e esperamos que juntos terminemos o ano da mesma forma”, ressalta o gerente de Marketing do Grupo Foxlux.





## NOVOS DISCOS **NORTON**

A Profissionais que usam discos diamantados nos processos de corte na construção civil podem contar, a partir de agora, com a mais avançada tecnologia desenvolvida por uma fabricante do setor. Trata-se da tecnologia iHD (Infiltrated High Density, em português infiltração alta densidade), patenteada pela Norton e que já está disponível no Brasil. De acordo com Vivian Marques, diretora de marketing da Saint-Gobain Abrasivos, os Discos Diamantados com a tecnologia iHD, combinados com o processo de soldagem a laser da Norton, são o resultado da mais avançada tecnologia desenvolvida nos últimos tempos para essas ferramentas. “Ao desenvolvermos a tecnologia iHD reforçamos o nosso compromisso de entregar ao mercado e, principalmente aos profissionais, as mais novas tecnologias visando sempre otimizar tempo e a qualidade do trabalho. Esse é apenas o começo. Outros produtos dessa nova geração de discos estão em desenvolvimento e, em breve, também estarão disponíveis”, argumenta Marques. Os discos garantem rendimento superior e vida útil prolongada. São usados em máquinas cortadoras. O corte é, em média, 40% mais rápido. Ao reduzir a vibração e o esforço no corte, oferece mais conforto aos operadores e ainda consome menos energia durante o processo de fabricação causando, assim, menor impacto ambiental. O Destaque da linha fica para o Explorer 4x4, que oferece corte em grande diversidade de materiais, como asfalto, concreto e concreto armado, granito, pedras naturais e, inclusive, metais.

## NOVAS EMBALAGENS DA **SHERWIN-WILLIAMS**

Para fortalecer a presença da marca no Brasil e melhorar a comunicação com os consumidores e pintores, a Sherwin-Williams, que neste ano completa 75 anos de atuação nacional, apresenta a nova identidade visual de suas embalagens das linhas de Arquitetura. Todo o portfólio será renovado no decorrer de 2019. Os primeiros produtos que chegam ao mercado com novo layout são Novacor Piso Premium, Metalatex Super Lavável Fosco, Metalatex Super Lavável Brilho, Metalatex Requite Acetinado, Novacor Extra, Novacor Cobre Mais e Kem Tone. As novas embalagens apresentam uma padronização na comunicação, que visa fortalecer a marca e facilitar a localização dos produtos no ponto de venda. “As imagens transmitem sensações e facilitam a comunicação do produto com os consumidores e pintores, além disso, ícones geram mais relevância e valor agregado para a marca. Nosso principal objetivo com essa renovação é ressaltar as qualidades e benefícios de cada produto, auxiliando a identificação dentro do PDV,” explica Luiz Piva, diretor de marketing Brasil da Sherwin-Williams e Colorgin. Além da reformulação visual do portfólio de produtos, a Sherwin-Williams apresenta dois lançamentos na linha de Arquitetura. Novacor Piso Premium, a tinta piso mais conhecida do mercado, agora está disponível no sistema tintométrico ColorSNAP. Com isso, além das 17 cores prontas, o produto também é vendido nas bases XY, Z e W, que formulam mais de mil tonalidades do leque de cores. No portfólio de esmaltes sintéticos, Sherwin-Williams Esmalte Sintético Super Secagem chega ao mercado a partir de julho. O produto tem como principal característica a secagem em até 20 minutos entre demãos, alta cobertura e durabilidade de 10 anos.



**forusi**

como você nunca viu!  
A natureza significa progresso gerido

Nova linha Forusi Ecoline

- \* 100% abs
- \* Durabilidade
- \* Resistente
- \* Reciclável
- \* Custo benefício
- \* Qualidade



NOVA LINHA  
DE TORNEIRAS  
ECO LINE 100% ABS

C-33

Ref. 1131  
Torneira torçao para  
abrir para máquina  
de lavar



## Menos respingos, mais solda

O **Eletrodo de Solda E6013 Heavy Duty**® é extremamente versátil, indicado para todos os tipos de posições de soldagem, especialmente de aços de baixo carbono, estruturas metálicas, chapas galvanizadas e muito mais.

Pode ser utilizado em soldagens de corrente contínua ou alternada, positivo e negativo. Produz pouca escória, fácil de ser removida.

### DADOS TÉCNICOS

- Classificação: E6013
- Norma: AWS A5.1
- Soldagem de aços carbono em geral
- Diâmetros (mm): 2,5 / 3,25 / 4,0
- Comprimento (mm): 350 / 400 (4,0)
- Formatos: Caixa Individual: 5 Kg / Pacote com 4 caixas: 20 Kg



Assista o nosso vídeo no Youtube!



Acesse [https://www.youtube.com/watch?v=\\_E8cDjm0XWU](https://www.youtube.com/watch?v=_E8cDjm0XWU)

Use o QR Code



# C&C REINAUGURA UNIDADE RADIAL LESTE

A unidade Radial Leste da C&C Casa&Construção, localizada em um dos pontos mais tradicionais da região da Mooca, em São Paulo, passou por grande reforma para oferecer uma experiência de compra ainda mais ágil e funcional para seus clientes. Com 3.200m<sup>2</sup> de salão de vendas, a loja recebeu corredores amplos e expositores mais práticos.

A C&C Radial foi uma das primeiras lojas da marca em São Paulo e, mesmo sendo parte de uma grande rede de *home centers*, conta com os diferenciais e particularidades de uma loja de bairro, mantendo uma relação especial com seus clientes que, em sua maioria, frequentam

o espaço há tempos. A proposta da reforma é, sim, modernizar a unidade e trazer para o padrão da marca, mas também presentear os antigos e novos frequentadores com um local visualmente mais harmonioso e que entregue maior diversidade de produtos e serviços.

Uma das maiores varejistas de itens para casa e construção do mercado e única 100% brasileira, a C&C está em constante evolução e em busca de novidades para oferecer o que há de melhor no segmento para seus clientes. Atualmente, a rede conta com 39 unidades distribuídas nos estados de São Paulo, Rio de Janeiro e Espírito Santo.

## COMPROMISSO ALIADO AO TRADICIONALISMO

Criado em 1991, em um pequeno depósito na cidade de São Sebastião, o Grupo Coqueiro dava início a um negócio que se tornaria referência em toda a cidade. Atualmente, possui 14 lojas em Brasília e entorno, atuando no Distrito Federal e Goiás, além da web loja ([www.lojasque-roquero.com.br](http://www.lojasque-roquero.com.br)).

Considerado o maior distribuidor de ferro e cimento para construção do Distrito Federal, o Grupo Coqueiro se preparou agora para expandir ainda mais a sua rede, com a inauguração, do Home Center Jardim Botânico com uma loja com *drive-thru* de materiais para construção, bem como com vagas cobertas para os clientes. Com mais de 500 colaboradores, o grupo teve sua consolidação no mercado por sempre oferecer as melhores marcas, além de um atendimento personalizado.

A Candossim e Cabana Arquitetos atuou nesse projeto, ampliando e modernizando a estrutura. Com as obras, a loja passou a ter aproximadamente 1600,00m<sup>2</sup> de área de vendas, uma área de 254,00m<sup>2</sup>

destinada ao Drive Thru e um estacionamento coberto. “Também planejamos um espaço para retirada dos produtos comprados por telefone e internet, de forma que o cliente, neste local, visualiza a nova loja e sente-se atraído a entrar e conhecer toda a variedade e ambientes”, explica Danilo Marques, arquiteto da Candossim e Cabana. “O cuidado com a comunicação visual foi outro ponto importante. Treinamos a equipe com palestras sobre bom atendimento e informações pertinentes ao setor de varejo e serviços”, enfatiza Margaret Candossim.



# LEROY MERLIN INSTALA

A felicidade e experiência de compra dos itens necessários para a reforma da sua casa em algumas vezes esbarra na necessidade de instalação do piso, de um ventilador, ar condicionado ou uma fechadura. O Leroy Merlin Instala atende também essa necessidade do cliente.

São, ao todo, 30 tipos de serviços de instalação que podem ser contratados no momento de compra dos produtos. Com este serviço a Leroy Merlin dá maior segurança, comodidade e conveniência para seus consumidores e garante auxílio maior sobre a variedade de produtos disponíveis nas 41 lojas físicas da rede ou no televendas. O serviço pode ser parcelado em até dez vezes da mesma forma que um produto à disposição na loja. Em 2020, será possível contratar a instalação inclusive dos produtos no *e-commerce* da rede.

## COMO FUNCIONA

A Leroy Merlin tem uma rede certificada de instaladores que têm seus serviços garantidos por um ano. Por meio de uma visita técnica, os profissionais indicados pela rede avaliam o projeto e esclarecem as dúvidas. Todos os serviços do Leroy Merlin Instala serão executados em dois dias. O prazo máximo leva em consideração que a instalação de um piso, por exemplo, depende da metragem do local e de um grau de dificuldade na colocação, o que demanda um pouco mais de tempo para a finalização.

O cliente receberá um *link* para confirmar o agendamento do serviço e também avaliar se o serviço foi bem realizado ou não. Se tiver algum problema de instalação, a Leroy Merlin irá refazê-la sem custo adicional, de forma segura, prática e simples.



UTILIZE  
REGULADORES  
PARA GÁS,  
SOMENTE  
CERTIFICADOS



# PAPAIZ

Gas Control

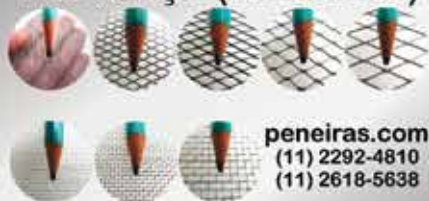
[www.papaizgascontrol.com.br](http://www.papaizgascontrol.com.br)

Não Revende?  
Tá perdendo.



Foto Ilustrativa  
Cor do Aro  
pode variar

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



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

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

TELAS EXPANDIDAS		TELAS TRANÇADAS	
	tipo CAFÉ	0400CM Altura 3cm	0505CM Altura 5cm
	tipo FEIJÃO	0400CM Altura 3cm	0505CM Altura 5cm
	tipo AREIA	0400CM Altura 3cm	0505CM Altura 5cm
	tipo ARROZ	0400CM Altura 3cm	0505CM Altura 5cm
	tipo FUBA	0400CM Altura 3cm	0505CM Altura 5cm
	tipo FUBA fio	0400CM Altura 3cm	0505CM Altura 5cm
	tipo FUBA fio Forte	0400CM Altura 3cm	0505CM Altura 5cm
	tipo FUBA Comum	0400CM Altura 3cm	0505CM Altura 5cm



# DICAS TELHANORTE PARA PINTAR

Para renovar o ambiente com mais cor e alegria, a solução é simples e prática: investir na pintura. A mudança da cor das paredes, a aplicação de uma tonalidade que fuja do convencional na sala ou um toque de criatividade no quarto das crianças pode resultar em um ambiente diferenciado e que reflète a essência dos moradores. Pensando nisso, Ádame da Silva, gestor do mercado de tintas da Telhanorte, esclarece explica como acertar nas cores e tornar os espaços de convívio das famílias mais agradáveis.

“A pintura de um ambiente deve sempre refletir o estilo e a personalidade dos moradores e esse fator auxilia na escolha da cor e do tom. Tons suaves, como gelo e palha, imprimem conforto e tranquilidade e são ótimos para os quartos e ambientes calmos. Esses tons são conhecidos por serem clássicos e expressarem leveza e delicadeza, criando um clima aconchegante e acolhedor. Para um ambiente mais alegre e animado, é possível ousar com tons quentes, como vermelho, amarelo e laranja. A dica é mesclar com paredes neutras ou co-

res opostas, como por exemplo, roxo e amarelo, visando harmonizar”, ressalta Ádame.

Se a ideia é expressar seriedade, cores de concreto e terra são ideais, pois transmitem elegância e sofisticação, interessantes para escritórios e ambientes de trabalho. “O conceito de tom sobre tom também é válido para esses locais, pois propõe modernidade e valoriza o ambiente”, completa o profissional.

Em ambientes infantis, o ideal é apostar na criatividade e se atentar às novidades do mercado. “Para o quarto das crianças menores de três anos, uma opção interessante são os tons pastel em amarelo ou verde, que expressam aconchego e proteção. Para as crianças maiores, vale brincar com os tons primários, contrastando com os móveis e harmonizando com os brinquedos e decoração. A tinta lousa é uma excelente opção para uma parede isolada, tornando espaço para desenhos e recados. Combinar uma mesma cor com diferentes níveis de tonalidade é também uma opção criativa para ambientes descontraídos”, destaca Ádame.





# SODIMAC INAUGURA LOJA EM OSASCO

A Sodimac abriu uma nova loja em Osasco, instalada ao lado do Shopping União, na Avenida Franz Voegeli, 752. A megaloja tem o formato Sodimac Homecenter|Constructor e oferece tudo para o projeto completo da casa, com grande variedade de produtos, comercialização de serviços de instalação e pintura (mão de obra), garantia de menor preço, marcas exclusivas, aluguel de ferramentas e atendimento personalizado.

Cerca de 250 colaboradores foram contratados para atuar na nova loja, sendo a maioria deles moradores da cidade. Centenas de empregos indiretos também estão sendo gerados. Denominada Sodimac Osasco, a loja tem mais de 17.000 m<sup>2</sup> de área construída, sendo cerca de 9.000 m<sup>2</sup> de área de vendas e 325 vagas de estacionamento. Com o exclusivo formato “duas lojas em uma”, conta com as áreas Homecenter voltada para o consumidor final, e Constructor, que é um atacarejo direcionado ao profissional da construção. Apesar de terem fachadas distintas, esses espaços são integrados para facilitar a compra e o atendimento aos diferentes perfis de clientes.

“É a sexta loja com o formato Sodimac Homecenter|Constructor que abrimos no Brasil e estamos muito honrados em poder apresentar aos clientes de Osasco e região um novo conceito de loja, preparada para auxiliá-los e oferecer soluções para todas as fases de seus projetos de construção, reforma e decoração da casa”, comenta Eduardo de Vries, di-

retor presidente da Sodimac Brasil. O executivo destaca ainda que a empresa tem o compromisso de garantir o menor preço. Por isso, se o cliente encontrar o mesmo produto vendido a um valor menor na concorrência, a loja cobre a oferta e ainda oferece mais 10% de desconto. “Não se trata de uma ação para a inauguração, mas de uma política que praticamos constantemente em todas as nossas lojas”, enfatiza Eduardo de Vries.

## LOJA COMPLETA EM PRODUTOS E SERVIÇOS

A Sodimac Osasco oferece um portfólio completo de produtos, com destaque para as categorias de pisos e revestimentos, tintas, móveis, utilidades domésticas, iluminação, decoração, materiais básicos, hidráulicos, elétricos, fixações, tábuas e madeiras, ferramentas, portas, janelas e equipamentos de proteção individual. Há também plantas, flores e utensílios para jardinagem e acessórios para automóveis.

O Centro de Cores é outro destaque da empresa, onde a marca exclusiva de tintas Kolor é preparada na hora e na cor da preferência do cliente, com mais de 100.000 cores vendidas no mesmo preço que a tinta branca. Há ainda o Centro de Projetos para inspirar os clientes em seus projetos de cozinhas e banheiros.

Para atender os clientes que têm uma vida agitada e solucionar suas preocupações com a mão de obra, a Sodimac também oferece serviços de instalação e pintura. Ao comprar pisos, por exemplo, é possível contratar também

a instalação. Tudo é pago diretamente na loja e os serviços têm a garantia de um ano. Na rede, são oferecidos serviços de instalação para pisos, revestimentos, portas, janelas, ar-condicionado, louças sanitárias, metais, luminárias, ventiladores, chuveiros, itens de decoração e organização, como cortinas e móveis, e churrasqueiras, além de pinturas em geral.

## DRIVE THRU PARA PROFISSIONAIS

Em relação ao profissional da construção, a Sodimac atua para atendê-lo com agilidade, facilitando seu dia a dia. As lojas têm o espaço Pátio Constructor, que funciona como um *drive thru*, chamado também de circuito rápido de compras, permitindo o acesso de veículos para o carregamento dos materiais. Dessa forma, eletricitistas, pedreiros, marceneiros, gesseiros e demais profissionais compram com praticidade tudo o que precisam para seus trabalhos. Eles também participam gratuitamente de cursos de capacitação, treinamentos e visitas técnicas às indústrias por meio do programa Círculo de Especialistas (CES). O profissional da construção conta ainda com área exclusiva com computadores, impressoras, Wi-Fi, tudo para facilitar seu dia a dia no momento de estruturar um orçamento para os seus clientes. Além disso, a Sodimac oferece aluguel de máquinas e ferramentas, que vão desde parafusadeiras até andaimes, e serviços personalizados gratuitos de cortes de madeiras e ferros.

# viajando pelo **BRASIL**

Confira as datas e os locais das principais feiras do segmento

## CONCRETE SHOW

**Feira Internacional de Construção, Tecnologia e Equipamentos**

De: 14 a 16 de agosto  
Local: São Paulo Expo Center, SP  
[www.concreteshow.com.br](http://www.concreteshow.com.br)

## 12ª INTERMACH 2019

**Feira Internacional de Tecnologia, Máquinas e Equipamentos**

De: 17 a 20 de setembro  
Local: Pavilhões da Expoville Blumenau, Santa Catarina  
[www.intermach.com.br](http://www.intermach.com.br)

## ABRAFATI 2019

**Exposição Internacional de Fornecedores para Tintas**

De: 01 a 03 de outubro  
Local: São Paulo Expo Center, SP  
[www.abrafati.com.br](http://www.abrafati.com.br)

## TUBOTECH

**Feira Internacional de Tubos e Conexões**

De: 01 a 03 de outubro  
Local: São Paulo Expo, SP  
[www.tubotech.com.br](http://www.tubotech.com.br)

## CONSTRUMETAL

**8ª Feira da Construção Metálica**

De: 14 a 16 de outubro  
Local: São Paulo Expo Center, SP  
[www.buildshow.com.br/pt/construmetal](http://www.buildshow.com.br/pt/construmetal)

## FINNEC

**Feira da Construção Norte/Nordeste**

De: 23 a 25 de outubro  
Local: Arena Fonte Nova, Salvador, BA  
[www.finnec.com.br](http://www.finnec.com.br)

## 2020

## EXPO REVESTIR

**Feira Internacional de Acabamentos**

De: 10 a 13 de março/2020  
Local: Transamérica Expo Center, São Paulo, SP  
[www.exporevestir.com.br](http://www.exporevestir.com.br)



de Tubos e Acessórios de Metal e da Tarcom Promoções, a TUBOTECH – Feira Internacional de Tubos, Válvulas, Bombas, Conexões e Componentes é considerada a principal vitrine e o verdadeiro ponto de encontro das Américas para o setor. Em 2019, realizará a sua 10ª edição entre os dias 01 e 03 de outubro, no

São Paulo Expo Exhibition & Convention Center, em São Paulo, quando fabricantes, distribuidores e prestadores de serviços das áreas de tubos, válvulas, bombas e motobombas, conexões, máquinas e equipamentos e uma série de outros componentes e acessórios apresentarão alta tecnologia, inovações e as últimas tendências e soluções para um público altamente qualificado, formado por profissionais dos setores de petróleo, gás, automotivo, construção civil, moveleiro, químico, petroquímico, farmacêutico, bebidas infraestrutura e mi-

neração, dentre muitos outros. Simultaneamente, acontecerá a 4ª Wire South America – Feira Internacional de Fios e Cabos, cujos produtos e visitantes têm grande sinergia com os públicos da Tubotech. Os eventos conjuntos terão a participação de centenas de expositores nacionais e internacionais, em área expositiva de 20.000 m², com público estimado em 13 mil profissionais do setor.

## FEICON BATIMAT

**Feira Internacional da Construção**

De: 31 de março a 03 de abril/2020  
Local: São Paulo Expo, SP  
[www.feicon.com.br](http://www.feicon.com.br)

## PRINCIPAL VITRINE

Organizada e promovida pela Cipa Fiera Milano e com apoio da ABITAM – Associação Brasileira, da Indústria

70 Anos

**TAMBASA**  
ATACADISTAS®



HONDA CG START 160

*Sorteio!*  
**45 MOTOS**  
**25 CARROS**

FIAT MOBI EASY 1.0 FLEX

**SHOW**  
*De*  
**PRÊMIOS**

A CADA  
**R\$ 100,00**  
EM COMPRAS (NF), VOCÊ RECEBE UM  
NÚMERO DA SORTE PARA CONCORRER AOS PRÊMIOS  
**NÃO PRECISA SE CADASTRAR!**

CONSULTE O REGULAMENTO EM [WWW.TAMBASA.COM/70ANOS](http://WWW.TAMBASA.COM/70ANOS). OS PRÊMIOS SÃO:  
FIAT MOBI EASY 1.0 FLEX E HONDA CG 160 START

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



**BRASFORT®**

Instagram icon BRASFORT\_BRASIL



BRASFORTFERRAMENTAS

[www.brasfort.net.br](http://www.brasfort.net.br)