



ATUAÇÃO PULVERIZADA Empresa possui três Centros Globais de Pesquisa e Desenvolvimento, com bases na China, Austrália e Itália. Como resultado, conta com mais de 1.200 registros de patentes e lança, anualmente, em média 180 produtos.



Fotos: Divulgação

Um mercado concorrido e com a presença de organizações renomadas. Assim é o segmento de ferramentas no Brasil. A existência de nomes consagrados, no entanto, não inibe a chegada de novos grupos. Ao contrário disso, pouco a pouco, outras empresas importantes têm desembarcado no Brasil interessadas em conquistar parcela dos consumidores desses produtos.

A ação mais recente nesse sentido aconteceu com a chegada da Positec, indústria mundial de ferramentas elétricas e para jardinagem e que, para estar mais próxima desse mercado, em março do ano passado inaugurou um escritório comercial em Valinhos, no interior paulista, que comanda a comercialização no Brasil. Os primeiros resultados já começam a aparecer.

Com sede na China e presente em 100 países - com maior atuação nos Estados Unidos e na Europa -, o Grupo chega com a estratégia de oferecer produtos inovadores, que permitam benefícios aos usuários, com ótimo custo benefício. "Parece ser comum, mas buscamos isso com muita seriedade", garante Rafael Oliveira, diretor de Negócios da Positec Brasil.

Negócio da China

Considerado um dos maiores mercados mundiais no segmento de ferramentas, o Brasil entra na rota do tradicional Grupo Positec, que tem planos audaciosos no País.

O executivo justifica a escolha do País para se estabelecer e expandir os negócios. “Somos um dos grandes fabricantes mundiais de ferramentas ao mesmo tempo em que o Brasil é um dos maiores mercados mundiais do segmento. Temos como estratégia crescer em todos os mercados e agora é a hora de investir aqui e na América Latina”, revela Oliveira.

Na sua avaliação, o mercado brasileiro precisa de produtos inovadores para facilitar as tarefas ou itens de qualidade com custo mais baixo. Para suprir essa necessidade, a indústria desembarca no País com duas marcas distintas: a Worx, cujas ferramentas são voltadas tanto para usuários domésticos quanto para profissionais, e a Wesco, com peças desenvolvidas, exclusivamente, para atender ao profissional brasileiro. “Os itens da marca Worx são os mesmos já comercializados nos Estados Unidos e na Europa. Mas quase toda a linha Wesco é vendida apenas no Brasil, uma vez que foi desenvolvida, exclusivamente, para o



Fotos: Divulgação

AMPLA DIVULGAÇÃO Para tornar a marca mais conhecida, o Grupo investe em ações como a participação em feiras do setor.

nosso mercado, considerando as necessidades e utilizações de nossos usuários”, comenta o executivo.

O diretor explica que, inicialmente, foi trazida uma linha com maior volume de vendas, como furadeiras, serras, marteletes e esmerilhadeiras, parafusadeiras, cortadores e aparadores de grama à bateria, dirigida às lojas de material de construção e de ferramentas.

As peças começaram a ser comer-

cializadas em setembro de 2013 e, em um primeiro momento, os negócios estavam concentrados no Estado de São Paulo. No entanto, passados dez meses, os itens do fabricante estão presentes em 12 Estados, mas ainda com mais força no Sudeste. Atualmente, segundo Oliveira, há mais de 400 lojas trabalhando com os produtos da Positec, que tem um plano de expansão que prevê a duplicação desse número no ano que vem.

Proximidade com os canais de vendas



O diretor deixa claro que o principal canal de vendas dos produtos da empresa são as lojas de material de construção. Dessa forma, além de visar à satisfação dos consumidores, as ferramentas do Grupo devem permitir os melhores resultados aos revendedores e oferecer um eficiente serviço de pós-venda, por meio dos mais de 250 postos de Assistência Técnica distribuídos em todo o Brasil. “Nosso objetivo é pulverizar os produtos da marca Wesco por meio de vendas de material de

Atualmente, há mais de 400 lojas trabalhando com os produtos da Positec e prevemos a duplicação desse número no ano que vem.

RAFAEL OLIVEIRA > DIRETOR DE NEGÓCIOS

construção”, revela o executivo.

Para que a marca seja reconhecida entre os consumidores, a Positec está realizando ações nos pontos de venda, com banners, adesivos, cartazes, filmes e vídeos, além de dispor de promotores de vendas para as lojas e oferecer treinamentos aos vendedores. “Temos um farto material de apresentação dos benefícios dos produtos que podem também ser acessados via internet”, comenta Oliveira.

Outro canal que está sendo utilizado pela empresa é o e-commerce, que funciona como venda direta aos consumidores finais. O diretor conta que a Positec entende que essa é uma ferramenta em grande desenvolvimento que pode e deve trabalhar em harmonia



com outras opções de vendas. “Nos Estados Unidos a marca Worx foi lançada apenas por meio de vendas pela internet, mas hoje também é comercializada em home centers e lojas de material de construção. Acreditamos que uma comercialização integrada e coordenada traz benefícios a todos os canais de distribuição”, ressalta o executivo.

Todos os produtos Wesco e Worx são fabricados nas plantas na China onde também são projetados, desenvolvidos e testados. Para tanto, a empresa possui três Centros Globais de Pesquisa e Desenvolvimento, com bases na China, Austrália e Itália. Como resultado, a Positec conta com mais de 1.200 registros de patentes e lança, anualmente, em média 180 produtos.

Esses itens, garante Oliveira, têm todas as certificações necessárias para vender nos Estados Unidos e na

Europa, países em que as linhas são premiadas. Desde que a organização foi fundada, em 1994, já recebeu 70 prêmios internacionais, especialmente pela inovação e práticas sustentáveis. Entre eles, destaca-se o “Lowe’s Annual Innovation Award”, fornecido pela Lowe’s, um das maiores redes varejistas de material de construção do mundo. “Em 2011, a Positec foi considerada a mais inovadora entre as 2,5 mil indústrias que fornecem para a Lowe’s. Nenhuma outra empresa havia recebido a premiação com apenas um ano de parceria com a Rede”, ressalta Oliveira.

Para distribuí-los no Brasil, o Grupo conta com um Centro de Distribuição, localizado na cidade de Jundiá (SP), de onde saem os produtos para abastecer todos os clientes. Para atender com eficiência, conta com uma estrutura com cerca de 100 funcionários que,

de acordo com o diretor, embora seja enxuta, é dinâmica e motivada a atender os clientes. Entre os colaboradores, possui uma equipe de vendas formada por representantes comerciais que tenham comportamento sério, criativo e que estejam preocupados com o resultado das vendas.

O diretor ressalta que o plano da Positec foi e continua sendo ter um crescimento e implantação controlados, o que justifica a preocupação com o serviço e satisfação que a empresa quer proporcionar aos revendedores. Segundo ele, o Grupo veio para o Brasil com uma estratégia de longo prazo, por isso está implantando as atividades passo a passo e ajustando ou melhorando os serviços. “Nossa meta é crescer e desenvolver novos mercados, proporcionando satisfação aos usuários e lojistas”, finaliza o executivo. ■