ED. 369 | JUN 2021 | ANO XXIII
WWW.GRUPOREVENDA.COM.BR

A NÚMERO UM DO SEGMENTO

NOVA REVENDA construção

OS LOJISTAS ELEGERAM AS EMPRESAS TOP DE 2021



brasilit SAINT-GOBAIN
Casa do LOJISTA ATACADISTA
efácil
FAME A marca do Brasil
FORTALEZA
GAMMA
120 GERDAU
Leão
LORENZETTI
MARTINS .COM.BR
MEGATRON Qualidade em tudo que constrói
NORTON SAINT-GOBAIN
PADO
quartzolit SAINT-GOBAIN
SIEMENS
TRAMONTINA o prazer de fazer bonito
UNIVERSIDADE MARTINS DO VAREJO

A ESCOLHA É SUA E A QUALIDADE É VONDER!

O **MELHOR**, **MAIS COMPLETO** E **PREMIADO** MIX **PROFISSIONAL** DO MERCADO, SEMPRE NA **LIDERANÇA**!

OBRIGADO PELA PREFERÊNCIA E POR TRABALHAR COM A **VONDER**!



O TRABALHO PROFISSIONAL AGRADECE SE TEM VONDER.

TOP OF MIND

CATEGORIAS PREMIADAS

- EQUIPAMENTO PARA PROTEÇÃO INDIVIDUAL
- BUCHA PARA FIXAÇÃO
- FERRAGENS
- FERRAMENTA ELÉTRICA
- BROCA
- LIXA
- TRENA
- CORTADOR MANUAL DE REVESTIMENTO CERÂMICO
- INSTRUMENTO DE MEDIÇÃO A LASER
- DISCO DE CORTE
- DISCO DIAMANTADO
- VERGALHÃO
- MÁQUINA ELÉTRICA DE BANCADA
- MANGUEIRA PARA JARDIM
- ACESSÓRIO PARA PINTURA
- FERRAMENTA MANUAL PARA CONSTRUÇÃO

É bom trabalhar com

vonder®

GRUPO
REVENDA

JUN 2021 | Edição 369

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

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

DIRETOR EDITORIAL
Roberto Ferreira (roberto@revenda.com.br)
Tel: (11) 98969-5690

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

GERENTES DE CONTAS
Marli Moço (marli@revenda.com.br)
Regina Mallol (regina.mallol@revenda.com.br)
Solange Castilho (solange@revenda.com.br)

EDITOR DE ARTE: Herbert Allucci

ADMINISTRATIVO
Mislene Fernandes (mislene@revenda.com.br
Tel: (11) 98896-8875

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

INTELIGÊNCIA DE MERCADO
Jéssica Oliveira (jessica.oliveira@revenda.com.br)

DEPARTAMENTO JURÍDICO
Dr. José Paulo Palo Prado

ASSINATURAS
Vera Lúcia M. Lopes (vera@revenda.com.br)
Tel: (11) 97197-8025

REDAÇÃO, ADMINISTRAÇÃO
E PUBLICIDADE
Rua Geraldo Flausino Gomes, 78 - conj. 53
(sede própria)
Brooklin - CEP 04575-060 - São Paulo - SP

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.

LOGÍSTICA E DISTRIBUIÇÃO
TAMBASA ATACADISTAS

A LUZ ESTÁ **ACESA**

A quantidade de insumos na construção civil foi drasticamente afetada pela pandemia, o que acarretou, principalmente, o aumento do preço dos produtos, em função da baixa oferta e da alta demanda. Mesmo diante de um cenário altamente preocupante, o setor vem se recuperando, com o aumento da produção, e as perspectivas são de conquistar seu maior crescimento histórico dos últimos oito anos.

Segundo dados da Câmara Brasileira da Indústria da Construção (Cbic), o Produto Interno Bruto do segmento deve avançar 4%, após ter sofrido um grande baque em 2020, com uma queda de 11,4%. Se transformarmos esses dados em valores, podemos ver claramente as consequências que geraram tanto temor e preocupação entre os profissionais.

Em todo o país, o Índice Nacional da Construção Civil (INCC), registrou uma alta de 17,72% nos valores dos insumos, entre janeiro e novembro.

Além de impactar diretamente o funcionamento do setor, a falta de insumos também pode afetar o consumidor final, que poderá pagar um valor maior pelo imóvel. Felizmente, o segmento vem lutando bravamente para contornar essa crise, com ações que objetivam reequilibrar a balança entre oferta e demanda e, principalmente, ampliar a oferta dos locais de venda de insumos. Afinal, somente a construção civil é responsável por 7% do PIB brasileiro – uma grande parcela da nossa economia, que deve ser bem cuidada para evitar ainda mais consequências negativas.

Como solução, vários estabelecimentos estão apostando em diversas ações estratégicas para se recuperarem dos efeitos da pandemia em 2020, tais como investir na digitalização para possibilitar o atendimento online e o aumento das vendas de seus produtos para todo o país, flexibilizando as negociações e adotando preços diferenciados para que consigam crescer e se destacar diante da grande concorrência que será criada e estimulada.

Com tantas ações empreendedoras, é notável o aumento da percepção positiva entre os profissionais do ramo, que antes se viam extremamente preocupados, sem uma luz no fim do túnel. Os efeitos causados pela pandemia ainda serão sentidos por muito tempo, mas com a volta da produção em massa – e, especialmente, com o início da vacinação – as perspectivas de crescimento para o setor são animadoras.

As conquistas econômicas dessa volta agressiva na produção serão enormes, especialmente com o aumento do interesse de diversas pessoas em investir na movimentação do setor. Inclusive, essa pode ser uma grande estratégia para os empreendedores que estão buscando se recuperar. Será um processo lento, mas que, a longo prazo, trará resultados positivos para a construção civil – e, principalmente, para a economia do país.

Vamos todos trabalhar para fazer de 2021 um dos melhores anos da história da construção civil no Brasil.

Boa leitura!

Roberto Ferreira

FITA
#CREPE
NÃO É
TUDO IGUAL!

TOP OF MIND
Revenda Construção

1º

LUGAR NA
CATEGORIA DE
FITAS CREPE
ADERE®

Aproxime a câmera
para ler o **Qr Code**





FITA FORTE®

Conheça também nossa
família **FITA FORTE®**

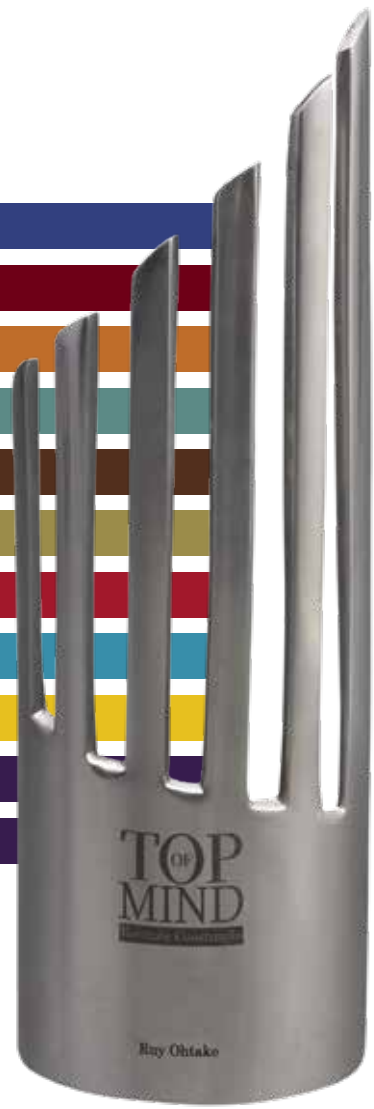
ADERE®
Colou, tá colado.

100% COM VOCÊ



REVENDA

EDIÇÃO 369 | JUN 2021 | ANO XXXIII



8 TOP OF MIND

14 ESQUADRIAS E FERRAGENS

20 FERRAMENTAS

26 ITENS PARA BANHEIRO

30 ITENS PARA COZINHA

36 MATERIAL BÁSICO

44 MATERIAL DE ACABAMENTO

48 MATERIAL ELÉTRICO

56 MATERIAL HIDRÁULICO

62 TINTAS E ACESSÓRIOS

70 ATACADISTAS

70 VEÍCULOS DE CARGA

106 | MELHOR PRODUTO DO ANO

108 | DIA DO REVENDEDOR

122 | PAINEL

142 | GESTÃO DE OBRAS

144 | BRASILUX

148 | CONSTRUÇÃO SAUDÁVEL

150 | DRYWALL

154 | STARRETT

156 | ROCA BRASIL

158 | INDICADORES

161 | ARTIGO

162 | SUA LOJA

166 | CLIQUE

Purificador fAcile

Agora você pode ter em sua loja a relação perfeita entre design e funcionalidade



ELEGANTE - MODERNO - COMPACTO

Vencedor do prêmio
BRASIL DESIGN AWARD
categoria saúde e bem estar



3 cores
Cinza
Branco
Preto

DISPONÍVEL COM DUAS OPÇÕES DE REFIS



VERSÃO C3
o poderoso cartucho C3 que retira até as menores partículas de sujeira invisíveis a olho nú além de reduzir o excesso de cloro prejudicial à saúde



VERSÃO C7
e a versão com cartucho C7 possui todos os benefícios da versão C3 e ainda elimina 99,9% das bactérias presentes na água.

Aproveite as melhores condições, faça uma cotação agora mesmo e garanta o seu pedido
(47) 3511 4545

HIDROFILTROS
A CIÊNCIA DA ÁGUA

TOP OF MIND

Revenda Construção

OBRIGADO PELO SEU RECONHECIMENTO

PRIMEIRO LUGAR
CHUVEIRO ELÉTRICO



PRIMEIRO LUGAR
TORNEIRA ELÉTRICA



PRIMEIRO LUGAR
SISTEMA DE AQUECIMENTO À GÁS



PRIMEIRO LUGAR
FILTRO E PURIFICADOR DE ÁGUA



PRIMEIRO LUGAR
TORNEIRA PARA COZINHA



PRIMEIRO LUGAR
TORNEIRA EM ABS



SEGUNDO LUGAR
TORNEIRA DE PLÁSTICO



SEGUNDO LUGAR
LOUÇA SANITÁRIA



TERCEIRO LUGAR
METAL SANITÁRIO



lorenzettioficial

0800 015 02 11
www.lorenzetti.com.br


Bem-Vindo
AO SEU
NOVO
BANHO
LOREN SHOWER
ULTRA
LORENZETTI
Mais do que você imagina

TOP OF MIND Revenda Construção 2021

BEM-VINDOS AO OSCAR DA CONSTRUÇÃO

PATROCÍNIO GLOBAL

APOIO


TOP OF MIND
Ruy Ohtake



Show da dupla Gran & Giovani foi o ponto alto do Top Of Mind

O TOP OF MIND 2021, o Oscar do segmento da construção, é organizado e realizado pela revista REVENDA CONSTRUÇÃO. É o resultado mais aguardado pela indústria que fabrica produtos que são comercializados pelas lojas de materiais de construção de todo o Brasil.

Uma marca é TOP OF MIND em seu segmento graças à boa imagem que tem junto aos clientes. Neste caso, os revendedores de materiais de construção de todo o Brasil. São premiadas as empresas mais votadas em nove segmentos (Esquadrias e Ferragens, Ferramentas, Itens para Banheiro, Itens para Cozinha, Material Básico, Material Elétrico, Material Hidráulico, Material de Acabamento e Tintas e Acessórios para Pintura) e duas enquetes (Melhor Atacadista Distribuidor e Veículo de Carga).

O departamento de pesquisa do **Grupo Revenda**, que edita a revista REVENDA CONSTRUÇÃO, realizou 945 entrevistas que resultaram em 8.820 votos. A pergunta formulada aos eleitores, os revendedores de materiais de construção, era simples e objetiva: NA SUA OPINIÃO, QUAL É A MELHOR MARCA NA CATEGORIA?



O mestre de cerimônias Cacá comandou a noite

Nada de induzir respostas; nada de destacar esta ou aquela marca; nada de influenciar os votantes. Tudo muito transparente.

Simples assim.

Mas as indústrias premiadas este ano não realizam um trabalho simples assim. Investem milhões de reais no desenvolvimento de bons produtos que ajudam a tornar a marca cada vez mais forte no mercado.

O show deve continuar, apesar do momento difícil que vivemos por conta da pandemia provocada pela COVID-19. E para celebrar a premiação no dia 18 de junho, a revista REVENDA CONSTRUÇÃO contratou, mais uma vez a dupla, GIAN & GIOVANI, que fizeram tanto sucesso no evento Melhor Produto do Ano. Tivemos um recorde de views e participação do público, com mais de 42 mil visualizações em mais de quatro horas no ar.

Um pouco de alegria em nossas vidas não faz mal a ninguém.

Então, tivemos muita música boa na noite muito especial de premiação. Afinal, o Top Of Mind é o Oscar das premiações.

Um agradecimento especial aos nossos patrocinadores. Sem a participação e a confiança depositada na revista REVENDA CONSTRUÇÃO, esta belíssima festa não seria possível.

A KRONA É DO BRASIL.

Uma das marcas mais lembradas do país.

CATEGORIAS PREMIADAS:

- Tubos e Conexões para água quente
- Tubos e Conexões para água fria
- Assento Sanitário
- Quadro de Distribuição
- Fita Veda Rosca
- Fita Isolante
- Torneira de Plástico

A KRONA É SHOW

TOP OF MIND 2020/2021 TOP 10 REVENDA CONSTRUÇÃO



Água fria • Água quente • Esgoto • Elétrica • Acessórios

krona.com.br asuaobra.com.br

QUEM QUESTIONA USA KRONA

KRONA
TUBOS E CONEXÕES

doc.sync

SUCESSO DE AUDIÊNCIA

Detalhamento dos números obtidos da live

FACEBOOK	6.300
INSTAGRAM	
REVENDA	6.138
GIAN 7 GIOVANI	89.244
LINKEDIN	670
E-MAIL MARKETING	4.921
YOUTUBE / LIVE	
REVENDA	56.912
GIAN & GIOAVNI	494.557
TOTAL	**658.742**



Para uma empresa ser Top Of Mind é preciso um bom trabalho de relacionamento com os lojistas de todo o Brasil.



Foram mais de quatro horas de show da dupla Gian & Giovani

Existem no Brasil mais de 140 mil lojas de materiais de construção! Quando a revista REVENDA CONSTRUÇÃO foi lançada, há mais de 33 anos, o número de lojas não passava de 20 mil. Assim como o mercado cresceu, a revista REVENDA CONSTRUÇÃO também cresceu, ocupando espaços importantes na mídia segmentada.

E para abastecer este importante mercado, que gera mais de 151 bilhões de reais por ano (só o estado de São Paulo, contou com faturamento de R$ 67,64 bilhões em 2020, e emprega 1,1 milhão de de trabalhadores diretos e mais de 400 mil indiretos), temos importantes ATACADISTAS DISTRIBUIDORES de materiais de construção, que também foram premiados na Enquete.

A ABRAMAT, a Associação dos fabricantes, estimava que o mercado iria crescer 4% este ano, mas agora está mais otimista revisando o crescimento em 5%. Vale lembrar que 60% dos produtos da INDÚSTRIA são distribuídos pelo VAREJO e apostam que haverá crescimento de demanda na INFRAESTRUTURA e outras obras COMERCIAIS E INDUSTRIAIS cujo atendimento é DIRETO e/ou parte dele pelo VAREJO.

A dupla GIAN & GIOVANI nos proporcionou uma viagem para todos os cantos do Brasil. Música da melhor qualidade para o prêmio de melhor qualidade para a indústria brasileira de materiais de construção. Durante os mais de 33 anos de vida, a revista REVENDA CONSTRUÇÃO publicou 368 edições. São mais de 30 mil páginas levando informação para os lojistas. Mais de 30 mil páginas contando a verdade sobre o mercado.

Informação séria é na revista REVENDA CONSTRUÇÃO!



Parabéns às empresas premiadas no Top Of Mind 2021 da revista Revenda Construção. Ser lembrada pelos lojistas é o resultado de um bom trabalho.

Casa do LOJISTA ATACADISTA

TUDO PARA SUA LOJA

WWW.CASADOLOJISTA.COM.BR @CASADOLOJISTAOFICIAL

MÁQUINAS | FERRAGENS | HIDRÁULICA | ELÉTRICA | ILUMINAÇÃO | UTILIDADES | TINTAS













LOJISTA, FAÇA SEU CADASTRO E TENHA ACESSO AOS NOSSOS PREÇOS!

(11) 94134-3057

30 ANOS

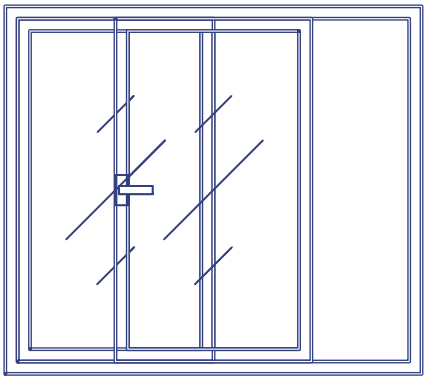
30 ANOS DE TRADIÇÃO ABASTECENDO SUA LOJA!

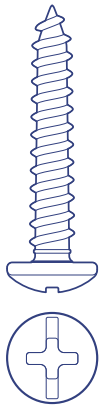
AUTOSSERVIÇO TELEVENDAS TRANSPORTADORA

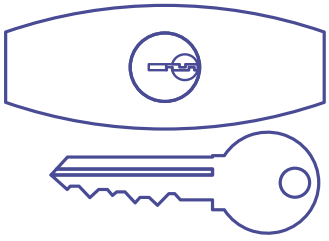
ESQUADRIAS E **FERRAGENS**

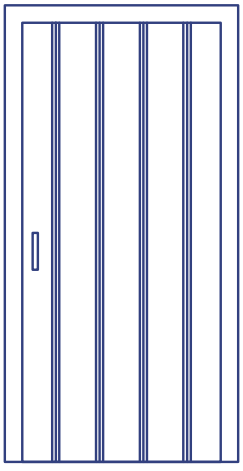
CATEGORIAS

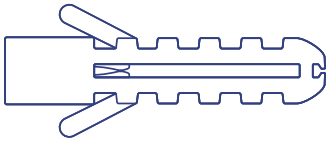
- BUCHA PARA FIXAÇÃO
- CADEADO
- ESPUMA DE POLIURETANO
- FECHADURA
- FERRAGENS
- PARAFUSO
- PORTA E JANELA DE AÇO
- PORTA E JANELA DE ALUMÍNIO
- PORTA E JANELA DE MADEIRA
- PORTA E JANELA DE PVC

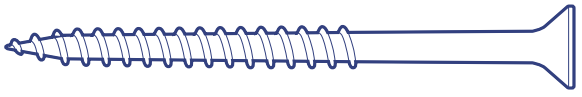












RESULTADO NACIONAL

BUCHA PARA FIXAÇÃO

EMPRESA	%
FISCHER BRASIL	32,4%
VONDER	13,5%
IV PLAST	9,0%
WORKER	8,1%
BEMFIXA	6,3%
TRIFIXI	6,3%
WURTH	5,4%
CISER	4,5%
VALEPLAST	3,6%
NEW FIX	2,7%
OUTROS/NULOS	8,1%

RESULTADO REGIONAL

SUL

EMPRESA
FISCHER BRASIL
VONDER
IV PLAST

NORDESTE

EMPRESA
FISCHER BRASIL
VONDER
IV PLAST

SUDESTE

FISCHER BRASIL
VONDER
IV PLAST

CENTRO-OESTE

FISCHER BRASIL
VONDER
IV PLAST

RESULTADO NACIONAL

ESPUMA DE POLIURETANO

EMPRESA	%
MUNDIAL PRIME/AEROFLEX	27,2%
TEKBOND	11,9%
VEDACIT OTTO BAUMGART	11,9%
TYTAN/SELENA	10,6%
QUARTZOLIT	10,6%
SIKA	7,9%
BASTON	5,3%
WORKER	4,0%
WURTH	4,6%
OUTROS/NULOS	6,0%

FECHADURA

EMPRESA	%
STAM	21,8%
ALIANÇA METALURGICA	12,9%
SOPRANO	10,9%
PADO	10,9%
PAPAIZ	9,9%
HAGA	8,9%
3F	6,9%
HELA	5,0%
AROUCA	4,0%
OUTROS/NULOS	8,9%

FERRAGENS

EMPRESA	%
IRWIN	26,6%
ALIANÇA METALURGICA	20,1%
VONDER	20,1%
GEDORE	13,7%
PARABONI	4,3%
STAM	3,6%
INCA METALÚRGICA	3,6%
IM FERRAGENS	1,4%
OUTROS/NULOS	6,5%

RESULTADO REGIONAL

SUL

EMPRESA
MUNDIAL PRIME/AEROFLEX
TEKBOND
QUARTZOLIT

SUL

EMPRESA
STAM
ALIANÇA METALURGICA
PADO

SUL

EMPRESA
IRWIN
VONDER
ALIANÇA METALÚRGICA

SUDESTE

MUNDIAL PRIME/AEROFLEX
TEKBOND
VEDACIT OTTO BAUMGART

SUDESTE

STAM
ALIANÇA METALURGICA
SOPRANO

SUDESTE

IRWIN
ALIANÇA METALURGICA
VONDER

NORDESTE

MUNDIAL PRIME/AEROFLEX
VEDACIT OTTO BAUMGART
TYTAN/SELENA

NORDESTE

STAM
ALIANÇA METALURGICA
SOPRANO

NORDESTE

IRWIN
ALIANÇA METALURGICA
VONDER

CENTRO-OESTE

MUNDIAL PRIME/AEROFLEX
TEKBOND
QUARTZOLIT

CENTRO-OESTE

STAM
ALIANÇA METALURGICA
PADO

CENTRO-OESTE

IRWIN
ALIANÇA METALURGICA
VONDER

RESULTADO NACIONAL

CADEADO

EMPRESA	%
PADO	33,1%
PAPAIZ	16,1%
STAM	11,3%
GOLD	8,1%
SOPRANO	8,1%
ALIANÇA METALURGICA	6,5%
3F	4,8%
VONDER	4,8%
OUTROS/NULOS	7,3%

PARAFUSO

EMPRESA	%
CISER	40,4%
JOMARCA	22,1%
BELENUS	8,1%
AROUCA	6,6%
FISCHER BRASIL	5,1%
MISTER	4,4%
NEW FIX	3,7%
BIGFER	2,9%
OUTROS/NULOS	6,6%

PORTA E JANELA DE AÇO

EMPRESA	%
SASAZAKI	36,8%
MGM	20,6%
GRUPO RAMASSOL	11,0%
HAIALA	7,1%
GRAVIA	5,8%
CRV METALÚRGICA	5,2%
ZEMA	4,5%
VITRALFER	3,2%
OUTROS/NULOS	5,8%

RESULTADO REGIONAL

SUL

EMPRESA
PADO
PAPAIZ
STAM

SUL

EMPRESA
CISER
JOMARCA
BELENUS

SUL

EMPRESA
SASAZAKI
MGM
GRUPO RAMASSOL

SUDESTE

PADO
PAPAIZ
STAM

SUDESTE

CISER
JOMARCA
BELENUS

SUDESTE

SASAZAKI
MGM
GRUPO RAMASSOL

NORDESTE

PADO
PAPAIZ
STAM

NORDESTE

CISER
JOMARCA
BELENUS

NORDESTE

SASAZAKI
MGM
GRUPO RAMASSOL

CENTRO-OESTE

PADO
PAPAIZ
STAM

CENTRO-OESTE

CISER
JOMARCA
BELENUS

CENTRO-OESTE

SASAZAKI
MGM
GRUPO RAMASSOL

TOP OF MIND
Revenda Construção

TOP OF MIND 2020/2021 TOP 10 REVENDA CONSTRUÇÃO

#CadeadodoBrasil

LA CASA



Orgulho de ser lembrada sempre que o assunto é segurança.

E chegar ainda mais próximo de você está em nossos planos.

/padobr @padobr pado.com.br

PADO

RESULTADO NACIONAL

PORTA E JANELA DE ALUMÍNIO

EMPRESA	%
SASAZAKI	32,4%
MGM	16,5%
GRUPO RAMASSOL	12,5%
ALUMASA	10,2%
CRV	8,5%
HAIALA	7,4%
LÍDER	4,0%
GRAVIA	3,4%
OUTROS/NULOS	5,1%

PORTA E JANELA DE MADEIRA

EMPRESA	%
CARAVAGGIO	23,2%
MGM	17,9%
SINCOL	13,4%
ESEL	6,3%
CASMAVI	5,4%
ESQUADRIA GAUCHA	5,4%
OUTROS/NULOS	28,6%

PORTA E JANELA DE PVC

EMPRESA	%
PLASBIL	27,8%
DUDA	21,7%
NOVA FORMA/FORTLEV	14,1%
POLIFORT/ PLASTILIT	9,6%
ARAFORROS	7,6%
MULTILIT	5,6%
PRECON	5,1%
MAIS PVC	4,0%
OUTROS/NULOS	4,5%

RESULTADO REGIONAL

SUL

EMPRESA
SASAZAKI
MGM
GRUPO RAMASSOL

SUL

EMPRESA
CARAVAGGIO
MGM
SINCOL

SUL

EMPRESA
PLASBIL
DUDA
NOVA FORMA/FORTLEV

SUDESTE

SASAZAKI
MGM
GRUPO RAMASSOL

SUDESTE

CARAVAGGIO
MGM
SINCOL

SUDESTE

PLASBIL
DUDA
NOVA FORMA/FORTLEV

NORDESTE

SASAZAKI
MGM
GRUPO RAMASSOL

NORDESTE

CARAVAGGIO
MGM
SINCOL

NORDESTE

PLASBIL
DUDA
NOVA FORMA/FORTLEV

CENTRO-OESTE

SASAZAKI
MGM
GRUPO RAMASSOL

CENTRO-OESTE

CARAVAGGIO
MGM
SINCOL

CENTRO-OESTE

PLASBIL
DUDA
NOVA FORMA/FORTLEV

PLASBIL
revestimentos

Qualidade
elevada **ao teto.**



TOP OF MIND
Revenda Construção

ISO 9001

AFAPPVC
Associação Brasileira dos Fabricantes de Perfis de PVC para Construção Civil

Produção conforme NBR 14.285

PARCEIRO Qualidade 05

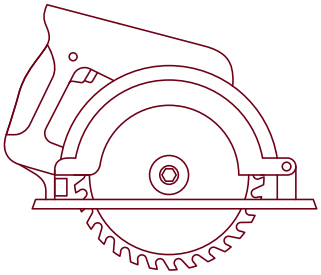
REVID
Revestimento Vinílico Decorado

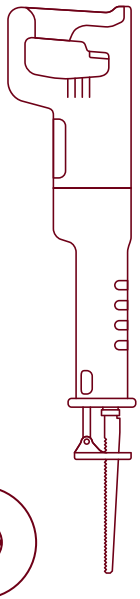


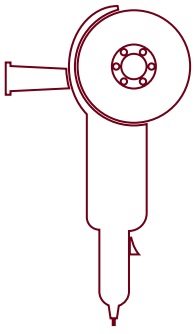
Portas Sanfonadas **PVC**

www.**plasbil**.com

FERRAMENTAS

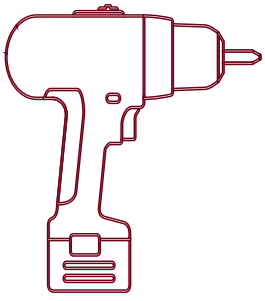


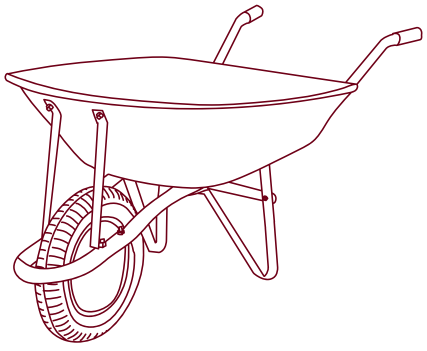




CATEGORIAS

- BROCA
- CORTADOR MANUAL DE REVESTIMENTO CERÂMICO
- DISCO DE CORTE
- DISCO DIAMANTADO
- FERRAMENTA ELÉTRICA
- FERRAMENTA MANUAL PARA CONSTRUÇÃO
- FERRAMENTA MANUAL PARA JARDIM E AGRICULTURA
- INSTRUMENTO DE MEDIÇÃO A LASER
- MÁQUINA ELÉTRICA DE BANCADA
- TRENA





RESULTADO NACIONAL

BROCA

EMPRESA	%
IRWIN	28,3%
BOSCH	14,2%
THOMPSON	8,7%
VONDER	7,9%
MAKITA	7,9%
DORMER	7,1%
TRAMONTINA	5,5%
DIAMANTE AZUL	4,7%
WORKER	3,9%
WURTH	3,1%
OUTROS/NULOS	8,7%

RESULTADO REGIONAL

SUL

EMPRESA
IRWIN
BOSCH
VONDER

NORDESTE

EMPRESA
IRWIN
BOSCH
THOMPSON

SUDESTE

IRWIN
BOSCH
THOMPSON

CENTRO-OESTE

IRWIN
BOSCH
MAKITA

RESULTADO NACIONAL

CORTADOR MANUAL DE REVESTIMENTO CERÂMICO

EMPRESA	%
CORTAG	30,1%
NORTON	16,3%
IRWIN	16,3%
VONDER	7,8%
MAKITA	5,9%
FAMASTIL	5,2%
THOMPSON	4,6%
WORKER	3,9%
STANLEY BLACK&DECKER	2,6%
OUTROS/NULOS	7,2%

DISCO DE CORTE

EMPRESA	%
NORTON	29,7%
DIAMANTE AZUL	10,8%
TYROLIT	10,8%
CORTAG	9,9%
VONDER	9,0%
MAKITA	8,1%
STARRETT	6,3%
WURTH	5,4%
OUTROS/NULOS	9,9%

DISCO DIAMANTADO

EMPRESA	%
NORTON	24,8%
DIAMANTE AZUL	19,4%
THOMPSON	8,5%
TYROLIT	8,5%
MAKITA	7,0%
CORTAG	7,0%
VONDER	6,2%
STARRETT	5,4%
WURTH	4,7%
OUTROS/NULOS	8,5%

RESULTADO REGIONAL

SUL

EMPRESA
CORTAG
NORTON
IRWIN

SUL

EMPRESA
NORTON
DIAMANTE AZUL
TYROLIT

SUL

EMPRESA
NORTON
DIAMANTE AZUL
TYROLIT

SUDESTE

CORTAG
NORTON
IRWIN

SUDESTE

NORTON
TYROLIT
DIAMANTE AZUL

SUDESTE

NORTON
DIAMANTE AZUL
THOMPSON

NORDESTE

CORTAG
IRWIN
NORTON

NORDESTE

NORTON
DIAMANTE AZUL
TYROLIT

NORDESTE

NORTON
DIAMANTE AZUL
THOMPSON

CENTRO-OESTE

CORTAG
IRWIN
NORTON

CENTRO-OESTE

NORTON
DIAMANTE AZUL
TYROLIT

CENTRO-OESTE

NORTON
DIAMANTE AZUL
TYROLIT

RESULTADO NACIONAL

FERRAMENTA ELÉTRICA

EMPRESA	%
BOSCH	25,2%
VONDER	17,1%
MAKITA	17,1%
DEWALT	11,4%
GAMMA	9,8%
SKIL	6,5%
TRAMONTINA	4,1%
OUTROS/NULOS	8,9%

FERRAMENTA MANUAL PARA CONSTRUÇÃO

EMPRESA	%
TRAMONTINA	23,8%
BRASFORT	15,7%
PARABONI	15,7%
PACETTA	10,3%
THOMPSON	5,9%
FERRAMENTAS SÃO ROMÃO	4,9%
VONDER	4,9%
IRWIN	4,3%
FAMASTIL/FOXLUX	3,8%
GUEPAR	2,7%
BOSCH	2,2%
OUTROS/NULOS	5,9%

FERRAMENTA MANUAL PARA JARDIM E AGRICULTURA

EMPRESA	%
TRAMONTINA	26,7%
THOMPSON	17,3%
TRAPP	9,4%
FAMASTIL	7,4%
FERRAMENTAS SÃO ROMÃO	7,4%
BELLOTA	6,4%
PLASBOHN	6,4%
GARDEN	5,0%
FUZIL	4,5%
DURÍN	4,0%
OUTROS/NULOS	5,4%

RESULTADO REGIONAL

SUL

EMPRESA
BOSCH
VONDER
DEWALT

SUL

EMPRESA
TRAMONTINA
BRASFORT
PARABONI

SUL

EMPRESA
TRAMONTINA
TRAPP
THOMPSON

SUDESTE

BOSCH
MAKITA
VONDER

SUDESTE

TRAMONTINA
BRASFORT
PACETTA

SUDESTE

TRAMONTINA
THOMPSON
TRAPP

NORDESTE

BOSCH
VONDER
MAKITA

NORDESTE

TRAMONTINA
BRASFORT
PARABONI

NORDESTE

TRAMONTINA
THOMPSON
TRAPP

CENTRO-OESTE

BOSCH
VONDER
MAKITA

CENTRO-OESTE

TRAMONTINA
BRASFORT
PARABONI

CENTRO-OESTE

TRAMONTINA
TRAPP
THOMPSON

SOMOS TOP!

TOP OF MIND 2020/2021 — TOP 10 — REVENDA CONSTRUÇÃO

1º CORTADOR MANUAL DE REVESTIMENTOS

+ PREMIAÇÕES EM
MÁQUINA ELÉTRICA DE BANCADA
DISCO DE CORTE
DISCO DE CORTE DIAMANTADO
TRENA



Nossa missão é oferecer sempre **soluções práticas, eficazes e com qualidade** para o dia a dia. **Seu reconhecimento por isso é uma grande conquista. OBRIGADO!**

#SOU CORTAG

cortagbrasil
www.cortag.com.br



RESULTADO NACIONAL

INSTRUMENTO DE MEDIÇÃO A LASER

EMPRESA	%
BOSCH	30,5%
VONDER	20,3%
FAMASTIL/FOXLUX	14,0%
STARRETT	10,7%
3M	6,2%
TRAMONTINA	5,1%
SKIL	4,0%
IRWIN	2,8%
OUTROS/NULOS	6,2%

MÁQUINA ELÉTRICA DE BANCADA

EMPRESA	%
GAMMA	18,5%
BOSCH	17,0%
VONDER	12,0%
DEWALT	9,7%
STANLEY	8,9%
MAKITA	8,1%
CORTAG	6,5%
FERRARI	5,6%
IRWIN	4,8%
OUTROS/NULOS	8,9%

TRENA

EMPRESA	%
STARRETT	24,1%
3M	13,9%
THOMPSON	13,9%
VONDER	11,7%
IRWIN	8,8%
WORKER	6,6%
FAMASTIL/FOXLUX	5,1%
CORTAG	4,4%
ATLAS	3,6%
OUTROS/NULOS	8,0%

RESULTADO REGIONAL

SUL

EMPRESA
BOSCH
VONDER
FAMASTIL/FOXLUX

SUL

EMPRESA
GAMMA
VONDER
BOSCH

SUL

EMPRESA
STARRETT
VONDER
THOMPSON

SUDESTE

BOSCH
VONDER
FAMASTIL/FOXLUX

SUDESTE

GAMMA
BOSCH
VONDER

SUDESTE

STARRETT
3M
THOMPSON

NORDESTE

BOSCH
VONDER
FAMASTIL/FOXLUX

NORDESTE

VONDER
GAMMA
BOSCH

NORDESTE

STARRETT
3M
THOMPSON

CENTRO-OESTE

BOSCH
VONDER
STARRETT

CENTRO-OESTE

BOSCH
GAMMA
VONDER

CENTRO-OESTE

STARRETT
3M
VONDER


QUEM COMPARA
QUALIDADE
SEMPRE PEDE
LAMESA.
MAIS SEGURANÇA
E TRANQUILIDADE
PARA SUA OBRA
LAMESA
CABOS ELÉTRICOS
Tel.: (19) 3623 1518 • vendas@lamesa.com.br • lamesa.com.br

TOP OF MIND Revenda Construção

ITENS PARA **BANHEIRO**

CATEGORIAS

- ACESSÓRIOS PARA BANHEIRO
- ARMÁRIO PARA BANHEIRO EM MDF, BP, FF
- ASSENTO SANITÁRIO
- CHUVEIRO ELÉTRICO
- LOUÇA SANITÁRIA
- METAL SANITÁRIO
- SISTEMA DE AQUECIMENTO A GÁS



RESULTADO NACIONAL

ACESSÓRIOS PARA BANHEIRO

EMPRESA	%
DECA	21,8%
DOCOL	13,4%
TIGRE	13,4%
HERC	10,9%
DUDA	8,4%
LORENZETTI	7,6%
ROCA BRASIL	6,7%
LEÃO METAIS	2,5%
ICO METAIS	2,5%
NULOS/OUTROS	12,6%

RESULTADO REGIONAL

SUL

EMPRESA
DOCOL
DECA
HERC

SUDESTE

DECA
DOCOL
TIGRE

NORDESTE

DECA
DOCOL
DUDA

CENTRO-OESTE

DECA
TIGRE
DOCOL

RESULTADO NACIONAL

ARMÁRIO PARA BANHEIRO EM MDF, BP, FF

EMPRESA	%
A. J. RORATO	20,8%
ASTRA	15,2%
COZIMAX	12,2%
FABRIBAM	11,2%
MGM MÓVEIS	8,6%
HERC	6,6%
DURÍN	6,1%
BALCONY	4,6%
GAAM	4,1%
MÓVEIS SÃO JOÃO	3,0%
NULOS/OUTROS	7,6%

ASSENTO SANITÁRIO

EMPRESA	%
ASTRA	19,0%
AMANCO WAVIN	15,2%
KRONA	13,6%
TIGRE	13,6%
DURIN	5,4%
DECA	4,9%
DUDA	4,3%
ALUMASA	3,8%
ROCA BRASIL	2,7%
NULOS/OUTROS	17,4%

CHUVEIRO ELÉTRICO

EMPRESA	%
LORENZETTI	31,0%
FAME	20,3%
HYDRA	14,4%
VIQUA	8,0%
ZAGONEL	6,4%
ENERBRÁS	5,9%
SINTEX	4,8%
DURÍN	3,7%
NULOS/OUTROS	5,3%

RESULTADO REGIONAL

SUL

EMPRESA
A. J. RORATO
ASTRA
FABRIBAM

SUL

EMPRESA
ASTRA
AMANCO WAVIN
TIGRE

SUL

EMPRESA
LORENZETTI
FAME
HYDRA

SUDESTE

A. J. RORATO
ASTRA
COZIMAX

SUDESTE

ASTRA
AMANCO WAVIN
KRONA

SUDESTE

LORENZETTI
FAME
HYDRA

NORDESTE

A. J. RORATO
ASTRA
COZIMAX

NORDESTE

ASTRA
AMANCO WAVIN
KRONA

NORDESTE

LORENZETTI
FAME
HYDRA

CENTRO-OESTE

A. J. RORATO
COZIMAX
ASTRA

CENTRO-OESTE

ASTRA
AMANCO WAVIN
TIGRE

CENTRO-OESTE

LORENZETTI
FAME
HYDRA

RESULTADO NACIONAL

LOUÇA SANITÁRIA

EMPRESA	%
DECA	23,0%
LORENZETTI	16,5%
ROCA BRASIL	11,5%
ICASA	11,5%
FIORI /KOHLER	8,6%
DOCOL	6,5%
BELIZZE	5,0%
SANTA CLARA	4,3%
NULOS/OUTROS	12,9%

METAL SANITÁRIO

EMPRESA	%
DECA	31,5%
TIGRE	12,3%
ROCA	10,3%
LORENZETTI	10,3%
MEBER	7,5%
DOCOL	6,2%
ÁGUIA METAIS	5,5%
LEÃO METAIS	4,8%
TALITA METAIS	4,8%
NULOS/OUTROS	6,8%

SISTEMA DE AQUECIMENTO A GÁS

EMPRESA	%
LORENZETTI	41,4%
RINNAI	19,3%
KOMECO	8,6%
INOVA	5,7%
NULOS/OUTROS	25,0%

RESULTADO REGIONAL

SUL

EMPRESA
DECA
LORENZETTI
ROCA

SUL

EMPRESA
DECA
TIGRE
ROCA

SUL

EMPRESA
LORENZETTI
RINNAI
KOMECO

SUDESTE

DECA
LORENZETTI
ROCA

SUDESTE

DECA
TIGRE
LORENZETTI

SUDESTE

LORENZETTI
RINNAI
KOMECO

NORDESTE

DECA
LORENZETTI
ICASA

NORDESTE

DECA
TIGRE
LORENZETTI

NORDESTE

LORENZETTI
RINNAI
KOMECO

CENTRO-OESTE

DECA
LORENZETTI
ICASA

CENTRO-OESTE

DECA
TIGRE
ROCA

CENTRO-OESTE

LORENZETTI
RINNAI
KOMECO



Aquecedores de água a gás

Água quente é sinônimo de conforto. Com os aquecedores a gás garantimos conforto, segurança e economia para seu lar.

www.rinnai.com.br

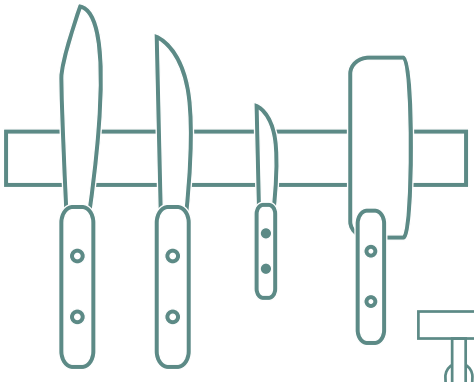
Rinnai

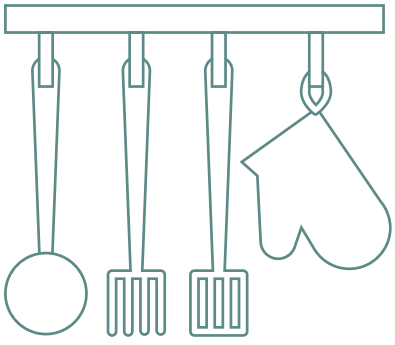
ITENS PARA COZINHA

CATEGORIAS

- ARMÁRIO PARA COZINHA EM MDF, BP, FF
- FILTRO E PURIFICADOR DE ÁGUA
- PIA DE MATERIAL SINTÉTICO
- PIA E CUBA DE INOX
- TORNEIRA ELÉTRICA
- TORNEIRA PARA COZINHA







RESULTADO NACIONAL

ARMÁRIO PARA COZINHA EM MDF, BP, FF

EMPRESA	%
A. J. RORATO	36,8%
COZIMAX	21,7%
GAAM	11,3%
MGM MÓVEIS	6,6%
FABRIBAM	5,7%
ASTRA	4,7%
BALCONY	3,8%
MÓVEIS HB	2,8%
OUTROS/NULOS	6,6%

RESULTADO REGIONAL

SUL

EMPRESA
A. J. RORATO
COZIMAX
GAAM

SUDESTE

A. J. RORATO
COZIMAX
GAAM

NORDESTE

A. J. RORATO
COZIMAX
GAAM

CENTRO-OESTE

A. J. RORATO
GAAM
COZIMAX

HÁ 20 ANOS SOMOS PREMIADOS A NÍVEL NACIONAL

garantindo nosso compromisso com você:

UM BOM PRODUTO POR UM PREÇO JUSTO!

Obrigado por acreditar na A. J. Rorato!



1º Lugar Armário para Cozinha em MDF BP FF





1º Lugar Armário para Banheiro em MDF BP FF



1º Lugar em Pia de Material Sintético

TOP OF MIND
Revenda Construção



A. J. RORATO

RESULTADO NACIONAL

FILTRO E PURIFICADOR DE ÁGUA

EMPRESA	%
LORENZETTI	20,7%
HERC	18,6%
ACQUABIOS	18,6%
HIDRO FILTROS	10,7%
DURIN	7,9%
SOFT	6,4%
PLANETA ÁGUA	5,7%
VÍQUA	3,6%
COLORMAQ	2,9%
OUTROS/NULOS	5,0%

PIA DE MATERIAL SINTÉTICO

EMPRESA	%
A. J. RORATO	23,1%
DECORALITA	19,7%
ASTRA	12,9%
DURALEVI	10,9%
SINTEC	8,8%
BELLA PIA	7,5%
DURAFORT	6,1%
FIBRASOL	3,4%
FIBROMAR	2,7%
OUTROS/NULOS	4,8%

PIA E CUBA DE INOX

EMPRESA	%
TRAMONTINA	39,8%
GHELPLUS	17,1%
FRANKE	14,6%
PIANOX	6,5%
FABRINOX	4,1%
TECNOCUBA	4,1%
CLASSINOX	3,3%
FORMINOX	2,4%
DURANOX	1,6%
BRANOX	0,8%
OUTROS/NULOS	5,7%

RESULTADO REGIONAL

SUL

EMPRESA
LORENZETTI
HERC
ACQUABIOS

SUL

EMPRESA
A. J. RORATO
ASTRA
DECORALITA

SUL

EMPRESA
TRAMONTINA
FRANKE
GHELPLUS

SUDESTE

LORENZETTI
ACQUABIOS
HERC

SUDESTE

A. J. RORATO
DECORALITA
ASTRA

SUDESTE

TRAMONTINA
GHELPLUS
FRANKE

NORDESTE

LORENZETTI
ACQUABIOS
HIDRO FILTROS

NORDESTE

A. J. RORATO
DECORALITA
ASTRA

NORDESTE

TRAMONTINA
GHELPLUS
FRANKE

CENTRO-OESTE

LORENZETTI
HERC
ACQUABIOS

CENTRO-OESTE

A. J. RORATO
DECORALITA
ASTRA

CENTRO-OESTE

TRAMONTINA
GHELPLUS
PIANOX



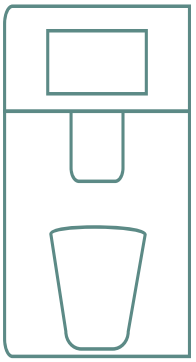
Nós queremos agradecer a você lojista parceiro, que nos fez chegar até aqui e nos possibilitou fazer parte da **Top of Mind,** ocupando o **2° lugar** no ranking de ferramentas manuais para construção. Muito obrigado, são momentos assim que nos dão a convicção que estamos no caminho certo! ***"Conte com a gente!"***

BRASFORT

BRASFORT_BRASIL

www.**brasfort**.net.br

GRUPO BRAFT



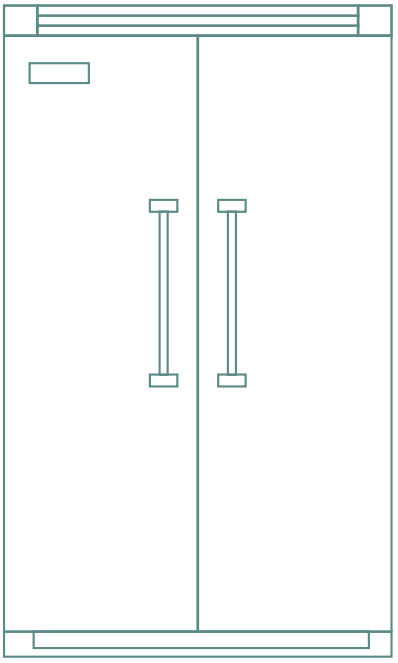
RESULTADO NACIONAL

TORNEIRA ELÉTRICA

EMPRESA	%
LORENZETTI	29,8%
FAME	20,0%
ZAGONEL	15,3%
DURÍN	12,1%
ASTRA	7,0%
SINTEX	4,7%
TIGRE	4,7%
TRAMONTINA	3,3%
OUTROS/NULOS	3,3%

TORNEIRA PARA COZINHA

EMPRESA	%
LORENZETTI	48,5%
TIGRE	11,3%
DOCOL	11,3%
HERC	9,3%
VIQUA	8,2%
KELLY METAIS	4,1%
OUTROS/NULOS	7,2%



RESULTADO REGIONAL

SUL

EMPRESA
LORENZETTI
FAME
ZAGONEL

SUL

EMPRESA
LORENZETTI
HERC
DOCOL

SUDESTE

LORENZETTI
FAME
ZAGONEL

SUDESTE

LORENZETTI
TIGRE
DOCOL

NORDESTE

LORENZETTI
FAME
DURÍN

NORDESTE

LORENZETTI
TIGRE
DOCOL

CENTRO-OESTE

LORENZETTI
FAME
ZAGONEL

CENTRO-OESTE

LORENZETTI
TIGRE
DOCOL



SÓ MESMO OS PARAFUSOS
DA CISER PARA FIXAR

TANTOS PRÊMIOS

Mais uma vez, somos Top of Mind Revenda na categoria parafusos. Agradecemos a todos os nossos parceiros e clientes que, ano após ano, constroem uma relação de confiança com a Ciser, nos tornando a marca mais lembrada.



CISER | FIXAMOS TUDO.

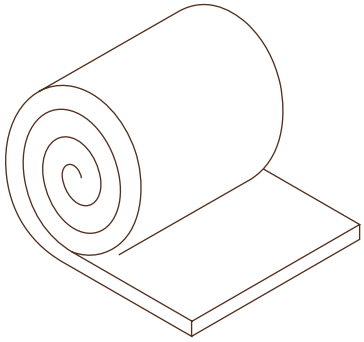
COMPRE ONLINE

@ciseroficial | Acesse o blog Ciser para conferir nossas dicas: blog.ciser.com.br

MATERIAL BÁSICO

CATEGORIAS

- BETONEIRA
- CARRINHO DE MÃO
- CIMENTO
- IMPERMEABILIZANTE
- MANTA ASFÁLTICA
- TELA, TRELIÇA E ARAME RECOZIDO
- TELHA DE FIBROCIMENTO
- TELHA DE PVC
- VERGALHÃO





RESULTADO NACIONAL

BETONEIRA

EMPRESA	%
CSM	20,5%
MENEGOTTI	17,2%
MAQTRON	16,4%
PARABONI	14,8%
ALZA	6,6%
GMEG	5,7%
TRAMONTINA	4,9%
METALPAMA	4,1%
HORBACH	3,3%
OUTROS/NULOS	6,6%

RESULTADO REGIONAL

SUL

EMPRESA
CSM
MENEGOTTI
PARABONI

SUDESTE

CSM
MENEGOTTI
MAQTRON

NORDESTE

CSM
MENEGOTTI
MAQTRON

CENTRO-OESTE

CSM
MENEGOTTI
MAQTRON

brasilit.com.br



TOP OF MIND 2020/2021
TOP 10
REVENDA CONSTRUÇÃO

Brasilit é Top of Mind.
A sua telha de fibrocimento cobrindo todo o Brasil.

A Brasilit foi líder da categoria de **telhas de fibrocimento** no prêmio **Top of Mind 2021** da Revenda Construção. O nosso muito obrigado pelo reconhecimento de parceiros de todo o Brasil.

brasilit
SAINT-GOBAIN

innova

RESULTADO NACIONAL

CARRINHO DE MÃO

EMPRESA	%
TRAMONTINA	32,6%
MAESTRO	22,5%
PARABONI	10,1%
CANAL	8,5%
ESFERA	6,2%
METALOSA	4,7%
IRMÃOS FISCHER	3,9%
METALPAMA	3,1%
METASUL	2,3%
OUTROS/NULOS	6,2%

CIMENTO

EMPRESA	%
VOTORANTIM CIMENTOS (ITAÚ, VOTORAN, POTY, TOCANTINS)	28,1%
INTERCEMENT (CAUÊ/CIMPOR/ZEBU/GOIÁS)	12,5%
CIPLAN	12,5%
CSN	9,4%
CIMENTO NACIONAL	8,1%
CIMENTOS CAMPEÃO	6,9%
LAFARGE (HOLCIM/MONTES CLAROS/MAUÁ)	5,6%
CIMENTOS LIZ	4,4%
TUPI	3,8%
MIZU	3,1%
OUTROS/NULOS	5,6%

IMPERMEABILIZANTE

EMPRESA	%
VEDACIT OTTO BAUMGART	21,9%
SIKA	13,0%
QUARTZOLIT	13,0%
DENVER	9,5%
VIAPOL	9,5%
DRYKO	8,9%
BAUTECH	6,5%
TECRYL	5,3%
MACTRA	4,1%
HYDRONORTH	3,6%
OUTROS/NULOS	4,7%

RESULTADO REGIONAL

SUL

EMPRESA
TRAMONTINA
MAESTRO
PARABONI

SUDESTE

TRAMONTINA
MAESTRO
PARABONI

NORDESTE

TRAMONTINA
MAESTRO
PARABONI

CENTRO-OESTE

TRAMONTINA
MAESTRO
CANAL

SUL

EMPRESA
VOTORANTIM CIMENTOS (ITAÚ, VOTORAN, POTY, TOCANTINS)
INTERCEMENT (CAUÊ/CIMPOR/ZEBU/GOIÁS)
CIPLAN

SUDESTE

VOTORANTIM CIMENTOS (ITAÚ, VOTORAN, POTY, TOCANTINS)
INTERCEMENT (CAUÊ/CIMPOR/ZEBU/GOIÁS)
CIPLAN

NORDESTE

VOTORANTIM CIMENTOS (ITAÚ, VOTORAN, POTY, TOCANTINS)
INTERCEMENT (CAUÊ/CIMPOR/ZEBU/GOIÁS)
CIPLAN

CENTRO-OESTE

VOTORANTIM CIMENTOS (ITAÚ, VOTORAN, POTY, TOCANTINS)
CIPLAN
CSN

SUL

EMPRESA
VEDACIT OTTO BAUMGART
SIKA
QUARTZOLIT

SUDESTE

VEDACIT OTTO BAUMGART
QUARTZOLIT
SIKA

NORDESTE

VEDACIT OTTO BAUMGART
SIKA
QUARTZOLIT

CENTRO-OESTE

VEDACIT OTTO BAUMGART
QUARTZOLIT
SIKA

tramontina.com.br/reformaeconstrucao

Tramontina no projeto, no acabamento **e na sua lembrança também.**

Temos uma linha de produtos para qualquer reforma ou construção. **Obrigado por escolher Tramontina. Top Of Mind Revenda Construção.**



1º LUGAR:
Ferramenta Manual Para Construção
Ferramenta Manual Para Jardim e Agricultura
Pia e Cuba de Inox
Carrinho de Mão
Mangueira Para Jardim

2º LUGAR:
Tomada, Plugue e Interruptor

3º LUGAR:
Pino Adaptador de Tomada

4º LUGAR:
Ralo Linear

5º LUGAR:
Quadro de Distribuição

TOP OF MIND 2020/2021 TOP 10 REVENDA CONSTRUÇÃO

TRAMONTINA

o prazer de fazer bonito

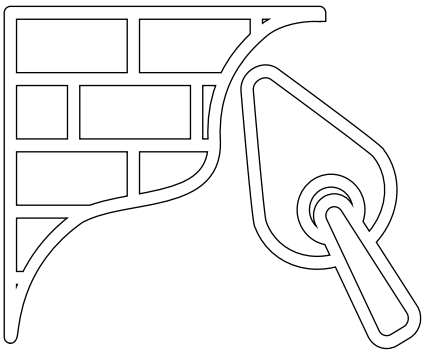


A Papaiz mais uma vez presente no coração do mercado, nosso muito obrigado!

PAPAIZ
ASSA ABLOY

Experience a safer
and more open world

www.papaiz.com.br | www.assaabloy.com.br



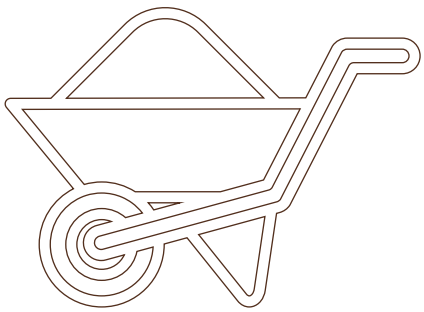
RESULTADO NACIONAL

MANTA ASFÁLTICA

EMPRESA	%
QUARTZOLIT	14,3%
VEDACIT OTTO BAUMGART	13,5%
DENVER	12,8%
VIAPOL	12,8%
SIKA	10,5%
DRYKO	9,0%
WORKER	8,3%
MULTILIT	6,8%
VONDER	6,0%
OUTROS/NULOS	6,0%

TELA, TRELIÇA E ARAME RECOZIDO

EMPRESA	%
GERDAU	26,7%
ARCELOR MITTAL	14,9%
MORLAN	11,8%
VOTORAÇO	10,0%
MULTILIT	8,6%
TELAS SÃO JORGE	6,8%
PARANAFER	5,9%
VONDER	5,0%
ARAME SUL	4,1%
TELAS RIO GRANDE/ TELAS INSUL	2,7%
OUTROS/NULOS	3,6%



RESULTADO REGIONAL

SUL

EMPRESA
QUARTZOLIT
VEDACIT OTTO BAUMGART
VIAPOL

SUL

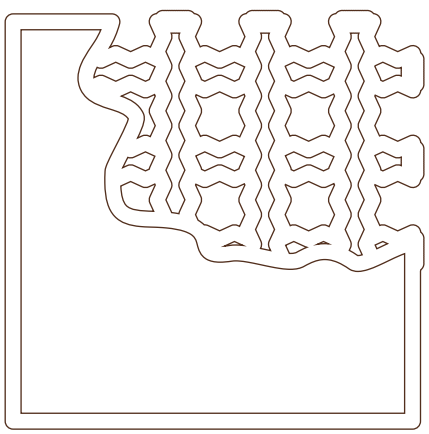
EMPRESA
GERDAU
ARCELOR MITTAL
MORLAN

SUDESTE

QUARTZOLIT
VEDACIT OTTO BAUMGART
DENVER

SUDESTE

GERDAU
ARCELOR MITTAL
MORLAN



NORDESTE

QUARTZOLIT
VEDACIT OTTO BAUMGART
SIKA

NORDESTE

GERDAU
ARCELOR MITTAL
MORLAN

CENTRO-OESTE

QUARTZOLIT
VEDACIT OTTO BAUMGART
VIAPOL

CENTRO-OESTE

GERDAU
ARCELOR MITTAL
MORLAN

RESULTADO NACIONAL

TELHA DE FIBROCIMENTO

EMPRESA	%
ETERNIT	20,2%
BRASILIT	20,2%
PRECON	13,3%
INFIBRA / PERMATEX	11,0%
MULTILIT	9,8%
ISDRALIT	8,7%
CONFIBRA	6,4%
CASALIT	5,8%
OUTROS/NULOS	4,6%

TELHA DE PVC

EMPRESA	%
PRECON	29,8%
AFORT/FORTLEV	16,9%
INFIBRA	13,7%
MULTILIT	11,3%
ARAFORROS	8,9%
PERMATTI	7,3%
GRANPLAST	5,6%
OUTROS/NULOS	6,5%

VERGALHÃO

EMPRESA	%
GERDAU	49,5%
ARCELOR MITTAL	23,2%
VONDER	13,1%
VOTORAÇO	6,1%
OUTROS/NULOS	8,1%

RESULTADO REGIONAL

SUL

EMPRESA
BRASILIT
ETERNIT
PRECON

SUL

EMPRESA
PRECON
AFORT/FORTLEV
INFIBRA

SUL

EMPRESA
GERDAU
VONDER
ARCELOR MITTAL

SUDESTE

ETERNIT
BRASILIT
PRECON

SUDESTE

PRECON
AFORT/FORTLEV
INFIBRA

SUDESTE

GERDAU
ARCELOR MITTAL
VONDER

NORDESTE

BRASILIT
ETERNIT
INFIBRA / PERMATEX

NORDESTE

PRECON
AFORT/FORTLEV
ARAFORROS

NORDESTE

GERDAU
ARCELOR MITTAL
VONDER

CENTRO-OESTE

ETERNIT
BRASILIT
PRECON

CENTRO-OESTE

PRECON
AFORT/FORTLEV
INFIBRA

CENTRO-OESTE

GERDAU
ARCELOR MITTAL
VONDER



AMANCO wavin

Conectando ***o melhor*** *do mundo com* ***sua vida.***

TOP OF MIND 2020/2021 TOP 10 REVENDA CONSTRUÇÃO

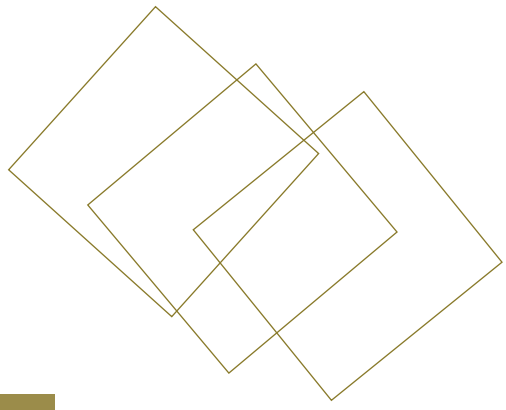
Nossas conexões ficaram ainda mais fortes para construirmos projetos repletos de inovação, qualidade e confiança ao redor do mundo.

Com soluções eficientes e tecnologia que só a Amanco Wavin tem. ***E que toda obra garante.***

/AmancoWavinBR amancowavin.com.br

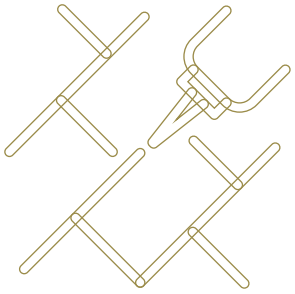
AMANCO wavin

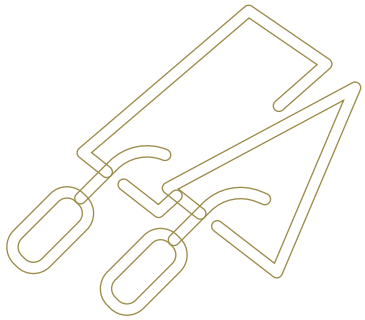
MATERIAL DE **ACABAMENTO**



CATEGORIAS

- ARGAMASSA
- FORRO DE PVC
- PORCELANATO
- REJUNTAMENTO
- REVESTIMENTO CERÂMICO

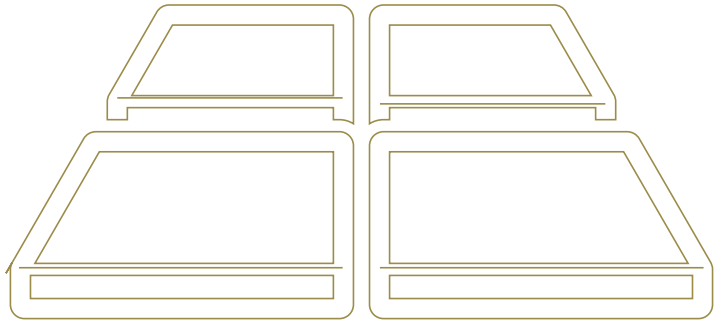




RESULTADO NACIONAL

ARGAMASSA

EMPRESA	%
QUARTZOLIT	37,0%
VOTOMASSA/VOTORANTIM CIMENTOS	21,5%
FORTALEZA	8,3%
CERAMFIX	8,3%
INKOR	4,9%
PRECON	4,9%
DIRECIONAL	3,8%
CIMENTOLIT/KERAKOLL	3,0%
REJUNTAMIX	3,0%
PORTOKOLL	1,9%
LIGATEX	1,5%
CIPLAN	1,1%
NULOS/OUTROS	0,8%



RESULTADO REGIONAL

SUL

EMPRESA
QUARTZOLIT
VOTOMASSA/VOTORANTIM CIMENTOS
CERAMFIX

SUDESTE

QUARTZOLIT
VOTOMASSA/VOTORANTIM CIMENTOS
FORTALEZA

NORDESTE

QUARTZOLIT
VOTOMASSA/VOTORANTIM CIMENTOS
FORTALEZA

CENTRO-OESTE

QUARTZOLIT
VOTOMASSA/VOTORANTIM CIMENTOS
CERAMFIX

O SEU RECONHECIMENTO É MOTIVO DE MUITO ORGULHO!

TOP OF MIND 2020/2021 TOP 10 REVENDA CONSTRUÇÃO

Graças à confiança dos nossos parceiros de todo o Brasil, a Quartzolit foi lembrada em diversas categorias do **Top of Mind da Revenda Construção**!

Contar com a confiança do mercado é um sinal que estamos no caminho certo.
Muito obrigado!

VOCÊ SABE QUE É DE CONFIANÇA



innova

quartzolit

SAINT-GOBAIN

quartzolit.com.br /quartzolit 0800 709 6979

RESULTADO NACIONAL

FORRO DE PVC

EMPRESA	%
PLASBIL	13,3%
NOVAFORMA/FORTLEV	11,1%
ARAFORROS	7,8%
MULTILIT	7,0%
TIGRE	5,6%
DUDA	5,6%
TECNOPERFIL	4,4%
MAIS PVC	4,1%
PLASTILIT/POLIFORT	3,3%
REAL PVC	3,3%
DURO	2,6%
NULOS/OUTROS	31,9%

PORCELANATO

EMPRESA	%
ELIANE	18,2%
FORMIGRES	15,7%
INCEPA	14,1%
CERAMICA PORTINARI	12,6%
EMBRAMACO	7,6%
ELIZABETH	7,6%
DELTA CERÂMICA	5,1%
CEDASA/MAJOPAR	1,5%
CEUSA	1,0%
NULOS/OUTROS	16,7%

REJUNTAMENTO

EMPRESA	%
QUARTZOLIT	20,5%
FORTALEZA	14,6%
CERAMFIX	10,5%
VOTOMASSA/VOTORANTIM CIMENTOS	10,5%
PRECON	8,7%
REJUNTAMIX	7,3%
PORTOKOLL	5,9%
ARGAMIL HIPERCOLA	4,6%
MACXCOLA	3,7%
CIMENTOLIT/KERAKOLL	3,2%
INKOR	2,7%
NULOS/OUTROS	7,8%

RESULTADO REGIONAL

SUL

EMPRESA
PLASBIL
NOVAFORMA/FORTLEV
ARAFORROS

SUL

EMPRESA
ELIANE
INCEPA
CERAMICA PORTINARI

SUL

EMPRESA
QUARTZOLIT
FORTALEZA
VOTOMASSA/VOTORANTIM CIMENTOS

SUDESTE

PLASBIL
NOVAFORMA/FORTLEV
ARAFORROS

SUDESTE

ELIANE
FORMIGRES
INCEPA

SUDESTE

QUARTZOLIT
FORTALEZA
CERAMFIX

NORDESTE

PLASBIL
ARAFORROS
NOVAFORMA/FORTLEV

NORDESTE

ELIANE
FORMIGRES
INCEPA

NORDESTE

QUARTZOLIT
FORTALEZA
VOTOMASSA/VOTORANTIM CIMENTOS

CENTRO-OESTE

PLASBIL
NOVAFORMA/FORTLEV
ARAFORROS

CENTRO-OESTE

ELIANE
FORMIGRES
EMBRAMACO

CENTRO-OESTE

QUARTZOLIT
FORTALEZA
VOTOMASSA/VOTORANTIM CIMENTOS

RESULTADO NACIONAL

REVESTIMENTO CERÂMICO

EMPRESA	%
FORMIGRES	20,8%
ELIANE	14,0%
INCEPA	8,4%
EMBRAMACO	8,4%
DELTA	6,7%
CERAMICA PORTINARI	6,2%
ELIZABETH	6,2%
INCOPISO	5,1%
CEDASA/MAJOPAR	3,9%
KARINA	2,2%
CERAL	1,7%
NULOS/OUTROS	16,3%

RESULTADO REGIONAL

SUL

EMPRESA
FORMIGRES
ELIANE
INCEPA

NORDESTE

EMPRESA
FORMIGRES
ELIANE
INCEPA

SUDESTE

FORMIGRES
ELIANE
EMBRAMACO

CENTRO-OESTE

FORMIGRES
ELIANE
INCEPA



FORTALEZA

NOVAMENTE ELEITOS
TOP OF MIND
NAS CATEGORIAS DE
ARGAMASSAS E REJUNTES
MUITO OBRIGADO MAIS UMA VEZ PELA ESCOLHA.

Siga-nos nas redes sociais:
PRODUTOS FORTALEZA

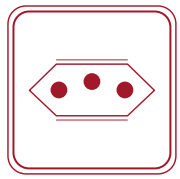
Baixe nosso **APP** e acompanhe as novidades:
PRODUTOS FORTALEZA BY BOSTIK

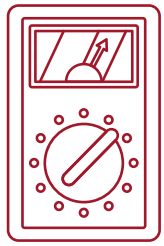
Aponte seu **CELULAR** para baixar

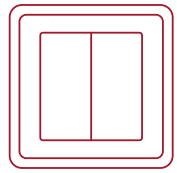
Disponível na App Store
DISPONÍVEL NO Google Play

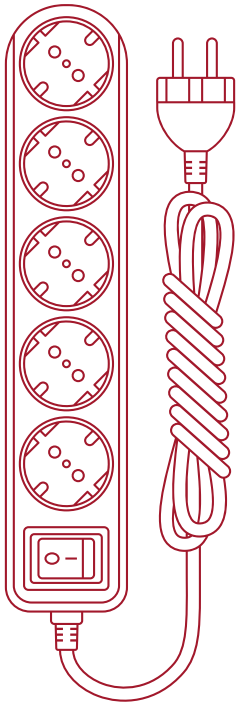
Bostik

MATERIAL ELÉTRICO





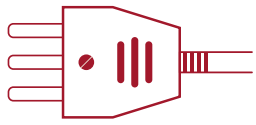


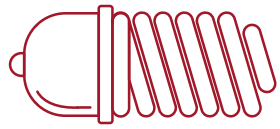


CATEGORIAS

- DISJUNTOR
- EXTENSÃO ELÉTRICA / FILTRO DE LINHA
- FIO E CABO ELÉTRICO
- FITA ISOLANTE
- LÂMPADA DE LED
- LÂMPADA FLUORESCENTE (COMPACTA E TUBULAR)
- LUMINÁRIA DE LED
- PINO ADAPTADOR DE TOMADA
- QUADRO DE DISTRIBUIÇÃO
- TOMADA, PLUGUE E INTERRUPTOR

RESULTADO NACIONAL





DISJUNTOR

EMPRESA	%
GRUPO LEGRAND/LORENZETTI/PIAL	18,4%
FAME	16,0%
STECK	11,0%
SIEMENS	11,0%
ALUMBRA	9,2%
GE/ABB	7,4%
TRAMONTINA	6,1%
SOPRANO	5,5%
WEG	4,9%
MEC-TRONIC	4,3%
OUTROS/NULOS	6,1%

RESULTADO REGIONAL

SUL

EMPRESA
GRUPO LEGRAND/LORENZETTI/PIAL
FAME
SIEMENS

NORDESTE

EMPRESA
GRUPO LEGRAND/LORENZETTI/PIAL
FAME
SIEMENS

SUDESTE

GRUPO LEGRAND/LORENZETTI/PIAL
FAME
SIEMENS

CENTRO-OESTE

GRUPO LEGRAND/LORENZETTI/PIAL
FAME
SIEMENS

O nosso trabalho conduz QUALIDADE reconhecida!

Top Of Mind 2021



Nosso compromisso é trabalhar para conduzir qualidade de ponta a ponta, com fios, cabos e materiais elétricos que protegem, facilitam e garantem energia para os melhores momentos.

Agradecemos você, lojista, que reconheceu a nossa excelência e de nossos produtos, nessa parceria de mais de 20 anos de mercado.

3° LUGAR
CATEGORIA
Fio e Cabo Elétrico
PRODUTO
Cabo Flexível 750V autodeslizante

4° LUGAR
CATEGORIA
Materiais Elétricos
PRODUTO
Extensão Elétrica/ Filtro de Linha

megatronfiosecabos
megatron.com.br

MEGATRON
FIOS E CABOS
Qualidade em tudo que conduz

NÓS TAMBÉM NÃO TIRAMOS VOCÊS DA CABEÇA.



É por isso que ficamos tão realizados com esse reconhecimento. Trabalhamos duro para sermos lembrados por nossos revendedores e consumidores. E esse trabalho vem de muito tempo. Somos pioneiros e líderes de mercado em Telhas de PVC, além de ser a maior indústria desse produto no Brasil. Continue confiando na DVG Precon ;)

DVG Precon

DVG PRECON

PRECON.COM.BR

RESULTADO NACIONAL

EXTENSÃO ELÉTRICA / FILTRO DE LINHA

EMPRESA	%
ILUMI	19,8%
FAME	16,8%
PIAL LEGRAND	13,8%
MEGATRON	11,4%
MEC-TRONIC	10,8%
PERLEX - GRUPO PERLEX	7,2%
RADIAL	5,4%
FC FIOS E CABOS	4,8%
TRAMONTINA	4,2%
OUTROS/NULOS	6,0%

FIO E CABO ELÉTRICO

EMPRESA	%
SIL	18,8%
CORFIO	15,6%
COBRECOM	11,5%
MEGATRON	11,5%
LAMESA	9,4%
CONDUMAX	8,7%
NAMBEI	8,7%
CORDEIRO	5,9%
CONDUMIG	3,8%
PRYSMIAN	2,8%
OUTROS/NULOS	3,5%

FITA ISOLANTE

EMPRESA	%
3M	21,2%
TIGRE	18,7%
NORTON	16,2%
AMANCO WAVIN	14,9%
KRONA	10,4%
FAME	5,4%
GRUPO LEGRAND/LORENZETTI/PIAL	4,6%
WURTH	2,5%
TRAMONTINA	2,1%
OUTROS/NULOS	4,1%

RESULTADO REGIONAL

SUL

EMPRESA
ILUMI
FAME
PIAL LEGRAND

SUL

EMPRESA
SIL
CORFIO
MEGATRON

SUL

EMPRESA
3M
TIGRE
NORTON

SUDESTE

ILUMI
FAME
PIAL LEGRAND

SUDESTE

SIL
CORFIO
COBRECOM

SUDESTE

3M
TIGRE
NORTON

NORDESTE

ILUMI
FAME
MEGATRON

NORDESTE

SIL
CORFIO
MEGATRON

NORDESTE

3M
TIGRE
AMANCO WAVIN

CENTRO-OESTE

ILUMI
FAME
PIAL LEGRAND

CENTRO-OESTE

SIL
CORFIO
MEGATRON

CENTRO-OESTE

3M
TIGRE
NORTON

RESULTADO NACIONAL

LÂMPADA DE LED

EMPRESA	%
TASCHIBRA	19,3%
PHILIPS	12,4%
FOXLUX	12,4%
GALAXYLED	12,4%
OUROLUX	9,4%
KIAN	8,4%
AVANT	7,9%
BLUMENAU ILUMINAÇÃO	5,0%
G LIGHT	4,5%
ELGIN	3,5%
OUTROS/NULOS	5,0%

LÂMPADA FLUORESCENTE (COMPACTA E TUBULAR)

EMPRESA	%
TASCHIBRA	17,9%
PHILIPS	13,1%
FOXLUX	13,1%
OUROLUX	11,7%
GALAXYLED	10,3%
AVANT	6,2%
BLUMENAU ILUMINAÇÃO	6,2%
ELGIN	5,5%
KIAN	4,8%
EMPALUX	4,1%
OUTROS/NULOS	6,9%

LUMINÁRIA DE LED

EMPRESA	%
TASCHIBRA	16,8%
FOXLUX	16,8%
OUROLUX	13,5%
GALAXYLED	11,9%
EMPALUX	10,3%
BLUMENAU ILUMINAÇÃO	8,1%
LLUM BRONZEARTE	5,9%
ILUMI	4,3%
G LIGHT	3,8%
KIAN	3,2%
OUTROS/NULOS	5,4%

RESULTADO REGIONAL

SUL

EMPRESA
TASCHIBRA
PHILIPS
FOXLUX

SUL

EMPRESA
TASCHIBRA
FOXLUX
PHILIPS

SUL

EMPRESA
TASCHIBRA
FOXLUX
OUROLUX

SUDESTE

TASCHIBRA
FOXLUX
GALAXYLED

SUDESTE

TASCHIBRA
PHILIPS
FOXLUX

SUDESTE

TASCHIBRA
FOXLUX
OUROLUX

NORDESTE

TASCHIBRA
FOXLUX
GALAXYLED

NORDESTE

TASCHIBRA
PHILIPS
FOXLUX

NORDESTE

FOXLUX
TASCHIBRA
GALAXYLED

CENTRO-OESTE

TASCHIBRA
PHILIPS
FOXLUX

CENTRO-OESTE

TASCHIBRA
PHILIPS
FOXLUX

CENTRO-OESTE

FOXLUX
TASCHIBRA
OUROLUX

MELHOR DO QUE VENCER, É TER COM QUEM DIVIDIR A VITÓRIA.

A ILUMI AGRADECE E DIVIDE O PRÊMIO COM TODOS OS COLABORADORES, REVENDEDORES E CLIENTES!



1 PRIMEIRO
LUGAR EM EXTENSÃO ELÉTRICA/FILTRO DE LINHA

2 SEGUNDO
LUGAR CATEGORIA PINO ADAPTADOR DE TOMADA E CATEGORIA TOMADA, PLUGUE E INTERRUPTOR.

ILUMI
a marca do lar brasileiro.

www.ilumi.com.br ilumibrasil

TOP OF MIND Revenda Construção

DOU-LHE UMA, DOU-LHE DUAS E DOU-LHE TRÊS VEZES ILUMI NA CABEÇA.

ILUMI É TOP OF MIND EM TRÊS CATEGORIAS NA REVISTA REVENDA.

GRUPO ILUMI: ILUMI itec itectelhas itecbahia itecbahia.com.br

RESULTADO NACIONAL

PINO ADAPTADOR DE TOMADA

EMPRESA	%
FAME	22,8%
ILUMI	17,2%
TRAMONTINA	14,5%
PERLEX GRUPO PERLEX	14,5%
RADIAL	6,9%
GRUPO LEGRAND/LORENZETTI/PIAL	6,2%
MARGIRIUS	5,5%
PEZZI	4,8%
ROMAZI	4,1%
OUTROS/NULOS	3,4%

QUADRO DE DISTRIBUIÇÃO

EMPRESA	%
TIGRE	27,4%
LORENZETTI	14,5%
FAME	9,4%
AMANCO WAVIN	7,7%
KRONA	7,7%
STECK	6,0%
TRAMONTINA	6,0%
GRUPO LEGRAND/LORENZETTI/PIAL	5,1%
TAF	4,3%
CANAL	3,4%
OUTROS/NULOS	8,5%

TOMADA, PLUGUE E INTERRUPTOR

EMPRESA	%
FAME	21,7%
TRAMONTINA	15,5%
ILUMI	15,5%
RADIAL	11,8%
GRUPO LEGRAND/LORENZETTI/PIAL	9,3%
PERLEX-GRUPO PERLEX	6,8%
MEC-TRONIC	5,6%
PLUZIE	4,3%
PEZZI	3,1%
OUTROS/NULOS	6,2%

RESULTADO REGIONAL

SUL

EMPRESA
FAME
ILUMI
TRAMONTINA

SUDESTE

FAME
ILUMI
PERLEX GRUPO PERLEX

NORDESTE

ILUMI
FAME
TRAMONTINA

CENTRO-OESTE

FAME
ILUMI
TRAMONTINA

SUL

EMPRESA
TIGRE
FAME
LORENZETTI

SUDESTE

TIGRE
LORENZETTI
FAME

NORDESTE

TIGRE
LORENZETTI
FAME

CENTRO-OESTE

TIGRE
FAME
LORENZETTI

SUL

EMPRESA
TRAMONTINA
FAME
ILUMI

SUDESTE

FAME
ILUMI
TRAMONTINA

NORDESTE

FAME
ILUMI
TRAMONTINA

CENTRO-OESTE

FAME
TRAMONTINA
RADIAL

www.eternit.com.br
SAC: 0800 021 1709



gocomunicacao.com

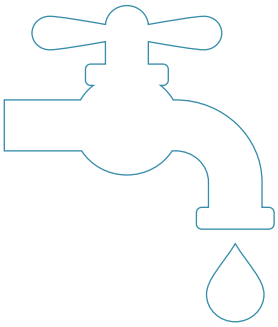
POR QUE **A ETERNIT É A MAIS LEMBRADA**? A **GENTE TEM CERCA DE 20 MIL BONS MOTIVOS**.

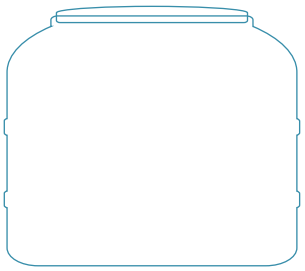
Trabalhar duro e entregar produtos de qualidade tem uma recompensa: **ser a marca de telhas de fibrocimento mais lembrada do Brasil!** Há décadas, essa é uma tradição que não muda. E não é para menos: **quando se conta com uma rede de revendas – e já são quase 20 mil!** – fiel e competente como a nossa, tudo fica mais fácil.

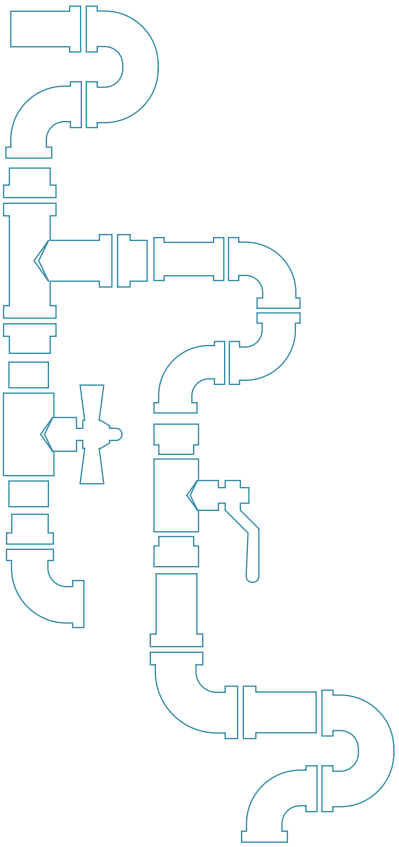
Obrigado aos nossos Parceiros Coruja: com a ajuda de vocês, a **Eternit é mais uma vez Top of Mind na Categoria Telhas de Fibrocimento**.

Eternit
a marca da coruja

MATERIAL HIDRÁULICO

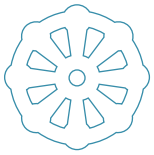






CATEGORIAS

- CAIXA D'ÁGUA DE POLIETILENO
- CISTERNA
- FITA VEDA ROSCA
- MANGUEIRA PARA JARDIM
- RALO LINEAR
- TORNEIRA DE PLÁSTICO
- TORNEIRA EM ABS
- TUBO E CONEXÃO DE COBRE
- TUBO E CONEXÃO PARA ÁGUA FRIA
- TUBO E CONEXÃO PARA ÁGUA QUENTE



RESULTADO NACIONAL

CAIXA D'ÁGUA DE POLIETILENO

EMPRESA	%
FORTLEV	40,8%
AMANCO WAVIN	11,7%
TIGRE	11,7%
BAKOF	9,2%
ACQUALIMP	9,2%
PLASTIFIBRA	5,8%
IMBRALIT	4,2%
FIBROMAR	2,5%
OUTROS/NULOS	5,0%

RESULTADO REGIONAL

SUL

EMPRESA
FORTLEV
TIGRE
BAKOF

NORDESTE

EMPRESA
FORTLEV
AMANCO WAVIN
ACQUALIMP

SUDESTE

FORTLEV
AMANCO WAVIN
TIGRE

CENTRO-OESTE

FORTLEV
AMANCO WAVIN
TIGRE

ELUMA.
TOP OF MIND
MAIS UMA VEZ.

TOP OF MIND 2020/2021
TOP 10
REVENDA CONSTRUÇÃO

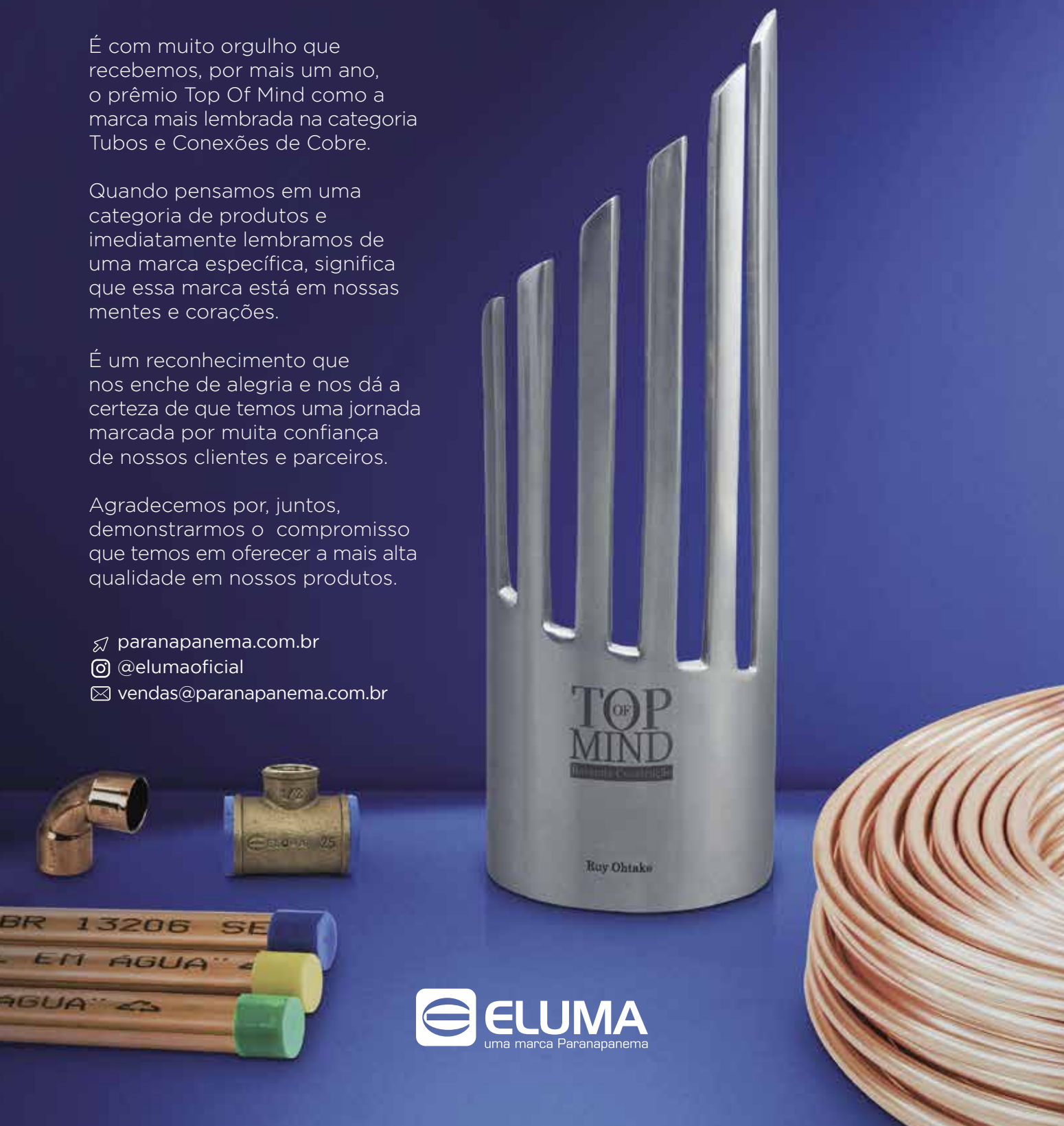
É com muito orgulho que recebemos, por mais um ano, o prêmio Top Of Mind como a marca mais lembrada na categoria Tubos e Conexões de Cobre.

Quando pensamos em uma categoria de produtos e imediatamente lembramos de uma marca específica, significa que essa marca está em nossas mentes e corações.

É um reconhecimento que nos enche de alegria e nos dá a certeza de que temos uma jornada marcada por muita confiança de nossos clientes e parceiros.

Agradecemos por, juntos, demonstrarmos o compromisso que temos em oferecer a mais alta qualidade em nossos produtos.

paranapanema.com.br
@elumaoficial
vendas@paranapanema.com.br



ELUMA
uma marca Paranapanema

RESULTADO NACIONAL

CISTERNA

EMPRESA	%
FORTLEV	32,1%
ACQUALIMP	17,1%
BAKOF	17,1%
TIGRE	12,1%
FIBROMAR	7,9%
INFIBRA/PERMATEX	6,4%
PLASTIFIBRA	2,9%
OUTROS/NULOS	4,3%

FITA VEDA ROSCA

EMPRESA	%
TIGRE	23,6%
AMANCO WAVIN	20,7%
FIRLON	18,3%
KRONA	10,6%
WURTH	6,3%
PLASTIFLUOR	5,8%
ADERE	5,3%
ADELBRÁS	4,3%
VEDAFLON	2,4%
OUTROS/NULOS	2,9%

MANGUEIRA PARA JARDIM

EMPRESA	%
TRAMONTINA	31,0%
PLASBOHN	19,9%
VONDER	17,0%
ARCQUA	9,9%
ACQUAFLEX	8,2%
PABOVI	4,1%
DURÍN	3,5%
CIPLA	2,9%
OUTROS/NULOS	3,5%

RESULTADO REGIONAL

SUL

EMPRESA
FORTLEV
TIGRE
BAKOF

SUL

EMPRESA
TIGRE
AMANCO WAVIN
FIRLON

SUL

EMPRESA
TRAMONTINA
VONDER
PLASBOHN

SUDESTE

FORTLEV
ACQUALIMP
BAKOF

SUDESTE

TIGRE
AMANCO WAVIN
FIRLON

SUDESTE

TRAMONTINA
PLASBOHN
VONDER

NORDESTE

FORTLEV
BAKOF
ACQUALIMP

NORDESTE

TIGRE
AMANCO WAVIN
FIRLON

NORDESTE

TRAMONTINA
PLASBOHN
VONDER

CENTRO-OESTE

FORTLEV
ACQUALIMP
BAKOF

CENTRO-OESTE

TIGRE
AMANCO WAVIN
FIRLON

CENTRO-OESTE

TRAMONTINA
VONDER
PLASBOHN

RESULTADO NACIONAL

RALO LINEAR

EMPRESA	%
TIGRE	28,6%
GRUPO LINEAR	21,8%
AMANCO WAVIN	15,5%
TRAMONTINA	15,5%
TECNOPERFIL	8,3%
SARLO PLÁSTICOS	5,3%
MOZAIC	1,9%
OUTROS/NULOS	2,9%

TORNEIRA DE PLÁSTICO

EMPRESA	%
HERC	27,2%
LORENZETTI	20,2%
VIQUA	15,0%
TIGRE	11,6%
DURIN	6,4%
PLASTILIT	5,2%
KRONA	4,6%
ASTRA	4,0%
FAME	2,3%
OUTROS/NULOS	3,5%

TORNEIRA EM ABS

EMPRESA	%
LORENZETTI	22,1%
HERC	19,1%
DURIN	16,2%
TIGRE	10,8%
VIQUA	10,8%
METAIS LEAO	8,3%
FORUSI	2,5%
OUTROS/NULOS	10,3%

RESULTADO REGIONAL

SUL

EMPRESA
TIGRE
GRUPO LINEAR
TRAMONTINA

SUL

EMPRESA
HERC
LORENZETTI
VIQUA

SUL

EMPRESA
LORENZETTI
HERC
DURIN

SUDESTE

TIGRE
GRUPO LINEAR
AMANCO WAVIN

SUDESTE

HERC
LORENZETTI
VIQUA

SUDESTE

LORENZETTI
HERC
TIGRE

NORDESTE

TIGRE
GRUPO LINEAR
TRAMONTINA

NORDESTE

HERC
LORENZETTI
VIQUA

NORDESTE

LORENZETTI
HERC
DURIN

CENTRO-OESTE

TIGRE
GRUPO LINEAR
AMANCO WAVIN

CENTRO-OESTE

HERC
LORENZETTI
VIQUA

CENTRO-OESTE

LORENZETTI
HERC
DURIN

RESULTADO NACIONAL

TUBO E CONEXÃO DE COBRE

EMPRESA	%
ELUMA	36,2%
RAMO CONEXÃO	7,2%
OUTROS/NULOS	56,6%

TUBO E CONEXÃO PARA ÁGUA FRIA

EMPRESA	%
TIGRE	20,4%
AMANCO WAVIN	18,1%
KRONA	17,1%
FORTLEV	17,1%
PLASTUBOS	11,6%
PLASTILIT	5,6%
TUBOZAN	3,7%
MULTILIT	2,3%
UNOCANN	1,4%
OUTROS/NULOS	2,8%

TUBO E CONEXÃO PARA ÁGUA QUENTE

EMPRESA	%
AMANCO WAVIN	33,9%
KRONA	28,4%
TIGRE	14,7%
TOPFUSION	10,1%
MAJESTIC	4,6%
TUBOZAN	2,8%
OUTROS/NULOS	5,5%

RESULTADO REGIONAL

SUL

EMPRESA
ELUMA
RAMO CONEXÃO

SUL

EMPRESA
TIGRE
AMANCO WAVIN
KRONA

SUL

EMPRESA
AMANCO WAVIN
KRONA
TIGRE

SUDESTE

ELUMA
RAMO CONEXÃO

SUDESTE

TIGRE
AMANCO WAVIN
KRONA

SUDESTE

AMANCO WAVIN
KRONA
TIGRE

NORDESTE

ELUMA
RAMO CONEXÃO

NORDESTE

TIGRE
AMANCO WAVIN
FORTLEV

NORDESTE

AMANCO WAVIN
KRONA
TIGRE

CENTRO-OESTE

ELUMA
RAMO CONEXÃO

CENTRO-OESTE

TIGRE
AMANCO WAVIN
FORTLEV

CENTRO-OESTE

AMANCO WAVIN
KRONA
TIGRE

TOP OF MIND

É sempre bom lembrar: quanto mais qualidade, melhor.



Obrigado a você por escolher a Fortlev.

A Fortlev foi premiada no **Top of Mind 2021 da Revista Revenda** como uma das marcas mais lembradas pelos lojistas, desta vez em três categorias: **1º lugar em Caixas d'Água, 1º lugar em Cisternas e entre as 3 melhores em Tubos e Conexões.** Quando se trabalha com produtos de qualidade, as lembranças são sempre as melhores.

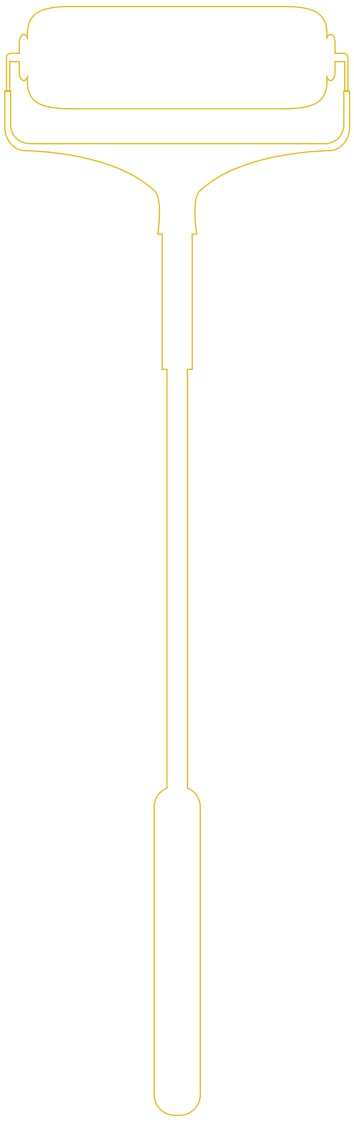
QUALIDADE FORTLEV

FORTLEVBRASIL

FORTLEV
É MUITO MAIS

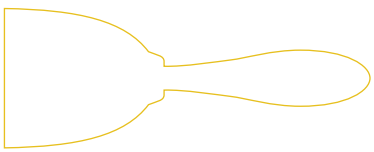
TINTAS E ACESSÓRIOS

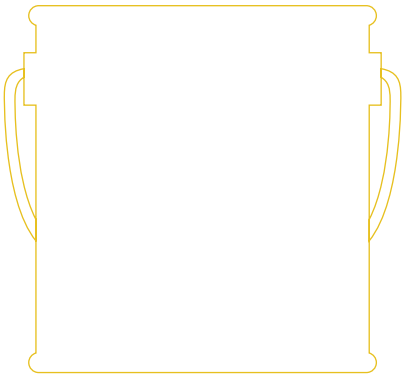


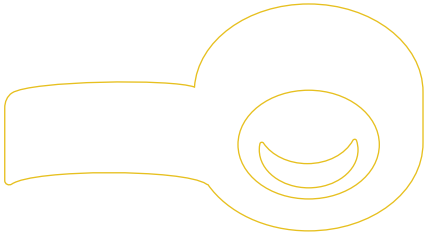


CATEGORIAS

- ACESSÓRIOS PARA PINTURA
- COLA INSTANTÂNEA
- CUPINICIDA
- EQUIPAMENTO PARA PROTEÇÃO INDIVIDUAL
- FITA CREPE
- LIXA
- ÓLEO DESENGRIPANTE E ANTICORROSIVO
- SILICONE
- STAIN
- TINTA ESMALTE
- TINTA PARA PAREDE EXTERNA
- TINTA PARA PAREDE INTERNA
- TINTA PARA PISO
- TINTA SPRAY







RESULTADO NACIONAL

ACESSÓRIO PARA PINTURA

EMPRESA	%
ATLAS	44,3%
TIGRE FERRAMENTAS PARA PINTURA	20,5%
CONDOR	8,5%
ROMA	8,0%
VONDER	5,7%
CASTOR	3,4%
COMPEL	1,1%
NULOS/OUTROS	8,5%

COLA INSTANTÂNEA

EMPRESA	%
TEKBOND	24,7%
HENKEL	15,9%
BRASCOLA	8,8%
PULVITEC	8,8%
TYTAN / SELENA	5,9%
AMANCO WAVIN	5,9%
AMAZONAS	4,1%
SUPERCIANO/ITW	3,5%
WORKER	2,9%
NULOS/OUTROS	19,4%

CUPINICIDA

EMPRESA	%
JIMO	30,3%
MACHADO	11,8%
VEDACIT	11,8%
SPARLACK	8,7%
MONTANA QUÍMICA	7,7%
NITROSIN	7,7%
SAYERLACK	5,1%
NULOS/OUTROS	16,9%

RESULTADO REGIONAL

SUL

EMPRESA
ATLAS
TIGRE FERRAMENTAS PARA PINTURA
CONDOR

SUL

EMPRESA
TEKBOND
HENKEL
BRASCOLA

SUL

EMPRESA
JIMO
MACHADO
MONTANA QUÍMICA

SUDESTE

ATLAS
TIGRE FERRAMENTAS PARA PINTURA
CONDOR

SUDESTE

TEKBOND
HENKEL
PULVITEC

SUDESTE

JIMO
VEDACIT
SPARLACK

NORDESTE

ATLAS
TIGRE FERRAMENTAS PARA PINTURA
ROMA

NORDESTE

TEKBOND
HENKEL
BRASCOLA

NORDESTE

JIMO
MACHADO
VEDACIT

CENTRO-OESTE

ATLAS
TIGRE FERRAMENTAS PARA PINTURA
CONDOR

CENTRO-OESTE

TEKBOND
HENKEL
BRASCOLA

CENTRO-OESTE

JIMO
MACHADO
SPARLACK

Esta é a marca que o nosso campeão de vendas vai deixar na sua loja.

Seja um revendedor:
faleconosco@marluvas.com.br

A bota de couro Nubuck 50B26 CB é a campeã de vendas no varejo. Além de supersegura, durável e confortável, ela é versátil e pode ser utilizada em muitas atividades. É garantia de alto giro e sucesso entre os clientes.

Faça um teste, contate nossa empresa e se torne um revendedor.



Ref. 50B26 CB
Opcionais com biqueira de aço, plástico ou composite e palmilha resistente a perfurações.

MARLUVAS
EQUIPAMENTOS PROFISSIONAIS

marluvas.com.br
0300 788 3323

TOP OF MIND 2020/2021 TOP 10 REVENDA CONSTRUÇÃO

A Marluvas é Top of Mind em Equipamentos de Proteção Individual

FILADÉLFIA

Junho/2021

RESULTADO NACIONAL

EQUIPAMENTO PARA PROTEÇÃO INDIVIDUAL

EMPRESA	%
VONDER	25,9%
ATLAS	18,1%
MARLUVAS	11,6%
BRACOL	6,9%
3M	6,9%
MUCAMBO	4,2%
WORKER	3,7%
KALIPSO	3,2%
PLASTCOR	2,8%
WURTH	1,9%
NULOS/OUTROS	14,8%

FITA CREPE

EMPRESA	%
ADERE	23,7%
ADELBRÁS	23,7%
3M	15,6%
NORTON	6,9%
ATLAS	5,8%
TEKBOND	5,2%
EUROCEL	4,0%
KALA	3,5%
MISTER	2,9%
NULOS/OUTROS	8,7%

LIXA

EMPRESA	%
NORTON	41,5%
3M	13,7%
LIXAS TATU	10,4%
VONDER	10,4%
CARBORUNDUM	5,8%
ATLAS	4,6%
TYROLIT	3,7%
WORKER	2,9%
WURTH	2,1%
NULOS/OUTROS	5,0%

RESULTADO REGIONAL

SUL

EMPRESA
VONDER
ATLAS
MARLUVAS

SUL

EMPRESA
ADELBRÁS
ADERE
3M

SUL

EMPRESA
NORTON
3M
VONDER

SUDESTE

VONDER
ATLAS
MARLUVAS

SUDESTE

ADERE
ADELBRÁS
NORTON

SUDESTE

NORTON
3M
LIXAS TATU

NORDESTE

VONDER
ATLAS
MARLUVAS

NORDESTE

ADELBRÁS
ADERE
3M

NORDESTE

NORTON
3M
LIXAS TATU

CENTRO-OESTE

VONDER
ATLAS
MARLUVAS

CENTRO-OESTE

ADERE
ADELBRÁS
3M

CENTRO-OESTE

NORTON
3M
VONDER

RESULTADO NACIONAL

ÓLEO DESENGRIPANTE E ANTICORROSIVO

EMPRESA	%
WD-40	35,6%
MUNDIAL PRIME/AEROFLEX	10,5%
ORBI QUIMICA / WHITE LUB	8,7%
TEKBOND	6,8%
COLORGIN	6,8%
STARRETT	6,8%
WORKER	5,0%
WURTH	5,0%
LOCTITE	4,1%
JIMO	3,2%
NULOS/OUTROS	7,3%

SILICONE

EMPRESA	%
TEKBOND	31,8%
PULVITEC PIDILITE	9,4%
MUNDIAL PRIME/AEROFLEX	9,4%
TYTAN / SELENA	8,2%
HENKEL	7,1%
BRASCOLA	5,3%
SIKA	5,3%
AMAZONAS	3,5%
ORBI QUÍMICA/WHITW LUB	2,9%
WURTH	2,4%
NULOS/OUTROS	14,7%

STAIN

EMPRESA	%
SPARLACK	22,9%
SUVINIL	14,4%
EUCATEX	10,5%
IQUINE	10,5%
SAYERLACK	8,5%
MONTANA QUÍMICA	6,5%
LUZTOL	5,2%
LUKSCOLOR	4,6%
DACAR	2,6%
NULOS/OUTROS	14,4%

RESULTADO REGIONAL

SUL

EMPRESA
WD-40
MUNDIAL PRIME/AEROFLEX
ORBI QUIMICA / WHITE LUB

SUL

EMPRESA
TEKBOND
MUNDIAL PRIME/AEROFLEX
PULVITEC PIDILITE

SUL

EMPRESA
SPARLACK
SUVINIL
EUCATEX

SUDESTE

WD-40
MUNDIAL PRIME/AEROFLEX
ORBI QUIMICA / WHITE LUB

SUDESTE

TEKBOND
PULVITEC PIDILITE
MUNDIAL PRIME/AEROFLEX

SUDESTE

SPARLACK
SUVINIL
EUCATEX

NORDESTE

MUNDIAL PRIME/AEROFLEX
WD-40
ORBI QUIMICA / WHITE LUB

NORDESTE

TEKBOND
PULVITEC PIDILITE
MUNDIAL PRIME/AEROFLEX

NORDESTE

SPARLACK
SUVINIL
IQUINE

CENTRO-OESTE

WD-40
MUNDIAL PRIME/AEROFLEX
ORBI QUIMICA / WHITE LUB

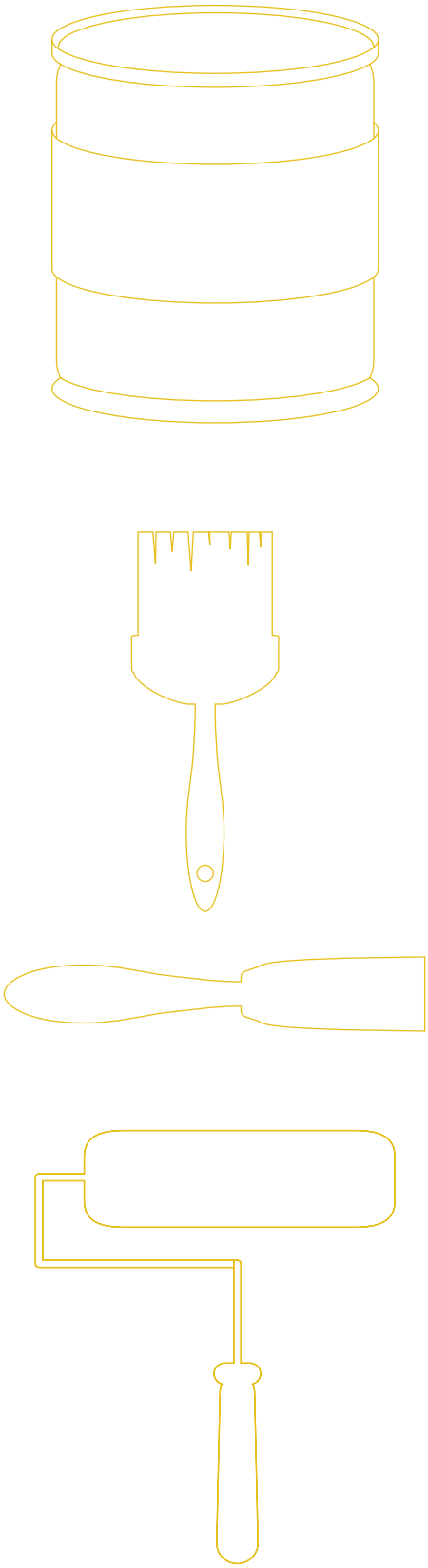
CENTRO-OESTE

TEKBOND
MUNDIAL PRIME/AEROFLEX
PULVITEC PIDILITE

CENTRO-OESTE

SPARLACK
SUVINIL
IQUINE


WD-40
TOP
OF
MIND
Revenda Construção
Obrigado a todos os revendedores
e consumidores do Brasil.
WD-40
FLEXTOP
BICO INTELIGENTE
SPRAY
JATO
• Elimina rangidos
• Expulsa a umidade
• Limpa e protege
• Solta peças oxidadas
• Libera mecanismos travados
• Stops Squeaks
• Drives Out Moisture
• Cleans and Protects
• Loosens Rusted Parts
• Frees Sticky Mechanisms
CONTEÚDO: 500 ml
PESO LÍQUIDO: 370 g



RESULTADO NACIONAL

TINTA ESMALTE

EMPRESA	%
SUVINIL	25,7%
CORAL	17,4%
LUKSCOLOR	11,4%
BRASILUX	11,4%
KILLING	7,8%
EUCATEX	6,6%
SHERWIN WILLIAMS	3,6%
TINTAS RENNER	3,0%
DACAR	2,4%
LUZTOL	1,8%
NULOS/OUTROS	9,0%

TINTA PARA PAREDE EXTERNA

EMPRESA	%
SUVINIL	32,6%
CORAL	18,1%
LUKSCOLOR	13,8%
TINTAS RENNER	10,9%
EUCATEX	5,8%
SHERWIN WILLIAMS	5,1%
KILLING	3,6%
IQUINE	1,4%
NULOS/OUTROS	8,7%

RESULTADO REGIONAL

SUL

EMPRESA
SUVINIL
CORAL
LUKSCOLOR

SUL

EMPRESA
SUVINIL
CORAL
LUKSCOLOR

SUDESTE

SUVINIL
CORAL
LUKSCOLOR

SUDESTE

SUVINIL
CORAL
LUKSCOLOR

NORDESTE

SUVINIL
CORAL
BRASILUX

NORDESTE

SUVINIL
CORAL
LUKSCOLOR

CENTRO-OESTE

SUVINIL
CORAL
BRASILUX

CENTRO-OESTE

SUVINIL
CORAL
LUKSCOLOR

RESULTADO NACIONAL

TINTA PARA PAREDE INTERNA

EMPRESA	%
SUVINIL	21,6%
CORAL	11,3%
LUKSCOLOR	7,5%
KILLING	7,5%
EUCATEX	5,6%
SHERWIN WILLIAMS	5,2%
HYDRONORTH	4,2%
TINTAS RENNER	4,2%
IQUINE	3,3%
DACAR	2,8%
LUZTOL	22,5%
NULOS/OUTROS	4,2%

TINTA PARA PISO

EMPRESA	%
SUVINIL	21,4%
LUKSCOLOR	17,2%
CORAL	10,9%
TINTAS RENNER	8,9%
SHERWIN WILLIAMS	7,8%
EUCATEX	7,3%
HYDRONORTH	5,2%
IQUINE	4,7%
LUZTOL	3,1%
NULOS/OUTROS	13,5%

TINTA SPRAY

EMPRESA	%
SUVINIL	19,0%
COLORGIN	16,8%
TEKBOND	13,0%
LUKSCOLOR	10,3%
CORAL	6,5%
TINTAS RENNER	6,5%
MUNDIAL PRIME/AEROFLEX	4,3%
CHEMICOLOR/BASTON	2,7%
EUCATEX	2,2%
NULOS/OUTROS	18,5%

RESULTADO REGIONAL

SUL

EMPRESA
SUVINIL
CORAL
LUKSCOLOR

SUL

EMPRESA
SUVINIL
LUKSCOLOR
CORAL

SUL

EMPRESA
SUVINIL
COLORGIN
TEKBOND

SUDESTE

SUVINIL
CORAL
KILLING

SUDESTE

SUVINIL
LUKSCOLOR
CORAL

SUDESTE

SUVINIL
COLORGIN
TEKBOND

NORDESTE

SUVINIL
CORAL
LUKSCOLOR

NORDESTE

SUVINIL
LUKSCOLOR
CORAL

NORDESTE

SUVINIL
COLORGIN
TEKBOND

CENTRO-OESTE

SUVINIL
CORAL
LUKSCOLOR

CENTRO-OESTE

SUVINIL
LUKSCOLOR
CORAL

CENTRO-OESTE

SUVINIL
COLORGIN
TEKBOND



ENQUETES

CATEGORIA

ATACADISTA DE MATERIAL DE CONSTRUÇÃO MAIS PARCEIRO

RESULTADO NACIONAL

EMPRESA	%
TAMBASA	10,6%
MARTINS	9,8%
FERRAGENS NEGRÃO	9,2%
NOVA CASA	8,7%
CONTRUJÁ	8,3%
DEPECIL	7,3%
CARDÃO COM. IMPORTAÇÃO	6,7%
CASA CARDÃO	6,0%
COFEMA	5,4%
CASA DO LOJISTA	4,2%
MUNDIAL ATACADISTA	4,2%
FERRAGENS KING OURO	3,7%
DIFERPAN	3,5%
CENTER FERTIN	3,1%
IDB ATACADISTA	2,7%
MEGALESTE	1,9%
FERA/RACUIA ATACADISTA	1,9%
OUTROS/NULOS	2,9%

CATEGORIA

VEÍCULOS DE CARGA

RESULTADO NACIONAL

EMPRESA	%
WOLKSVAGEN - MAN	32,6%
MERCEDES	27,2%
FORD	13,0%
IVECO	12,0%
VOLVO	8,7%
OUTROS/NULOS	6,5%



MARTINS

O NOSSO COMPROMISSO É COM VOCÊ.



TOP OF MIND
Revenda Construção

São quase **70 anos** de muita dedicação, respeito e parcerias sólidas!

Agradecemos a você, nosso cliente, pelo reconhecimento e confiança.

SEMPRE JUNTOS.
CADA VEZ MAIS LONGE.

Baixe o app do Martins

MARTINS

MARTINS COMÉR | bem | tribanco | UNIVERSIDADE MARTINS DO VAREJO | efácil

Baixe o app do eFácil

TOP OF MIND
Revenda Construção

...E COM A PALAVRA



"Ser reconhecido com tamanho destaque, é motivo de orgulho para nós da Adelbras. Agradecemos aos lojistas de todo Brasil, assim como também nossos representantes e colaboradores que fazem da Adelbras a marca nº1 do Pintor Profissional. Desde 1969 seguimos trilhando nosso caminho de respeito, qualidade e crescimento forte, sendo assim a marca de fitas adesivas que mais cresce no mercado nacional. Obrigado"

Bruno Garcia Vieira Gerente Comercial ADELBRAS



"Quero deixar aqui o meu agradecimento a todos os lojistas que votaram em nosso produto e dizer que essa conquista só foi possível graças à parceria que construímos, desde a fundação da ADERE, há mais de 54 anos!"

Luis Gustavo Dias
Diretor de ADERE



"Ser reconhecido em 3 categorias no Prêmio Top Of Mind da revista Revenda Construção é uma imensa satisfação por nossa parte. Isto reforça o nosso compromisso de disponibilizar um portfólio diversificado, de grande qualidade e afirma o rumo que a Atlas segue nos últimos anos de ser um dos principais fornecedores do setor de Matcon. Agradecemos muito aos parceiros lojistas que lembraram da nossa marca nas categorias citadas e que nos ajudam a levar os nossos produtos até a mão dos profissionais."

Márcio Atz Diretor Geral ATLAS S.A.





“É um orgulho para nós da Fortaleza estarmos entre as marcas mais lembradas, agradecemos a todos os nossos clientes e amigos por esse resultado.
Isso reforça que estamos no caminho certo, o trabalho contínuo em melhoramento de nossos produtos, aperfeiçoamento de nossos processos e uma equipe engajada que faz a diferença, isso tudo é o que faz a gente crescer. Nossa empresa está se reinventando e adaptando-se para esse novo amanhã. Novos produtos, novas tecnologias, novas marcas e foco em sustentabilidade. Muitas novidades virão e contamos com todos que nos ajudaram a chegar até aqui para continuar a trilhar esse caminho, vamos crescer juntos. Acompanhe Produtos Fortaleza nas redes sociais e fique por dentro de todas as novidades.”

Fabricio Buzeto
Diretor Geral BOSTIK FORTALEZA



“Há mais de 80 anos no mercado, a Brasilit vem cobrindo o Brasil com as melhores soluções para coberturas e peças complementares. Para nós, é muito importante o reconhecimento do mercado, estamos trabalhando diariamente para construir um relacionamento cada vez mais próximo com nossos clientes e parceiros. A Brasilit agradece a confiança e a parceria dos lojistas que nos reconheceram como marca líder no seguimento de telha de Fibrocimento!.”

Renato Holzheim
Diretor Geral SAINT-GOBAIN Produtos para Construção

“Estarmos, mais uma vez, no prêmio TOP OF MIND, e nos mostra que temos traçado o caminho correto, visto que o nosso cliente está sempre no centro de nossas decisões.”

Guilherme Favieri
CEO Acqualimp





“A Casa do Lojista agradece a revista Revenda Construção a oportunidade de participar do show-live da dupla GIAN & GIOVANI; dá os parabéns pelo excelente trabalho desenvolvido junto aos nossos clientes. Esta coleta nos deu a oportunidade de saber que estamos no Top of Mind. Estamos vivendo tempos difíceis, de mudanças, mas determinados a acreditar que vai passar, temos observados a coragem de nossos clientes no enfrentamento desta pandemia, com dificuldades mas atendendo as necessidades das pessoas. A Casa do Lojista agradece os votos que recebeu e deseja a todos clientes um futuro promissor de parcerias e conquistas.”

Mozart de Castro
Gerente CASA DO LOJISTA

TOP OF MIND
Revenda Construção



"A premiação recebida pela DRYKO é a resposta dos lojistas aos esforços da empresa em atender às necessidades específicas do setor. Oferecemos apoio para nossos clientes, pois são eles que divulgam os diferenciais de qualidade dos nossos produtos aos consumidores. Agradecemos aos nossos clientes, representantes e colaboradores, por cada vez mais pulverizar a marca. Estamos felizes com o reconhecimento do nosso trabalho.

David Bigio
Gerente Comercial da DRYKO Impermeabilizantes



"Agradecemos a todos nossos clientes, parceiros e revendedores pelas conquistas no Top Of Mind 2021. E parabenizamos também a revista Revenda Construção por mais um belo evento realizado. Para a FAME continua sendo motivo de orgulho este reconhecimento, onde nos mostra que estamos no caminho correto nestes mais de 80 anos de história, nosso compromisso sempre será com a qualidade que nos acompanha desde o início de nossas atividades."

Cláudio Habir
Gerência Geral Comercial FAME

"Agradecemos a todos pela parceria ao longo dos anos. Todos os dias nos esforçamos para cumprir nosso papel, entregar um bom produto por um preço justo. Ficamos felizes em saber que: quando se pergunta de armários para cozinha e banheiro e pias de material sintético, espontaneamente à A. J. RORATO é a marca mais lembrada."
Francisco Soares Rorato
Diretor Comercial
A. J. Rorato



"Foi com enorme satisfação e honra que a Gamma Ferramentas recebeu a notícia da conquista de mais dois prêmios: pela primeira vez, depois de 9 anos no Brasil, conquistamos o 1º lugar do Top of Mind em Máquina Elétrica de Bancada e, ao mesmo tempo, o de 4º lugar em Ferramenta Elétrica. Estes mais novos reconhecimentos mostram que estamos trilhando o caminho certo. E seria impossível falar destes prêmios sem agradecer aqueles que os tornaram realidades: os lojistas. Graças ao voto, e com ele, a confiança refletida por cada um de vocês, alcançamos mais este objetivo. Agradecemos a todos que se lembraram da Gamma Ferramentas, na certeza de que continuaremos dia após dia a buscar a excelência com o foco de sermos sempre lembrados pela qualidade, tecnologia e inovação de nossos produtos."

Arno Grahl Diretor Geral da GAMMA FERRAMENTAS



Vedacit:

Top Of Mind 2021!

Nossa história de 85 anos consolida a liderança no setor da Construção Civil e os nossos parceiros e parceiras de venda não nos deixam mentir!

- **1º lugar** quando o assunto é impermeabilizante!
- **7 anos** consecutivos como a marca mais lembrada entre os lojistas
- **2º lugar** em Espuma de Poliuretano
- **2º lugar** em Manta Asfáltica
- **2º lugar** em Cupinicida

Essa conquista fortalece, ainda mais, o nosso propósito de **transformar a vida de milhões de pessoas, melhorando as condições de habitação, fazendo da sua casa a nossa causa.**



www.vedacit.com.br

VEDACIT®

TOP OF MIND
Revenda Construção



“Obter o reconhecimento do mercado através do TOP OF MIND é de grande alegria para o Grupo Linear e nos respalda com a certeza de que estamos no caminho certo, entregando soluções que agregam valor ao negócio dos lojistas e ao cliente final. Só temos a agradecer pelos votos recebidos e pelo fato de que nosso trabalho é reconhecido pelo lojista, uma figura essencial para o nosso negócio. Temos a certeza de que o mercado de construção tem um grande potencial e que, juntos, poderemos retomar o crescimento e entregar, cada vez mais, produtos que encantem o consumidor.”

Regina Montandon Diretora Executiva
GRUPO LINEAR

Ser considerada a marca mais lembrada do País, nas categorias Tela, Treliça e Arame Recozido e, também, Vergalhão, em um momento tão desafiador, nos orgulha profundamente. Receber o Top of Mind, da revista Revenda Construção, reitera o compromisso com os nossos clientes. Este reconhecimento nos impulsiona a seguir oferecendo os melhores produtos e soluções em aço para os mercados em que estamos presentes.
A construção civil é um setor estratégico para o desenvolvimento do País e temos um papel relevante na oferta de materiais que contribuem com a eficiência e produtividade do segmento. Por isso, investimos em soluções inovadoras para atender às necessidades dos clientes. Agradecemos os votos dos lojistas, que tem nos impulsionado a seguir oferecendo o melhor e honrar uma história de 120 anos da maior empresa brasileira produtora de aço.

120 GERDAU
O futuro se molda



Com crescimento em 2020 47% superior ao de 2019, a Leão Metais vem conquistando novos clientes e maior conhecimento de nossa marca, com um trabalho que envolve equipes internas e externas e ações voltadas à melhor exposição. Esse posicionamento vem ao encontro do Paulo Almeida Leão Junior, que nos dez anos que ocupa a frente do cargo de Diretor instiga o trabalho em conjunto. Nosso principal desafio é nos posicionar em pulverização e em qualidade entre as cinco melhores empresas de metais sanitários do Brasil. Como uma empresa jovem, temos muito caminho pela frente, com inúmeros desafios e projetos a serem desenvolvidos. Estamos realizando investimentos na nossa indústria, em máquinas com tecnologias avançadas; realizamos uma readequação de quase 70% em nosso parque fabril, ampliamos nossa estrutura física, reestruturamos todo o processo de fabricação e estoque para maior agilidade no atendimento de nossos clientes.
Nossos revendedores recebem todo o suporte necessário para o giro dos produtos nas lojas, com treinamento e campanhas, entre ações no ponto de venda e também no trabalho focado na exposição e organização dos produtos.

Paulo Almeida Leão Junior
Diretor LEÃO METAIS

"Nosso agradecimento aos lojistas vai além das palavras. Temos o compromisso diário de buscar ser a melhor opção em soluções hidráulicas e elétricas, gerando resultados positivos para todos."

Gustavo Sousa
Diretor Comercial e Marketing da Krona

"Toda a equipe CORTAG agradece o seu reconhecimento e confiança em nossa marca como provedora de soluções para o profissional da construção civil".

Leandro Pizetta
Diretor Administrativo da Cortag



"A Lorenzetti agradece a todos e se sente honrada por mais uma vez figurar entre as marcas mais lembradas pelos lojistas de todo o Brasil! O resultado nos incentiva a trabalhar cada vez mais em prol da tecnologia e qualidade dos nossos produtos, buscando desenvolver soluções que atendam às principais necessidades dos consumidores. É com grande alegria que acompanhamos também a live musical promovida pelo Grupo Revenda, com artistas renomados, celebrando esse momento especial para toda a cadeia varejista de materiais de construção."

Paulo Galina Gerente de Marketing da LORENZETTI

ATLAS

AGRADECEMOS A TODOS OS LOJISTAS QUE NOS DESTACARAM NAS CATEGORIAS:

ACESSÓRIO PARA PINTURA | 1º LUGAR

EQUIPAMENTO PARA PROTEÇÃO INDIVIDUAL | 2º LUGAR

FITA CREPE | 5º LUGAR

Este reconhecimento reafirma o nosso compromisso na constante busca por qualidade, distribuindo soluções em produtos e ferramentas a todo o mercado e profissionais do Brasil.

/pinceisatlasoficial | www.pinceisatlas.com.br



TOP OF MIND
Revenda Construção

TOP OF MIND
Revenda Construção



"O Martins Material de Construção vem, ano após ano, evoluindo e acreditando cada vez mais no segmento da construção. Nosso compromisso é ser a melhor solução de distribuição para o varejo brasileiro e investimos muito em propostas de valor adequadas para cada tipo de negócio. Sabemos que ainda há muito para evoluir, porém, não descansamos um dia sequer, sempre buscando a melhor solução para atender nossos clientes. E, ficamos muito honrados por sermos reconhecidos como um dos melhores parceiros de negócios na avaliação Top Of Mind 2021. Muito obrigado e continuaremos juntos nesta estrada!"

Flávio Tannus Moreira Diretor de Compras Material de Construção e Agroveterinário da MARTINS



"É com grande satisfação receber mais uma vez o Prêmio Top of Mind Revenda Construção, que demonstra o reconhecimento da qualidade de nossos produtos por nossos clientes. A Megatron tem feito investimentos contínuos para aumento da linha, capacidade produtiva, bem como em pessoas, e essa premiação somente fortalece o sentimento de que estamos no caminho certo para fazermos cada vez mais. Em nome da Megatron, agradecemos a todos os parceiros pela confiança em nossa marca e a nossos colaboradores por contribuir com a conquista de mais esse prêmio."

Amanda Verena Diretora de Inteligência comercial e Marketing da MEGATRON

"A MGM oferece em seu portfólio de produtos soluções robustas do ponto de vista da segurança e confiança, porém sempre com linhas arrojadas, inovadoras e com design moderno. Quando um cliente se depara com os produtos da MGM, sejam eles em aço, alumínio ou madeira, percebe imediatamente todo o trabalho que as equipes de engenharia e arquitetura de produtos desenvolveram. A força da estrutura e o funcionamento agradável são diferenciais na hora da escolha. No entanto o grande diferencial da MGM está no PDV, onde o treinamento oferecido às equipes de venda das lojas, capacita os vendedores a serem consultores junto ao consumidor final, orientando-os sobre as melhores opções de acordo com a região, número de pavimentos ou outras características que possam interferir no resultado final desejado."

Wladimir Segantini
Gerente Comercial Brasil da MGM



SIEMENS

Com proteção elétrica não se brinca.

SOMOS TOP OF MIND!



Sou a Susie, assistente virtual da Siemens, e agradeço a todos que lembraram de nós.

#SigaASiemens

Fique por dentro das novidades em: siemens.com.br/eletricistas



“Por mais um ano a Norton é premiada como uma das marcas mais reconhecidas pelos lojistas. Ser destaque nesta premiação nos abastece de motivação e orgulho para seguirmos inovando e melhorando nossos produtos, serviços e nos desafiando ainda mais em busca de novas conquistas. Agradecemos nossos clientes pela confiança e reconhecimento.”

Stephane Artaud
VP Abrasivos SAM



“É com enorme prazer que novamente somos reconhecidos como a maior empresa de segurança do Brasil. Nossa maior motivação nesses 85 anos de história, é saber que a nossa estratégia de sermos próximos continua gerando esta confiança e lembrança, comprovada pelo prêmio TOP OF MIND da revista Revenda Construção. Este prêmio também é de vocês lojistas, gratidão pelo reconhecimento.”

Nathan Bampi
Diretor de Operações
da PADO



“Os desafios de 2021 são bastante distintos dos de anos anteriores. Atualmente, a produtividade, a busca por matérias-primas e atender à demanda que vem em franca aceleração são os tópicos da indústria. E mesmo diante deste cenário nebuloso, sabemos que podemos ter sucesso pela ação eficiente e compreensiva dos lojistas na ponta, que são quem puxa este nosso mercado para cima. É esta simbiose de indústria e comércio que permite o desenvolvimento, e agradecemos aos nossos parceiros por nos manter entre as marcas no topo de suas mentes, conforme evidenciado pela pesquisa do Grupo Revenda. Parabéns a todos os envolvidos nesta premiação coroada com um excelente show!”

Leonardo Nogueira de Abreu
Gerente de Marketing
RINNAI BRASIL

“Gostaria de agradecer aos clientes, por mais uma vez sermos umas das marcas mais lembradas no prêmio TOP OF MIND. Isto só é possível graças a dedicação e empenho de toda nossa equipe.”

Vinicius Ruiz Simões
Diretor Comercial
Talita Metais



"O prêmio honra a história de sucesso de mais de 80 anos de tradição da Eternit na liderança em telhas de fibrocimento. Isso só é possível com a estreita parceria que temos com os mais de 20 mil clientes lojistas".

Rodrigo Ângelo Inácio
Vice-presidente Comercial e Marketing da Eternit



"Ao longo da nossa trajetória, estamos sempre buscando trabalhar com produtos e serviços com alto nível de excelência e inovação. A Quartzolit oferece um portfólio completo de produtos que atende as necessidades de todas as fases da obra! O reconhecimento da Quartzolit em diversas categorias por parceiros do Brasil inteiro é motivo de muito orgulho! A parceria do mercado significa que nosso trabalho está no caminho certo!"

Renato Holzheim Diretor Geral SAINT-GOBAIN Produtos para Construção

Quer estoque? É pra já.
CONSTRUJA
Distribuidora

*Somente com a **sua confiança**, foi possível estarmos **entre os melhores** por mais um ano!*



G8 MEMBRO G8 Relações Construtivas no Varejo.
SGS
Great Place To Work. Certificado
www.construja.com.br
Nossas redes sociais
Baixe o app da CONSTRUJA

VENDAS GRANDE SÃO PAULO (11) **2732-2000** VENDAS INTERIOR **0300 10 20000**

TOP OF MIND
Revenda Construção



"Queremos parabenizar o Grupo Revenda por organizar mais um importante Prêmio TOP OF MIND, envolvendo os lojistas de todo Brasil. Aproveitamos para agradecer à todos os varejistas pela incansável capacidade de inovação e força em atender aos consumidores brasileiros. Ter nossos produtos comercializados e reconhecidos é fundamental para continuarmos nossa missão de desenvolver soluções para banheiro e cozinha que visam facilitar a vida dos brasileiros, de forma sustentável, e deixar um mundo melhor para as futuras gerações."

Sérgio Melfi Diretor de Marketing e Vendas da ROCA BRASIL



"Com o mercado da construção civil aquecido, a lembrança de marca ganha ainda mais valor. Estar presente na memória dos lojistas e revendedores do Brasil e ser Top of Mind na categoria Disjuntores é uma enorme satisfação para a Siemens.
Nosso foco é estar ao lado dos clientes. Inclusive, trazemos nesse ano uma campanha exclusiva para os eletricistas, reforçando a importância da prudência na proteção elétrica. E esse é apenas um dos primeiros passos.
Agradecemos a todos os lojistas e revendedores, a Revista Revenda Construção pela premiação, e nos comprometemos a seguir com soluções seguras e confiáveis em materiais elétricos.
#SIGAASIEMENS para acompanhar as novidades: siemens.com.br/eletricistas."

William Pereira Diretor de produtos elétricos - SIEMENS

"Em 2021 a Starrett completa 65 anos de Brasil. E com muita alegria, recebemos a notícia que somos vencedores pela 6ª vez consecutiva do Prêmio Top Of Mind oferecido pela Revista Revenda Construção na categoria Trenas. Mesmo em um período difícil como o que estamos passando, a Starrett se destaca no mercado com um crescimento acelerado e comemora um dos melhores anos da empresa no país. Estamos ampliando a fábrica de Itu (SP) e investindo para nos manter na liderança e oferecer produtos de qualidade superior e comercializados nos mercados mais exigentes do mundo. Todo esse crescimento se dá, em grande medida, pela confiança que nossos clientes depositam em nossos produtos. Gostaríamos de agradecer a cada consumidor Starrett e reafirmar nosso compromisso de fornecer sempre o máximo em Precisão, Qualidade e Inovação.



Christian Arntsen
Presidente – STARRETT BRASIL e Vice-Presidente Industrial de Produtos - Internacional



"A construção civil tem papel fundamental para o desenvolvimento do país. Como indústria brasileira, a Tramontina reconhece essa força e investe permanentemente em soluções que contribuem para a eficiência e produtividade do setor, possuindo as ferramentas ideais para qualquer reforma ou construção. Ser reconhecida no Top Of Mind do Grupo Revenda em nove categorias, ocupando o 1º lugar em cinco delas, reforça que estamos no caminho certo, cumprindo nosso compromisso com as pessoas e o mercado de materiais de construção de todo o Brasil. Agradecemos à Revenda Construção Construção, por viabilizar essa união e permitir a continuidade e desenvolvimento dos negócios."

Cesar Vieceli
Diretor Executivo
TRAMONTINA



"É com muita satisfação que, por mais um ano consecutivo, recebemos o Top of Mind. São nove anos consecutivos presente em, pelo menos, três categorias. Muito obrigado a todos os lojistas que participaram e ao Grupo Revenda por promover a premiação. A revenda de material de construção sempre foi e continuará sendo a espinha dorsal que inspira a Vedacit."

João Roberto Ximenes
diretor Comercial da VEDACIT

"Ser destaque na Top Of Mind é muito gratificante para nós da Amanco Wavin. Agradecemos a todos lojistas e seus colaboradores por nos apoiarem e pela parceria de sempre."

Adriano Andrade
Diretor Comercial da Amanco Wavin





"Quanto mais WD-40 é TOP OF MIND mais consumidores compram.
Neste ano atípico, mudamos estratégias, mas não mudamos objetivos. Focamos na produção e distribuição para não desabastecer o mercado, e juntos com todos os clientes tivemos um grande sucesso. Além disso, com o lançamento de novos produtos na linha "WD-40 Specialist" para usos específicos, que encantaram os lojistas e consumidores, novos segmentos foram alcançados.
Nós agradecemos a todos os lojistas pelos votos de confiança na marca WD-40."

Carlos Bordoni
Diretor WD-40 Brasil





CASA DO LOJISTA: **SUA HIST**

Tudo começou na nossa unidade da Marginal Tietê, em São Paulo, no ano de 1991, quando ainda nos chamávamos Center Líder Atacadista com foco em materiais de construção, atendendo todo o Brasil por televendas e enviando mercadorias através de transportadoras parceiras. Percebendo a necessidade de se fortalecer como atacadista, mudamos de nome e passamos a nos chamar Casa do Lojista – um nome que reflete a nossa maior missão: ser o principal parceiro do lojista. Desde então crescemos cada vez mais, melhorando a experiência de compras de nossos clientes. Em 2013, um dos nossos maiores triunfos foi a inauguração da primeira loja do Brasil de autosserviço no ramo de atacado de materiais de construção, a unidade do Pari, em São Paulo. E não paramos por aí! Em 2017, inauguramos uma mega loja em Barueri com 14.000 m2 e novos segmentos, aprimorando a experiência de compra no autosserviço. Em 2018, chegamos com mais 2 lojas, Campinas e São José dos Campos atendendo no autosserviço e televendas. Hoje, nós trabalhamos com mais



ÓRIA

Casa do LOJISTA ATACADISTA

de 50 mil itens, buscando cada vez mais trazer novidades e acompanhar as tendências e necessidades do mercado.

Além das nossas unidades, estamos presentes de forma digital com o nosso site e aplicativo, oferecendo ainda mais comodidade e praticidade na hora da compra.

Temos orgulho de ter uma equipe com mais de 500 colaboradores altamente qualificados e comprometidos a oferecer sempre o melhor aos nossos clientes e parceiros, nos preocupando também em ajudar o cliente a empreender com sucesso. Contamos, ainda, com mais de 1000 fornecedores parceiros, com quem trabalhamos de forma sincronizada visando manter o padrão de qualidade, fortalecer a relação de negócios e promover a satisfação dos colaboradores e clientes.

É dessa forma de pensar e trabalhar que nós, da Casa do Lojista, vamos continuar nos empenhando cada vez mais para oferecer sempre o melhor serviço para todos os nossos clientes e nos destacando por aquilo que fazemos de melhor: Atender com Excelência!

EMPRESA É DESTAQUE NO RA

Com toda experiência adquirida durante esses anos e pelo excelente trabalho desenvolvido, a Leão Metais possui certificações de qualidade do Inmetro, Iso 9001 e do PBQP- H



A Leão Metais é uma das maiores e premiadas empresas de Metais Sanitários do Brasil. Com mais de 22 anos no segmento de metais, a empresa é sinônimo de qualidade e tradição.

A empresa foi fundada em Abril de 1999, na cidade de Loanda, estado do Paraná, pelos empresários Paulo Leão e Cezira Mazali Leão.

A Leão Metais iniciou sua jornada fabricando apenas acessórios para Banheiro. Depois disso, se transformou em uma das mais moderna fábrica do setor. Dois anos depois, os empresários investiram ainda mais na empresa com a aquisição de um terreno com mais de 22 mil metros quadrados, com uma estrutura física de 320 metros quadrados e a partir disso, iniciou os projetos de fabricação de torneiras, registros e duchas higiênicas.

Hoje, a Leão Metais possui uma área de 29.500 metros quadrados e mais de 400 colaboradores capacitados, treinados e com experiência no mercado. Além de uma equipe de vendas habilitada para atender as necessidades dos clientes.

A empresa possui equipamentos modernos e eficazes, onde produz mensalmente mais de 238.000 peças de metais sanitários, distribuídos para todo o Brasil, Paraguai e Argentina.

A Leão Metais visa aprimorar seus processos e tecnologias, investindo em equipamentos modernos, priorizando sempre a alta qualidade. Está presente nas melhores lojas de materiais de construção, com uma linha completa de torneiras e acessórios.

Com toda experiência adquirida durante esses anos e pelo excelente trabalho desenvolvido, a Leão Metais possui certificações de qualidade do Inmetro, Iso 9001 e do Programa Brasileiro da Qualidade e Produtividade do Habitat (PBQP- H). Além de premiações em revistas nacionais do segmento.

A Leão Metais tem a missão de elaborar produtos de

AMO DE **METAIS SANITÁRIOS**



qualidade que acompanham as novas tendências de mercado com tecnologia e segurança. A preocupação com a sustentabilidade também é um ponto fundamental da empresa, em especial no controle da poluição, no consumo consciente de água e da captação de energia solar através do sistema fotovoltaica.

Além disso, tem por objetivo a satisfação, credibilidade, responsabilidade e agilidade no atendimento.

Uma história que não para de crescer, pois a Leão Metais tem o compromisso com a qualidade, com seus clientes, colaboradores e com o futuro.

Leão Metais, o melhor para sua casa você encontra aqui!



HÁ 80 ANOS, REFERÊNCIA EM **QUALIDADE E INOVAÇÃO**

O Ano de 2021 será de vários lançamentos e aumento de portfólio, tanto no segmento de aquecimento que em destaque são as torneiras elétricas 4T de bancada com design diferenciado em duas cores, como também itens de elétrica que terão muita representatividade junto aos nossos parceiros revendedores.

Nosso diferencial está sendo o aperfeiçoamento tecnológico e automação constante de nossa linha de produção, baseado na qualidade de nossos produtos que é, e sempre foi nosso destaque no mercado.

Analisamos o mercado em 2021 com otimismo, agora com a proximidade do inverno os indicativos de produtos sazonais como duchas, chuveiros, torneiras elétricas etc. teremos uma elevação consideravelmente nas vendas mantendo nossa projeção de crescimento para o Ano. (foto torneira elegance bancada preta)

Nossos investimentos estão focados em 2021 em lançamentos de novos itens conforme citado acima e projetos futuros de aumento de gama, estamos também em fase final da nossa nova Unidade Fabril em Mogi das Cruzes,





um dos maiores investimentos da Fame em seus 80 anos. Nossa preocupação sempre foi com o pós-venda com melhoria contínua no atendimento e apoio junto ao PDV, estamos sempre com exposições constantes para garantir o giro e visibilidade dos produtos junto aos consumidores e parceiros comerciais; Nosso compromisso sempre será com nossos clientes, e consequentemente levarão as maiores soluções em nossos produtos juntos a seus consumidores. (foto exposição do PDV de elétrica e cesto de duchas).

FAME

A marca do Brasil





A GAMMA NÃO PARA DE **INOVAR**



Atuando no Brasil desde 2013, a Gamma Ferramentas traz ao mercado brasileiro tecnologia, confiabilidade, inovação e versatilidade, sempre visando atender as necessidades do consumidor atual. Temos o compromisso de entregar, não só ferramentas, mas a oportunidade de cada um projetar, construir e fazer mais. Pensando nisso, adentramos o segundo semestre de 2021 com diversos lançamentos, tanto de ferramentas de bancada, como pneumáticas e acessórios.

Na linha de ferramentas de bancada, o destaque vai para a G692/BR. A Serra Multifunção funciona como uma marcenaria completa, com 7 funções: serra circular, esmeril, lixadeira de cinta, lixadeira de disco, furadeira, tupia e torno para madeira. Ideal para aqueles que gostam de criar e inovar, sem deixar de lado a praticidade e a funcionalidade.

Para os acessórios, mochilas e bolsas chegam em um lançamento inédito para a Gamma. Essenciais para transportar ferramentas diversas, com todo conforto e segurança. A furadeira pneumática completa o rol de lançamentos, indicada para furação em metal, alumínio e plástico proporciona rapidez na execução dos trabalhos com baixo custo de manutenção.

Estes itens vieram para agregar ao leque de mais de 300 produtos para profissionais e hobbystas que já temos no mercado. Divididos em pistolas de pintura, bombas de água, roçadeiras, motosserras, máquinas de solda, ferramentas elétricas pro, ferramentas elétricas, ferramentas pneumáticas, ferramentas elétricas hobby, acessórios, ferramentas a bateria e ferramentas de bancada, contam com a confiança de uma marca com mais de 30 anos de história na América Latina.






GAMMA
FERRAMENTAS
GAMMA
GAMMA
GAMMA
GAMMA



MEGATRON, **QUALIDADE EM**

Com mais de vinte anos de experiência, a Megatron é referência de qualidade para todo o mercado em que atua, tendo em seu portfólio um amplo e diversificado Mix de produtos, atuando em vários segmentos, que é um dos grandes diferenciais da marca. Através de todos esses produtos de qualidade além do trabalho integrado, treinamentos e comprometimento de toda a equipe, a empresa vem apresentando constante crescimento da marca.

Frente às Revendas, seu foco principal é a comercialização das linhas de cabos de energia flexíveis, extensões elétricas, filtros de linha, cordões prolongadores, cabos de telecom , entre outros, certificados por órgãos renomados e de acordo com as normas vigentes.

Apesar do momento desafiador vivido no setor, a Megatron vem seguindo seu planejamento, e crescendo, sem pensar em dificuldades. “Ser uma empresa capitalizada e muito bem estruturada nos permitiu atravessar a instabilidade do mercado e continuar investindo em nosso parque fabril para ampliar a linha de produtos e agilizar as entregas a nossos clientes”, diz Amanda Verena, Diretora de Inteligência comercial e Marketing da empresa. “Contamos também com uma equipe de representantes contratados de forma estratégica e distribuídos em todo território nacional, criando maior proximidade com nossos clientes e facilitando às negociações”, complementa.

Com sede na cidade de Cachoeira de Minas, Minas Gerais, a empresa possui um parque fabril de 20.000m² de área construída, máquinas e equipamentos modernos, além de um laboratório de última geração, o que garante altos padrões de qualidade e segurança na fabricação de todos os seus produtos.

Já o seu segundo parque fabril fica localizado na cidade



TUDO QUE CONDUZ

de Pedralva, Minas Gerais, um projeto que faz parte do seu plano de expansão e ampliação da sua capacidade de produção, atualmente com 4.000m² de construção.

Além disso, a Megatron também possui frota própria e transportadoras parceiras e um centro de distribuição na cidade de São Paulo, estrategicamente localizado para facilitar a sua logística e melhor atendimento aos clientes.

"Acreditamos que ainda há muitas oportunidades no mercado brasileiro o que nos encoraja a focar ainda mais em novos investimentos e parcerias com nossos clientes. Outra ação que temos enfatizado, são treinamentos com as equipes de vendas em nossos clientes, juntamente com eletricistas e instaladores, no intuito de apresentar a marca e seus diferenciais, e assim estreitarmos o relacionamento com todos", diz a Diretora.

A Megatron é uma empresa que acredita nas pessoas e tem na capacitação profissional de seus colaboradores um diferencial competitivo para alcançar os altos padrões de excelência em tudo que faz! Ciente do seu compromisso com o futuro investe fortemente em recursos que permitam a sustentabilidade de seu processo produtivo e de todo o seu negócio, além de contribuir com a capacitação e inclusão social de membros da comunidade através de cursos profissionalizantes e convênios com associações de assistência social.

Para saber mais, acesse www.megatron.com.br

Telefone: (11) 4636-1920

MEGATRON

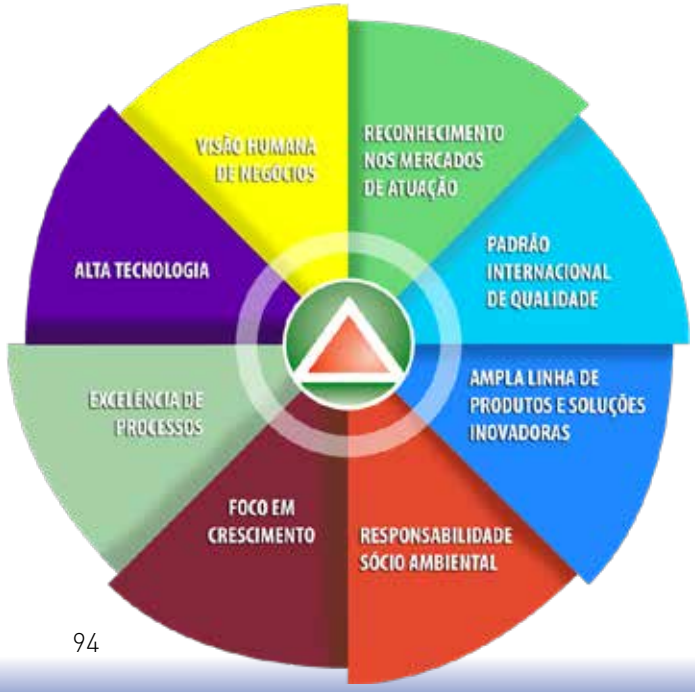
FIOS E CABOS

Qualidade em tudo que conduz





ADELBRAS: MARCA DE FITAS ADESIVAS É A QUE **MAIS CRESCE NO SEGMENTO DA CONSTRUÇÃO**



A Adelbras, indústria nacional de fitas e produtos adesivos desde 1969, é reconhecida como uma das marcas que mais cresce no segmento da construção.

Os incentivos governamentais são crescentes para o segmento da construção civil. Nesse compasso, a Adelbras firma-se como indústria de ampla representatividade mercadológica. A fita adesiva Adelbras é de grande usabilidade e abrangência no setor da construção, sendo utilizada para variadas aplicações, como no segmento da construção civil; é um produto de alto giro na revenda com baixa influência de sazonalidade; in-



tegra um segmento bem diversificado e subdividido. A ascensão da tendência "Faça Você Mesmo" (a chamada "bricollage") é outro fator que comprova a identificação nacional da Adelbras com o segmento da construção, inclusive, alinhada a esse nicho, a Adelbras possui a linha de produtos exclusiva "Fixa Pro".

A Adelbras apresenta uma linha completa de produtos para a construção, que está em constante evolução. Acredita que, além de investir em tecnologia, é preciso talento e paixão dos colaboradores, uma forte cultura baseada na qualidade, na tradição e na força da marca.

adelbras®

Fixação por Qualidade.

INVESTIMENTO EM PESSOAS E INOVAÇÃO JÁ COLHE **RESULTADOS POSITIVOS**



Fundada há mais de 54 anos em Monsenhor Paulo, Minas Gerais, a MGM é fruto de um sonho de dois jovens empreendedores do sul de Minas Gerais, filhos de imigrantes italianos.

A produção, inicialmente de menos de trinta unidades de basculantes de aço, acontecia sob a demanda de lojas da região e com o passar dos anos criou corpo e fama de bons produtos.

No entanto a maior característica que possuímos é a de criar e manter relacionamentos duradouros com nossos clientes. Clientes não, sócios! Pois a fidelidade, a confiança e o comprometimento de nossos clientes com a MGM é muito maior do que uma relação de compra e venda, é uma relação de aliança para o futuro, de crescimento e investimentos mútuos.

Hoje estamos presentes em todo o território nacional, seja de forma direta ou através de distribuidores autorizados e atacadistas, atuamos em todos os perfis de lojas, desde pequenas revendas de bairro até os maiores Home Centers do Brasil.

Nos últimos 15 meses, tempo em que o mundo mudou completamente, derrubando crenças, gerando dúvidas e medo, a MGM se reestruturou. Investiu em pessoas oferecendo capacitação gratuita, criou uma cultura de inovação, onde as ideias de nossos colaboradores são estimuladas e muito bem-vindas. Ajustou processos produtivos, reduziu custos com desperdício, otimizou processos de logística e de governança administrativa. Adquiriu novas máquinas e modernizou outras.

Agora estamos definitivamente voltados para um futuro de soluções para nossos consumidores, onde adquirir nossos produtos seja uma experiência leve e agradável.



Quem compra um produto MGM, leva para casa tradição e compromisso, nosso lema, mas também levará inovação. Inovação não apenas tecnológica, mas inovação no jeito de fazer, no jeito de atender, entendendo a necessidade do nosso consumidor, que precisa ser atendida custe o que custar.

A MGM não medirá esforços para manter o seu DNA vivo, ou seja, relacionar-se com 100% do mercado de materiais de construção e, para tanto, buscamos todos os dias conectar-nos com nossos clientes- hoje já somos a empresa de esquadrias com o maior número de seguidores nas redes sociais do Brasil!!- atuando prontamente naquilo que eles desejarem nossa ajuda.

Queremos fazer parte do negócio dos nossos clientes, viver, entender e trabalhar para diminuir as suas “dores” do dia a dia.

MGM
TRADIÇÃO E COMPROMISSO



ADERE MOSTRA QUE #FITACREPENÃOÉTUDOIGUAL

Com o slogan #FitaCrepenãoéTudoIgual, a ADERE conquistou o 1º lugar como marca mais lembrada em 2021, mostrando a força do produto, que traz versatilidade e qualidade para o dia a dia de profissionais e de consumidores em geral. “Este prêmio tão importante significa a coroação de um esforço enorme para termos o melhor produto, o melhor atendimento e as melhores condições comerciais. Ele vem comprovar que estamos no caminho certo e que temos muito ainda a ser conquistado”, comenta Luís Gustavo Dias, presidente da ADERE. A família de Fitas Crepe é hoje composta por 3 linhas: Uso Geral, Pintura Imobiliária e Pintura Automotiva, com diferentes produtos direcionados para o usuário final e também para a Indústria.

Gustavo ressalta que o sucesso da família de Fitas Crepe é um reflexo do cuidado da ADERE em escolher os



E GANHA TOP OF MIND DE 2021

melhores fornecedores de matérias-primas, investir em P&D, testar seus produtos e transformar o resultado em soluções confiáveis, seguras e que o público gosta e lembra na hora da compra. “Hoje, os profissionais valorizam cada vez mais produtos práticos e que proporcionam um acabamento perfeito, sem deixar resíduo de adesivo na superfície pintada, e por isto a ADERE é lembrada por este grande diferencial, destaca Dias”

ADERE®
Colou, tá colado.

100%
COM VOCÊ

VIP, A BACIA COM CAIXA ACOPLADA
MAIS COMPACTA DO MERCADO BRASILEIRO



Nos últimos anos, o estilo de morar mudou consideravelmente. Os banheiros estão ficando cada vez menores e ter os produtos certos ajudam no conforto dos moradores.



Tamanho Compacto



Sistema Rimless



Silão 58mm


Smart Clean® | Harpic


Jato Plus


SoftClose®



Ecoflush®









Pensando nessa questão, a **Celite** desenvolveu a bacia **VIP**, reconhecida no mercado como a mais compacta do mercado brasileiro, voltada para projetos de banheiros e lavabos **com pequenas dimensões**. Com **58 cm** de profundidade, a bacia une modernidade, tecnologia, dimensões compactas e funcionalidades que, apesar do tamanho diminuto, agregam vantagens para facilitar o dia a dia.

Entre os destaques estão o **Sistema Rimless**, que garante alta performance por meio de um design com paredes internas mais lisas, sem ângulos ou cantos onde a sujeira poderia se acumular; o **Jato Plus**, assegurando que 40% da força da descarga seja direcionada para arrastar as impurezas da água de maneira rápida e silenciosa; o **Sifão de 50 mm**, que evita riscos de entupimento e a **Caixa acoplada com Smart Clean® | Harpic**, que conta com uma função capaz de prolongar a sensação de limpeza da bacia sanitária a cada descarga, entre outras. É a união do design inovador com a democratização da tecnologia.

Aponte o celular aqui para saber mais.

ASSA ABLOY





PAPAIZ, UMA HISTÓRIA DE S

A Papaiz é a marca mais confiável do Brasil no setor de cadeados e fechaduras. Ela é reconhecida como uma das empresas que alia proteção e qualidade. Estamos há 70 anos oferecendo os melhores produtos no mundo.

A empresa é respeitada por nossas soluções tradicionais, como a Linha de Cadeados Clássicos, Dobradiças, CFM, Molas Aéreas, Puxadores e Acessórios. A Papaiz é reconhecida por ter lançado o mecanismo tetra, que é quatrocentas vezes mais seguro que os cadeados disponíveis no mercado. Além disso, nós podemos citar também as nossas linhas de fechaduras mecânicas tão reconhecidas por levar design exclusivo aos lares e empresas.

Quem compra Papaiz sabe que vai ter um produto com qualidade e segurança, devido aos nossos investimentos em matérias-primas de alta qualidade. Além disso, somos a marca de cadeados mais confiável do Brasil por entregar soluções duráveis e que atendem às normas exigidas por lei.

A nossa empresa é reconhecida por sua constante inovação. Há alguns anos, a Papaiz passou a investir nos produtos digitais e conquistou um grande espaço no mercado.

A Papaiz possui produtos como molas aéreas que são utilizadas como soluções para o Novo Normal, pois ajudam a evitar o uso de mãos e evitar o contágio por vírus e bactérias. Nesse mesmo cenário, nós podemos citar as fecha-



UCESSO E CONFIANÇA.

duras digitais. Foram 3 lançamentos em poucos meses. Estes produtos também auxiliam no Novo Normal.

Continuamos também a investir nos cadeados, com foco em novos produtos para atender às necessidades atuais. Nossa produção acontece na nossa fábrica que está localizada em Salvador e temos orgulho de fabricar soluções brasileiras para brasileiros.

A Papaiz é reconhecida por ditar tendências em fechaduras e cadeados, por isso os investimentos continuam em tecnologia e inovação.

A empresa tem como foco o investimento em tecnologia e matérias-primas de qualidade para que o cliente tenha a melhor experiência em seu lar e é por esse motivo que a Papaiz é uma das marcas mais confiáveis do Brasil.

A Papaiz faz parte do Grupo ASSA ABLOY, multinacional líder de mercado em abertura de portas e segurança. A empresa sempre enxerga as estratégias a longo prazo e com otimismo.

Papaiz, a marca do cadeado mais confiável do Brasil!

PAPAIZ

ASSA ABLOY





O PRAZER DE **FAZER BONITO**

Da pequena ferraria à indústria 4.0, a Tramontina chega aos 110 anos com desempenho histórico recorde, mais de 10 mil funcionários e 22 mil itens em portfólio. A receita que conduziu a empresa até aqui se mantém no trabalho, persistência, marca única e valorização de pessoas, transcritos em produtos de qualidade, processos que preservam o meio ambiente e transformam o amanhã.

No segmento da construção civil, a marca oferece itens que auxiliam na hora de fazer bonito em diferentes ambientes. Do projeto ao acabamento, a Tramontina tem as ferramentas ideais para qualquer reforma ou construção, sempre atenta às necessidades do mercado. A qualidade é garantida a partir de inovações em automação, controle e tecnologia, somados ao olhar atento das pessoas que sempre fizeram a máquina girar. Seguindo da fábrica para os pontos de venda, a marca passa a contar com os lojistas sempre atualizados para comunicar os diferenciais dos produtos. O constante treinamento das equipes, a disponibilidade de material de apoio, além da equipe de promotores e de revendedores exclusivos Tramontina que estão sempre próximos dos lojistas para entender necessidades e responder de forma ágil.

A união entre indústria e lojistas do setor, facilitada por veículos como a Revista Revenda, permite a continuidade e desenvolvimento dos negócios. Ser reconhecida no Top Of Mind do Grupo Revenda em nove categorias, sendo cinco delas ocupando o 1º lugar em lembrança de marca, reforça que estamos no caminho certo, cumprindo nosso compromisso com as pessoas e o mercado de materiais de construção de todo o Brasil.





TRAMONTINA

o prazer de fazer bonito

SOPA DE **LETRINHAS**

No resultado final de Armário para Cozinha em MDF, BP, FF e OSB do segmento Itens para Cozinha, do Melhor Produto do Ano, publicado na edição 363/dezembro, o produto Armário Vênus Flat, da empresa Cozimax, ficou em segundo lugar.

Entretanto, esse produto é fabricado em aço, como consta no site da própria empresa, e não deveria figurar no resultado do segmento. O produto mais indicado da Cozimax para concorrer ao Melhor Produto do Ano deveria ser o Flamingo, da nova linha de cozinhas de madeira da Cozimax.

Para esclarecer dúvidas, eis as diferenças entre MDF, MDP, BP, FORMICA, OSB, AGLOMERADOS etc.

Entre tantos termos técnicos é comum, confundir-se com as definições e diferenças entre um material e outro. Mas a questão é MUITO SIMPLES:

O MDP, MDF, COMPENSADO, OSB = SÃO PAINÉIS

Antes, usávamos a madeira em sua forma natural ou, como se diz, madeira maciça, por exemplo, o mogno. Hoje, apenas as madeiras cultivadas para essa finalidade podem ser utilizadas, como é o caso do Pinus.

De uma forma bem simples, podemos dizer que todos eles são constituídos de pedaços de madeira que, de acordo com o tamanho do pedaço e o modo como são aglutinados, recebem nomes diferentes.

MDF – MDP – O MDP e MDF é um produto ecologicamente correto que não utiliza madeiras da Amazônia ou da Mata Atlântica em sua fabricação, mas, sim, madeiras provenientes de florestas plantadas, econômica e ecologicamente sustentáveis.

A principal diferença entre MDP e o MDF é que no painel de MDP são utilizadas partículas de madeira em camadas, ficando as mais finas na superfície e as mais delgadas no miolo. No MDF, por sua vez, aglutinam-se fibras de madeira em todas as camadas do painel.

Quase poderíamos dizer que o MDP é um painel ou chapa mista, com miolo de aglomerado e extremidades em MDF.

OSB, AGLOMERADOS, COMPENSADOS – Cada um deles é fabricado de uma forma, o OSB, por exemplo, vem do inglês e corresponde a Oriented Strand Board (que significa "Painel de Tiras de Madeira Orientadas"). Trata-se de um produto de grande resistência mecânica, versatilidade e qualidade absolutamente uniforme, que, por suas características, é tratado como um painel estrutural. Pode ser de madeira nativa ou de reflorestamento.

O LP OSB é um painel estrutural de tiras de madeira 100% proveniente de reflorestamento, orientadas em três camadas perpendiculares, unidas com resina resistentes a intempéries e prensadas sob alta temperatura, o que aumenta sua resistência mecânica, rigidez e estabilidade.

O compensado é um tipo de madeira feita de finas placas de entalho de madeira também chamada de contraplacado.

BP, FF, FORMICA, VERNIZ... SÃO OS ACABAMENTOS:

Antes, se usava verniz. Depois, veio a época dos acabamentos mais trabalhados, tais como pátinas, satines, decapês, que usavam um tipo de massa artesanal trabalhada e, depois, o verniz. Há também Lacas, que é um trabalho extremamente delicado e difícil.

Hoje, tudo é mais fácil, daí aparecerem os revestimentos alternativos. Painéis são comprados já revestidos e há grande variedade de revestimentos, como o BP (melamínico). O papel melamínico de baixa pressão é umedecido, resinado e levado a uma prensa plana na qual sofre os efeitos de temperatura e pressão, fundindo o papel ao painel, originando o revestimento BP, que pode ser aplicado em painéis de MDF, MDP ou aglomerado.

Existem, ainda, mecanismos especiais nos quais o móvel passa por um sistema de adesão integral do revestimento, que se dá não por pressão, mas, sim, por meio de uma curagem a alta temperatura.

dryko.com.br



Quando o assunto é impermeabilização, a DRYKO não brinca em serviço.

Certificada pela ISO 9001, reconhecida e aprovada por profissionais das mais diferentes áreas da construção civil, a DRYKO está presente em obras de importantes setores do país, em empreendimentos de todos os tamanhos, onde qualidade e segurança são fundamentais.

É para proteger pessoas que produzimos o nosso melhor, e trabalho sério, o mercado reconhece.

DRYKO, há 20 anos impermeabilizando para proteger.
Uma das marcas mais lembradas no segmento impermeabilização.



FITAS E MANTAS ASFÁLTICAS
2021
MIX das marcas mais vendidas do ano
MENÇÃO ESPONTÂNEA



DRYKO
impermeabilizantes

Siga-nos nas redes sociais

Aponte a câmera do seu celular e veja o novo filme institucional da DRYKO



PONTA FIRME DA INDÚSTRIA

O Dia do Revendedor é comemorado em 20 de junho. É uma homenagem ao profissional que simplifica a logística de vendas, faz a economia do país girar e permite que produtos e serviços de qualidade cheguem aos lares.

O revendedor de materiais de construção foi ainda mais importante na pandemia provocada pelo novo Coronavírus. As lojas de materiais que vendem produtos para a construção foram importantes para que os brasileiros pudessem realizar pequenas reformas ou até mesmo obras complexas em suas residências.

Para entender um pouco mais a importância do revendedor de materiais de construção, entrevistamos executivos da Telhanorte Tumeleiro, C&C e Lojas Latem, de São Paulo, e da Ferreira Costa, rede de home centers do Nordeste.

TELHANORTE

"O cliente mais digital"

"A grande mudança foi a relação da Telhanorte com os fornecedores. Ela ficou muito mais forte. Nos aproximamos mais em comparação com outros períodos. Hoje, cada um entende que é preciso maior alinhamento estratégico por categoria, com produtos mais relevantes para os nossos clientes. Entendemos que a indústria sofreu, e ainda sofre, com a falta de matéria-prima por causa da demanda altíssima, mas os nossos parceiros sempre atenderam muito bem à Telhanorte e à Tumeleiro nas demandas. Principalmente naqueles produtos mais procurados pelos nossos clientes", diz Rodrigo Pothin, diretor comercial da Telhanorte Tumelero.

Rodrigo diz que, no começo da pandemia, algumas categorias tiveram suas vendas alavancadas mais rapidamente. "Como ferramentas, pisos, elétricos e outros do DY (do it your self). A partir de agosto/setembro do ano passado, tivemos um crescimento acima de 18% em relação ao ano passado. Em janeiro e fevereiro tivemos aumento considerável nas vendas, na mesma proporção; entre março e abril ainda perdemos um pouco a referência por conta do fechamento das lojas por um período e agora, em maio, fechamos com aumento novamente. Com a retomada, começamos a ter números estratosféricos de vendas, na comparação com as vendas de janeiro e fevereiro", diz.

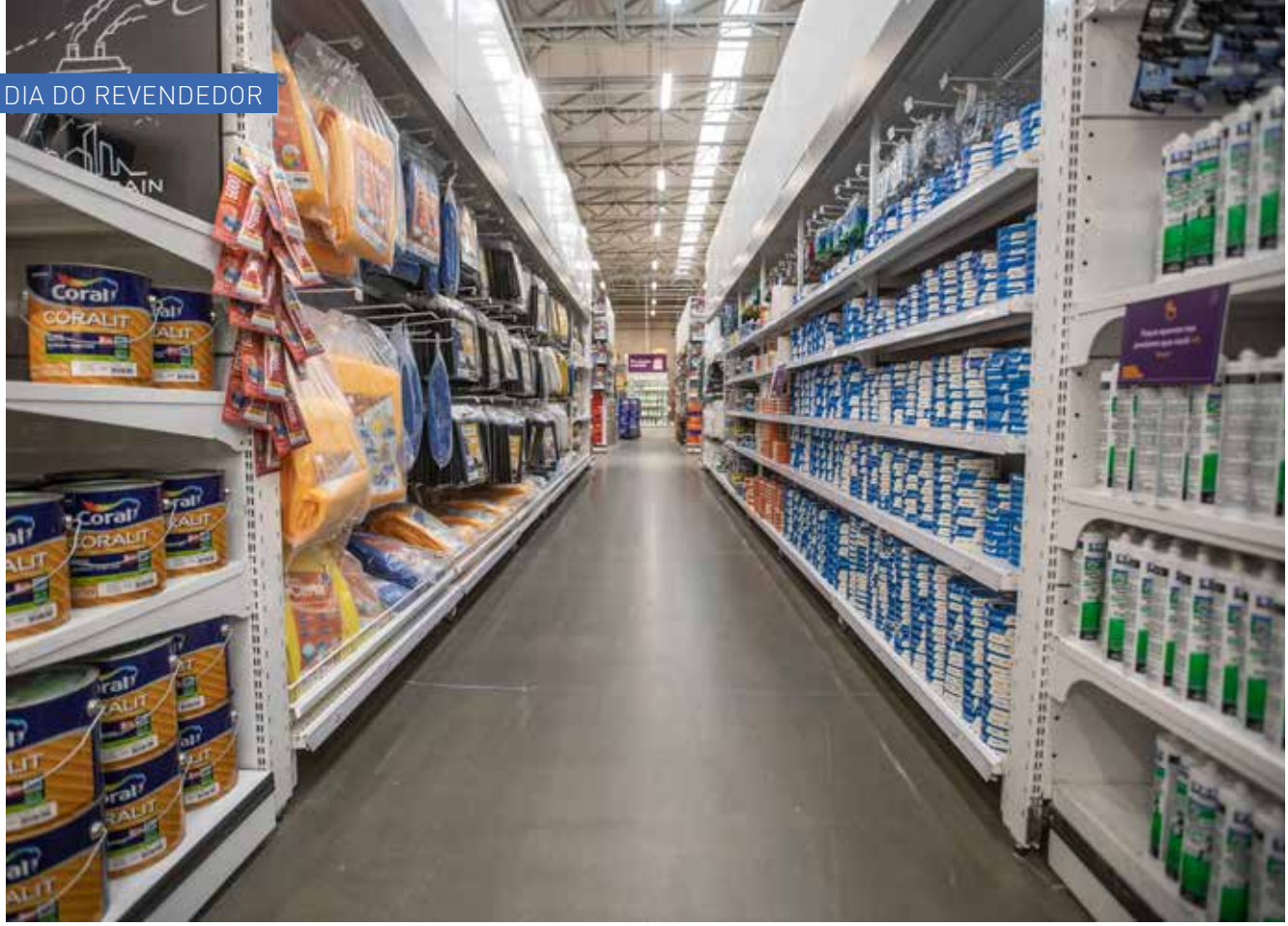
Rodrigo conta que o e-commerce foi muito importante nesta fase, além dos serviços de drive-thru, entrega em domicílio, que também cresceram. "Na realidade, temos um e-commerce muito forte, que funcionou no início da pandemia, triplicando de tamanho, principalmente no período de fechamento das lojas, que ocorreu em março e abril. Também aumentou o atendimento pelo WhatsApp, chegando a 4 mil atendimentos por dia, um número bem considerável. O que percebemos é que, com as lojas abertas, a demanda pelo delivery e pelo drive-thru aumenta. Também percebemos maior fluxo de clientes que gostam de comprar indo fisicamente às lojas. Eles até utilizam as ferramentas digitais ou WhatsApp, mas também vão às lojas", esclarece.

E a empresa percebeu que houve mudanças no perfil do consumidor de materiais de construção: "O que a gente entende é que o cliente está ficando mais digital por conta de outras atividades que realiza no seu dia a dia, como trabalho bancário ou mesmo compras pelos sites. E não seria diferente em nosso negócio, um crescimento cada vez maior. A gente vê que continuam indo às lojas, e a demanda pela presença física é a mesma, mas o cliente é muito mais informado e antenado com as redes digitais, utilizando todos os recursos disponíveis. Para mim, essa foi a grande mudança causada pela pandemia: o cliente mais digital".

O executivo ressalta que as compras feitas pelos profissionais diminuíram em determinada época. "Houve um aumento em alguns períodos - mesmo porque disponibilizamos alguns produtos que a concorrência não tinha -, o que causou um crescimento significativo das compras feitas por profissionais da construção nas lojas. Mas foi em determinado período apenas. Não enxergamos uma mudança considerável, a não ser a ausência de arquitetos, que deixaram de frequentar as lojas porque estavam impossibilitados de realizar obras nos prédios. Mas, quando as reformas começaram a ser liberadas, eles também voltaram às lojas".

Um dos problemas apontados pelas lojas pequenas foi o desabastecimento de alguns produtos. Mas não foi caso da





Telhanorte Tumeleiro. “Não chegamos a ter ausência de produtos nas nossas prateleiras. O que tivemos foi alguma dificuldade de abastecimento de alguns produtos, mas foi pontual e, em nenhum momento, ficamos desabastecidos. A indústria como um todo sofreu com a redução da jornada de trabalho, com a redução da disponibilidade de matéria-prima e com aumento muito grande da demanda. Em alguns momentos tivemos, que fazer escolhas, mas não tivemos esvaziamento das prateleiras em nenhum momento.”

Os protocolos de segurança recomendados pelas autoridades de saúde foram seguidos à risca, afirma Rodrigo. “Seguimos cem por cento todos os protocolos especiais recomendados pela área da saúde e fazemos uma pesquisa semanal com os nossos funcionários para aferir seu grau de satisfação e dos nossos clientes. Queremos que eles se sintam seguros em nossas lojas, mantendo o uso de máscaras nos ambientes, o distanciamento, a ocupação reduzida, farta colocação de totens com álcool em gel nos ambientes das lojas, entre outras medidas de segurança. Mesmo nos drive-thru procuramos seguir todos os protocolos e não tivemos nenhum problema”.

Rodrigo destaca a importância dos home centers como locais de bem-estar para os compradores: “Os home centers são locais de passeio, aonde vai toda a família e havia muita pesquisa. Agora, o cliente ficou mais objetivo. Isso não quer dizer que ele permanece menos tempo na loja, mas notamos que agora o cliente é mais objetivo, fazendo o pedido antes, indo até a loja para retirar o produto. Observamos que as pessoas estão mais preocupadas com a exposição ao vírus e acredito que o nosso grande diferencial foi proteger os nossos clientes”.

A rede Telhanorte Tumeleiro tem grande força de vendas nos revestimentos cerâmicos. E Rodrigo conta que este consumidor precisar ver o produto e tocar, por isso continuou indo às lojas, geralmente acompanhado por um profissional para orientação.

Com o aumento da vacinação, Rodrigo acredita que a tendência é que o volume de vendas melhore nos próximos meses. “A vacinação é importante e vai dar maior segurança para as pessoas saírem de suas casas e comprarem o que precisam, com mais tempo de interação nas lojas. Mas precisamos saber qual vai ser o impacto da economia em nossos país. Será preciso investir, acompanhar e ver se os preços vão se estabilizar. O nosso grande desafio será buscar entender e prever quais serão os impactos que a economia vai sofrer nos próximos meses. Estamos constantemente analisando as variáveis para as melhores tomadas de decisão. Acredito que o segundo semestre será fundamental para as definições dos rumos da economia”, finaliza Rodrigo Pothin.

LATEM

“O comportamento do consumidor mudou”

Rafael Ferreira, CEO da loja Latem, na zona Norte de São Paulo, disse que o relacionamento da empresa com a indústria foi de muita de troca, “principalmente com os parceiros. Foi um período de muita ruptura, quando a indústria teve problemas de insumos básicos e até de embalagens, e isso descoordenou a cadeia. A troca de informações foi importante para manter o abastecimento mínimo, mas necessário. O relacionamento que temos com alguns fornecedores fez a diferença neste momento de pandemia”, diz.

O empresário destaca que o movimento de consumidores nas lojas variou de acordo com sua localização. “O movimento aumentou, mas, em geral, depende muito das regras locais e houve concorrentes que tiveram o movimento diminuído, ao contrário do nosso, que se manteve estável. Quando as lojas foram alvo de restrições, o movimento caiu. A Latem conseguiu se adaptar, com a utilização de vendas pelo WhatsApp, drive-thru e internet e, por isso, teve um bom desempenho nas vendas”.

Rafael observou que o comportamento do consumidor mudou. “E mudou muito. Durante a pandemia, o público ficou mais em casa e acabou colocando a mão na massa, tanto homens como mulheres. Entendo ainda que muitos consumidores finais se dedicaram à própria obra. Antes, era comum o pintor ou pedreiro vir até a loja comprar os produtos para os clientes e, agora, com a pandemia,







notamos que era o próprio dono quem fazia as compras para levar ao executor da obra, eliminando uma parte do serviço que era importante para o profissional".

Rafael não se queixa do desempenho das vendas. "Houve aumento, em valores absolutos, quando comparados o biênio 2020/2021 com 2019/2020, mas esse crescimento não é real em todas as categorias. Como houve variação muito grande no aumento dos preços, principalmente dos materiais básicos, o faturamento distorce os números. Se falarmos de ferramentas, posso dizer que houve aumento significativo, tanto no faturamento bruto quanto no real, descontada a inflação".

Por conta da mudança do perfil do consumidor, a Latem teve que fazer alterações no mix de produtos da loja. "Houve aumento considerável na gama de ferramentas por causa da procura pelos consumidores que estão realizando trabalho em suas casas. Também notamos aumento nas linhas de decoração e de pintura. Com as pessoas ficando mais em casa, tivemos que alterar nossa gama para atender a esta tendência de consumo", diz Rafael.

Todos os protocolos recomendados foram adotados, como explica o executivo. "Além de adotarmos os padrões recomendados pelos órgãos municipais e estaduais, fizemos o distanciamento social, medição de temperatura e utilização de álcool em gel para monitorar os consumidores. Durante algum tempo, montamos uma câmara de descontaminação na entrada da loja e só descontinuamos quando sentimos que não havia mais necessidade. Nossos vendedores e funcionários dos caixas utilizaram máscara de acrílico para maior proteção", informa.

Além da presença física dos consumidores, a Latem incrementou os serviços digitais. "Tivemos aumento de compras significativo pela internet, além das efetivadas pelo WhatsApp e através do Mercado Livre, que foram as duas principais plataformas que utilizamos. A utilização do drive-thru e a entrega em domicílio também funcionaram muito bem, principalmente no período de fechamento da loja", encerra Rafael Ferreira.

SOMOS TOP +1 VEZ!

MELHOR BETONEIRA DO BRASIL



/csmmaquinas

CSM®
MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS PARA CONSTRUÇÃO

47 3372.7600
www.CSM.ind.br



C&C

"A importância do estoque"

Marcelo Roffe, diretor geral da C&C, destaca a atuação da rede de home centers neste período de pandemia.

Relacionamento da empresa com a indústria

"Em alguns momentos da pandemia, observamos que houve descasamento entre a demanda dos consumidores e a oferta de materiais por parte dos fabricantes, já que muitos interromperam a produção logo no início da crise. A partir de julho do ano passado, com uma procura maior por materiais de construção, observamos falta de produtos. O mesmo descasamento aconteceu no segundo período de fechamento de lojas, no mês de abril de 2021. Um fator importante para nós, que facilita o atendimento dos nossos consumidores é o fato de termos um estoque de qualidade, além de oferecermos produtos similares: caso o cliente nos relatasse a falta de determinado item de sua lista de compras, sempre havia a possibilidade de indicarmos outro.E o movimento das lojas, foi normal? Aumentou? (Desde o início da pandemia)

Até março do ano passado, estávamos vendendo bem, cumprindo nossas metas, mas, quando chegou a pandemia, ficamos um período com as lojas fechadas, o que impactou nossas vendas. Abril, maio e junho foram meses mais difíceis para o nosso segmento, uma vez que o fluxo de consumidores nas lojas era muito baixo, embora o e-commerce tenha ganhado um papel relevante nesse trimestre – e crescido deste então.

Em relação ao comportamento do consumidor, com a maior permanência das pessoas em suas casas, notamos

ASTRA

QUALIDADE E CONFIANÇA

Mais uma vez fomos destaque no prêmio Top of Mind.
Agradecemos a confiança que nos foi depositada!

CATEGORIAS EM DESTAQUE
Assentos sanitários
Armários para banheiro
Gabinetes plásticos



www.astra-sa.com /astraoficialbr @astraoficialbr /astraoficialbr

que, num primeiro momento, as compras foram voltadas para manutenção e pequenos reparos do lar. Passados os primeiros meses de pandemia, a população entendeu que precisaria ficar um tempo muito maior em suas casas. Nesse sentido, o consumo mudou de perfil e passou a atender o desejo de reformas e obras maiores. As pessoas passaram, então, a investir em suas cozinhas – por passarem a cozinhar mais –, a adaptar e criar ambientes para o home office, entre outras melhorias.

Continuamos num ritmo bom até março de 2021, quando houve a determinação para o fechamento das lojas de materiais de construção. Inevitavelmente, sentimos o impacto, apesar de, paralelamente, oferecermos outras modalidades de venda para os nossos consumidores, como televendas, WhatsApp, "Retira Loja" e drive-thru.

Quando os pontos de venda físicos voltaram a funcionar, tivemos um novo crescimento nas nossas vendas, em maio, em função da demanda reprimida, o que deve ser sustentado neste mês de junho.

Outra perspectiva positiva para os próximos meses é a entrega de empreendimentos que deve ocorrer a partir do segundo semestre de 2021, o que acelerará ainda mais as buscas por produtos de acabamento, justamente a expertise da C&C."

COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR

"Em relação aos consumidores finais e profissionais da construção, não verificamos maiores mudanças nos perfis de cada um, mas, sim, na demanda dos dois, que acompanharam a movimentação descrita acima sobre os primeiros meses da pandemia."

DESEMPENHO NAS VENDAS

"Estávamos com um bom crescimento em relação a 2020 até o fechamento das lojas no estado de São Paulo, em março. Com a reabertura, em meados de abril, retomamos com a procura nas lojas e as vendas continuaram aquecidas em maio. Enquanto isso, o e-commerce manteve as vendas nos patamares do segundo semestre de 2020. Acreditamos, pelo menos, nessa manutenção durante os próximos meses".

MIX DE PRODUTOS

"Não houve alteração do mix de vendas".

PROTOCOLOS ADOTADOS

"Desde o início da pandemia, as lojas foram totalmente adaptadas para receber os clientes e garantir a saúde e a segurança de nossos colaboradores, sempre de acordo com as orientações e adequações necessárias solicitadas pelos órgãos governamentais. As medidas nesse sentido incluem medição de temperatura, observância ao distanciamento, implantação de acrílicos nos caixas separando os clientes dos colaboradores, obrigatoriedade do uso de máscaras, som da loja com spots de orientação, disponibilização de álcool em gel e sanitização dos ambientes. Para os nossos times do administrativo, adotamos o home office desde o início da pandemia, cujo formato de trabalho permanece até hoje.



Com vistas a oferecer alternativas de contato com a nossa marca, reforçamos outros canais de venda – WhatsApp, televendas, "Retira Loja" e drive-thru – como destacamos antes, além de potencializarmos as nossas iniciativas no e-commerce, canal este em que somos pioneiros desde 2001. Somos uma rede multicanal e o nosso objetivo é estarmos onde o nosso cliente estiver, onde ele desejar realizar as suas compras, onde ele preferir interagir com a nossa marca".

COMPRAS PELA INTERNET E PELO DRIVE-THRU

"Tanto o online quanto o offline estão crescendo. Vale destacar que estamos melhorando a experiência do consumidor no nosso site. Nesse sentido, trabalhamos para aperfeiçoar a navegabilidade, o conteúdo e o checkout, assim como estamos oferecendo o Retira Loja em duas horas e o recebimento de produtos em até cinco horas, em casa.

O Drive Thru nas lojas se tornou uma ferramenta primordial para o atendimento. É uma forma de compra que oferecemos e amplamente utilizada durante o período mais crítico, com lojas fechadas. Mas, com a reabertura das lojas, está menos procurada. Os clientes ainda preferem entrar na loja e conferirem os produtos e as ofertas. De qualquer maneira, sabemos o quão importante é disponibilizarmos uma ampla gama de opções de compra a todos os clientes na marca."

FERREIRA COSTA

"Apreendendo a lidar com a logística"

Por Éder Patriota

Um dos principais home centers da Região Nordeste, o Grupo Ferreira Costa, que possui lojas nos estados de Pernambuco, Bahia, Rio Grande do Norte e Sergipe, conta como vem enfrentando os efeitos da atual pandemia, a qual iniciou há pouco mais de um ano.

Conforme Alexandre Fernandes, gerente de trade marketing da Ferreira Costa, "o relacionamento da empresa com os fornecedores se intensificou e criou-se um elo mais estreito, devido à nossa estratégia de dar continuidade às programações de pedidos e pagamentos, mesmo no início da pandemia e quando nossas lojas se encontravam fechadas. Com essa atitude, minoramos os impactos sentidos nos nossos negócios aos nossos fornecedores, apesar de estarmos diante de um cenário imprevisível, o qual nos impõe seguir nossos valores éticos e de respeito para com todos, já que somos cientes da importância da cadeia de suprimentos e itens associados a ela para a sobrevivência de milhares de pessoas. Além disso, tanto nós da Ferreira Costa quanto os fornecedores, tivemos que aprender a lidar com aspectos de logística, com a falta de insumos nas fábricas, o aumento elevado dos preços de matérias-primas e a oscilação econômica, em paralelo com o crescimento ascendente das nossas vendas pelo e-commerce, sistemas de delivery e drive-thru enquanto tivemos nossas lojas fechadas", destacou.

Ainda segundo o gerente, quando falamos de vendas online ou canais que não são físicos, a cadeia de suprimentos, tanto para sell-in como para sell-out, que envolve as indústrias, teve que se transformar para atender nossas plataformas digitais. "Precisamos melhorar a disponibilidade de produtos no nosso portal, melhorar o desenvolvimento das nossas publicações no marketplace e venda remota, assim como tivemos de adaptar o processo de compra e recebimento de mercadorias com os nossos

Obrigado aos Nossos Clientes e Parceiros pelo Reconhecimento.

Motivo de orgulho e comemoração sermos uma das marcas mais lembradas pelos lojistas. Isso reforça o nosso **compromisso em oferecer soluções de qualidade.**



acqualimp.com

0800 940 2482 | (35) 3197 9986 acqualimpbr acqualimp_oficial



parceiros. Fora isso, alguns produtos e indústrias que não esperávamos, passaram a ter boa performance nas vendas online e identificamos muitas oportunidades em todo este período", ressaltou.

Em relação, ao movimento das lojas, Fernandes diz que ele caiu até o final do primeiro semestre do ano passado, por terem que fechar e abrir em regime especial, com base nos decretos de cada cidade onde a empresa tem uma loja. "A insegurança da população, aliada aos elevados níveis de desemprego e a incerteza do futuro foram gatilhos que desencadearam o baixo consumo no mercado. As vendas foram mais direcionadas a produtos funcionais e essenciais, de segurança, manutenção e limpeza. Entretanto, no 2º semestre de 2020, com maior flexibilização dos protocolos e após um tempo grande das pessoas confinadas em suas casas, houve uma melhoria considerável e o fenômeno de uma grande massa de pessoas querendo melhorar seus lares.

O lar passou a ser o melhor lugar para se viver e teve que ser transformado, pois a sala de estar passou a ser escritório, o quarto do filho a sala de aula, a cozinha uma extensão das atividades antes não existentes, enfim, nada era como antes. Sem contar que, antes, só passávamos algumas horas em casa. Com o surgimento da pandemia, passamos a viver dias inteiros, e essa busca pela melhoria do lar incrementou as vendas num primeiro momento (móveis, decoração, tintas e produtos para melhorias menores e rápidas). Quando foi possível as pessoas receberem em suas casas mão de obra externa, houve um aumento forte nas vendas de produtos para reforma e construção.

Atualmente, no primeiro semestre de 2021, é logico que estamos vendendo mais, quando comparado ao mesmo período de 2020, quando tivemos nossas lojas fechadas. Contudo, em virtude de questões sociais e econômicas, estamos sentindo um mercado mais instável por conta do medo de uma nova onda, das variantes e ques-



tões relacionadas à vacinação, que fez com que novamente estejamos operando com restrições. Por estarmos funcionando com horários e dias específicos, com venda restrita de produtos não essenciais em alguma das nossas unidades, as vendas deram uma freada e acreditamos que somente no último trimestre do atual ano teremos recuperação", salientou.

Sobre o comportamento do consumidor nas lojas, Alexandre Fernandes diz que o Grupo Ferreira Costa tem em suas lojas o equivalente a 22 departamentos, que vão de produtos automotivos a linhas de Cama, Mesa e Banho. "São mais de 80.000 itens para casa, construção, decoração e manutenção, portanto, disputamos o mercado com uma infinidade de fornecedores e concorrentes, além de diversos canais de venda digitais e físicos. Todavia, cada linha de produto tem suas particularidades e percebemos que algumas cresceram muito no nosso e-commerce enquanto outras ainda dependem de venda no ponto físico e, portanto, diminuíram com as lojas fechadas ou funcionamentos restritos. É inegável que a jornada do consumidor mudou muito, depois da pandemia. Principalmente, para que tem condições de vivenciar uma compra no mundo digital. A forma de busca, de fazer shopping, de escolher se transformou com o crescimento de vendas de produtos e serviços nas plataformas digitais. Indústria e os canais de venda passaram a usar "lives" para propagar produtos e marcas, e influenciadores estão fazendo enorme sucesso numa plataforma que cresceu muito com a pandemia, como o TIK-TOK.

Essas estratégias, aliadas à tecnologia atrelada ao SEO, uso de inteligência artificial e metodologias atreladas em como chegar ao consumidor no processo de busca, bem como na atração e conversão, por meio de ofertas momentâneas e digitais, além de marketplace e da diminuição de ruídos para pagamento e encurtamento dos prazos de entrega em domicilio trouxeram para o grupo um novo consumidor, que só nos conhecia através da loja física. Nelas, também aumentamos a capilaridade de venda com relação à distância, e passamos a comercializar para todas as regiões do Brasil onde antes não tínhamos penetração. No mais, entendemos que a pandemia trouxe novos hábitos e costumes que deverão se perdurar. Outros, nunca mais irão mudar. Hoje, os consumidores mostram que querem mais propósito das marcas que consome, segurança e acolhimento no ponto de venda, principalmente agilidade e conveniência, por estarmos na era da resolução dos problemas e necessidades dos clientes e não apenas voltados para o produto. O consumidor vai cada vez mais, tem o poder de escolher o que for melhor para ele. De nada adianta ter um produto ou preço competitivo se a entrega é demorada por exemplo", justificou.

Ainda segundo Fernandes, houve um crescimento da demanda por produtos voltados para área de segurança, tais como máscaras e face shields, e na linha de limpeza, como tapetes sanitizadores, álcool em gel, desinfetantes e derivados, mobiliários para home office e áreas para estudo, bem como produtos da linha de vídeo e informática, por conta de as escolas estarem fechadas e várias pessoas trabalharem em casa. "Tivemos que implantar produtos que não faziam parte do nosso mix como termômetros térmicos e linha de papelaria, por exemplo. E estamos crescendo com o mix de produtos inteligentes como câmeras, fechaduras, lâmpadas, fitas leds, refletores, tomadas e controles universais", contou.

Falando dos protocolos adotados pela empresa nas suas lojas durante a pandemia, Alexandre Fernandes disse que “desde o início da pandemia criamos um Comitê de Riscos e Prevenção e um protocolo interno com mais de 80 ações e medidas que estão disponíveis no nosso site - www.ferreiracosta.com. Em todas as unidades disponibilizamos embaixadores que ficaram responsáveis por preservar e manter a segurança de todos os colaboradores e clientes, como: câmera térmica, enfermeira, pagamento por aproximação, pagamento por PIX, uso de máscaras e face shield, roteiro de entrada e saída diferenciado com colaboradores com álcool em gel para os clientes, dependências todas organizadas e adaptadas para distancia ideal, plataformas presenciais para o EAD, o clube do profissional foi adaptado para o online (antes, era presencial) e a lista de casamento virou digital”, enumerou.

Por fim, o gerente de trade marketing disse que ocorreu crescimento nas vendas online, de forma rápida. “Por conta do fechamento das lojas e do período maior de confinamento das pessoas em suas casas, nem o e-commerce nem o drive-thru conseguiram gerar vendas que compensassem o que seria realizado com as lojas físicas abertas. Dessa maneira, o drive-thru se tornou um paliativo e a melhor solução para venda de produtos que o consumidor não consegue ainda comprar pela internet ou para o público menos digitalizado e que tem preferência pelo atendimento presencial. Uma operação difícil, porém foi fundamental para as vendas durante os momentos mais rígidos da pandemia”, afirmou.

O gerente disse que o e-commerce na empresa havia sido implantado há dois anos, antes do início da pandemia e foi importante já ter uma certa maturidade sobre vendas online quando tudo começou, pois isso ajudou muito para a adaptação muito mais rápida para o aumento da demanda. “Nos dias atuais, com as lojas abertas, mesmo com horários reduzidos ou com restrições sobre a venda de algumas linhas de produtos não essenciais nas lojas físicas, fica claro que não há mais como desassociar o que é físico do que é digital. Nossa estratégia é pensada na multicanalidade e, mais ainda, de como e de onde o nosso cliente pode chegar até nós e, assim, conseguirmos oferecer melhor experiência para gerar conversão de venda tendo-os como nosso porta-voz, nosso embaixador da marca”, pontuou.





ARCELORMITTAL FAZ PARCERIA COM **BERNADINHO**

Bernardinho, técnico e ex-jogador de voleibol, será embaixador da marca e da cultura da produtora de aços ArcelorMittal ao longo de 2021. Em anos anteriores, ele estrelou a campanha publicitária da empresa "Obra é coisa séria", que divulgou as soluções em aço aplicadas na construção civil. A formação de jovens pelo esporte também está prevista, com a parceria da Fundação ArcelorMittal com o Instituto Compartilhar, dirigido pelo técnico.

Agora, além de propaganda e do trabalho social, Bernardinho participará de uma série de ações de ativação da marca na mídia e nas redes sociais, do programa de desenvolvimento de lideranças, de palestras, além de ações de incentivo e relacionamento voltadas para o público interno, distribuidores e clientes da ArcelorMittal.

"Estamos aprofundando essa parceria muito bem-sucedida. Os atributos de imagens da ArcelorMittal e do Bernardinho apresentam muita sinergia em relação à liderança, à credibilidade e à capacidade de formação de equipes vencedoras", disse Jefferson De Paula, CEO Aços Longos Latam e Mineração Brasil.



MUDANÇA NA ALIANÇA METALÚRGICA

A Aliança Metalúrgica S.A, anunciou Carlos Eduardo Ferreira como o novo Diretor Geral da empresa. O executivo vai atuar nas operações da empresa respondendo diretamente ao Conselho Consultivo. Com objetivo de dar continuidade no fortalecimento da empresa e impulsionar resultados, a Aliança reforça seu compromisso de seriedade para a perpetuação de seus negócios.

Carlos Eduardo Ferreira possui vasta experiência em vendas, gestão comercial, marketing, administração e gestão de negócios. Construiu sólida carreira de 25 anos no Grupo Saint Gobain em marcas como Isover / Placo / Quartzolit e Sekurit. Sua trajetória inclui a gestão estratégica, administrativa e gestão de resultado em operações no Brasil e Argentina.

ADERE LANÇA PROTETOR **ANTI-IMPACTO**

A empresa lançou um novo produto para a Linha de Protetores: o Anti-Impacto. Com o slogan #proteçãoqueADERE, os Protetores fazem parte do projeto da gigante nacional de lançar 180 novos produtos no mercado, conferindo ainda mais robustez ao portfólio da empresa. É mais um importante passo para mostrar ao mercado como enfrentar a crise econômica gerando mais negócios. "A Adere se preparou, em 2020, para enfrentar os desafios de 2021. Estruturamos e equipe de gestão de vendas, aumentamos a equipe de representantes comerciais, contratamos executivos de contas, estruturamos a equipe de marketing, aumentamos a nossa presença nos PDVs, com uma equipe de promotores dedicados e estamos investindo em novos equipamentos para aumentar nossa produção e melhorar a nossa produtividade. E temos muitos outros lançamentos pela frente, para varejo e para indústria", conta Luís Gustavo Dias, presidente da ADERE.

grupolinear.ind.br

Obrigado pela Lembrança!

GRUPO LINEAR
2ª MARCA
MAIS LEMBRADA
NA CATEGORIA
RALOS LINEARES.



Linha destaque
da marca Elleve,
a Versatile é
um belo exemplo de
nossa contribuição
para o mercado da
construção civil.

Versatile é Elleve,
Elleve é Grupo Linear.

- 08 VARIAÇÕES DE TAMPA
- NÃO RISCA NEM DESBOTA
- ABAS CONTRA INFILTRAÇÃO
- PROTEÇÃO CONTRA INSETOS
- DISPOSITIVO FECHA RALO
- OPÇÃO COM SIFONAGEM
- FÁCIL INSTALAÇÃO

ELLEVE · NOVII++ · DOMINI PRO · TOP-MAX · GRUPO LINEAR®

ARTECOLA BUSCA LIDERAR MUDANÇA TECNOLÓGICA COM **SUBSTITUIÇÃO DE PRODUTOS E SOLUÇÕES SUSTENTÁVEIS**

Estratégia da empresa foca na Sustentabilidade como um de seus pilares. Inspirada pelo Dia Mundial, Semana do Meio Ambiente terá workshop para América Latina.



ARTECOLA – Atuando há décadas com foco na Inovação Sustentável, a Artecola Química reforça seu compromisso com a Sustentabilidade neste mês de junho com uma programação alusiva ao Dia Mundial do Meio Ambiente, comemorado no dia 5. A Semana do Meio Ambiente envolve um workshop para colaboradores e convidados da América Latina, entre várias outras atividades. A empresa desenvolve toda uma estratégia de crescimento com o viés sustentável entre seus pilares. "Trabalhamos de maneira comprometida com o desenvolvimento latino-americano. No aspecto ambiental, este ideal se sustenta no objetivo concreto de liderar a mudança tecnológica para soluções sustentáveis", ressalta o Presidente Executivo, Eduardo Kunst.

Para alcançar essa meta, a Artecola atua cada vez mais na substituição de produtos e processos por soluções mais inteligentes, que não prejudiquem o planeta. "Nossa área de Extrusão e Laminados, por exemplo, já soma mais de 1,4 mil toneladas de reutilização de resíduos somente entre janeiro e abril de 2021, o que ficou 38,5% acima do projetado para o período. Em Adesivos, vários mercados aceitam e usam cada vez mais as tecnologias hot melt e base água no lugar de solvente. Os adesivos hot melt, aliás, estão em crescimento acelerado em todos os mercados, diminuindo a geração de resíduos ou emissão de vapores nos ambientes de trabalho", reforça Kunst.

AFIX - Outras transformações lideradas pela Artecola envolvem a marca Afix, que atende os mercados de Retail e Construção Civil. São exemplos a linha de adesivos aquosos Afix Green, livre de substâncias restritivas; e a expansão do portfólio desta linha em toda a América Latina, incluindo os adesivos à base d´água que substituem produtos à base de solvente. No momento, a família Afix Green está sendo lançada na Colômbia. "Nosso compromisso é sempre fazer muito mais, em todos os países, junto a todos os clientes de todos os mercados, para reduzir impactos ambientais", reforça o Presidente.

WORKSHOP – Dentro das comemorações pela data, a Semana do Meio Ambiente na Artecola promoveu diversas atividades com a equipe interna, além do Workshop Sustentabilidade na Indústria, no dia 11 de Junho, com transmissão pelo Zoom para os seis países em que a Artecola está presente: Brasil, Argentina, Chile, Colômbia, México e Peru. O evento da Artecola e Afix, dirigido a colaboradores e convidados, teve a palestra de Rogério Quaresimin, especialista com 20 anos de experiência nas áreas de Saúde, Segurança e Meio Ambiente (SSMA).

ETERNIT FAZ **OFERTA PELA CONFIBRA**

Após realizar a chamada de aumento de capital aos acionistas, a Eternit e a Confibra assinaram oferta vinculante para a aquisição da empresa localizada em Hortolândia, no interior do Estado de São Paulo.

O valor da aquisição está estipulado em R$ 110 milhões, pela totalidade das ações da Confibra.

"Essa aquisição é uma maneira de aumentarmos nossa participação e a nossa receita, sem aumentar a capacidade total do mercado. Assim, não haverá pressão sobre os preços e as margens", afirma Luís Augusto Barbosa, presidente do Grupo Eternit.


Pintura Epóxi
Automatizada
INVESTIMENTOS EM
TECNOLOGIA &
MODERNIZAÇÃO
Soldagem
Robotizada
AMBIENTAL
EFLUENTES
BENEFÍCIO
SAOROMAO.COM.BR
FERRAMENTAS
São Romão
Desde 1975
De Profissional para Profissional

DRYKO IMPERMEABILIZANTE **LANÇA PRODUTOS**



Uma das principais indústrias de produtos para proteção contra umidade e infiltração, a Dryko Impermeabilizantes investe no redesign da marca ao mesmo tempo em que lança produtos e novas embalagens para o mercado da construção civil.

Dentro do contexto dessa nova identidade visual, totalmente modernizada, a empresa assumiu o vermelho como sua cor preponderante, tanto nas embalagens dos produtos como na sua comunicação em geral. Segundo Rodrigo Morelli, Gestor de Marketing, as embalagens agora possuem um padrão visual, estão mais clean e carregam ilustrações hiper-realistas sobre as aplicações dos produtos.

"A empresa também realinhou seu portfólio de produtos, agrupando-os em famílias e está trazendo novidades para o mercado", explica David Bigio, Gerente Comercial da DRYKO.

Recentemente a empresa lançou o DRYKAL, um aditivo líquido para argamassa que proporciona ótima trabalhabilidade, incorporação de ar e plasticidade, reduzindo as trincas por fissuras de retração. O produto também reduz a quantidade de água e substitui a cal hidratada.

No primeiro trimestre, a empresa complementou a linha de produtos da família VEDATUDO com o lançamento de mais dois produtos: o selante de silicone acético e a espuma expansiva de poliuretano (PU). O selante, disponível em bisnaga de 260 g, é incolor e indicado para vedação de alumínio, vidro, azulejo, louça sanitária e box de banheiro.

GRUPO LINEAR **ADQUIRE TOP MAX**



A empresa acaba de adquirir a paulista Top Max, especializada em sistemas de escoamento com foco em construtoras e obras que necessitam de um alto volume de produtos. O objetivo é complementar o crescimento orgânico da companhia.

A diretora executiva do Grupo Linear, Regina Montandon, explica que a marca Top Max seguirá existindo, agora dentro do portfólio de marcas do grupo que já atua com a Elleve (ralos premium), Novii (produtos de ótimo custo-benefício) e Domini Pro (linha corporativa). "Desde a concepção da marca até o fechamento desta primeira década vínhamos acumulando crescimento orgânico anual superior a 35%, o que nos tornou referência no mercado brasileiro de ralos que aliam funcionalidade e design diferenciado. Não é exagero dizer que criamos um novo nicho de mercado, transformando uma peça meramente funcional em artigo de decoração. Agora com a aquisição da Top Max, pulverizamos o crescimento também para a linha construtiva, com soluções como grelhas e canaletas", comenta.



TOP OF MIND 2020/2021
TOP 10
REVENDA CONSTRUÇÃO

HERC.
Top of Mind na categoria Torneira de Plástico.

A gente sempre lembra de quem está no nosso dia a dia.

1º Lugar: Torneira de Plástico
2º Lugar: Torneira em ABS | Filtro e Purificador de Água
3º Lugar: Torneira para Cozinha | Acessórios para Banheiro

Agradecemos a todos os nossos colaboradores e parceiros pela confiança em nossos produtos. E a nossos clientes, por fazerem da HERC a sua marca do dia a dia.

Great Place To Work. Certificado BRASIL

HERC® MARCA DE QUALIDADE

herc.com.br | vendas@herc.com.br | @herc.brasil

NOVIDADES DA ASTRA

A Astra lançou o Espelho Athos com suporte e duas opções de acabamentos espelhados e da mesma cor que a alça ou preto ou caramelo. O produto apresenta 3mm de espessura e diâmetro de 40cm e 60cm, que garante sustentação e um acabamento luxuoso. Além disso, tem um protetor de borda que evita oxidação a curto prazo. Entre seus diferenciais estão a alça e aro em couro ecológico com ponto duplo.



Banheira Paris

Não existe uma combinação mais clássica do que o famoso branco e preto. Pensando nisso, a Astra lança a charmosa banheira Paris. Por ser um modelo de banheira de imersão *freestanding*, ela dispensa gastos com alvenaria e mão de obra de instalação, além de ter angulação confortável para apoio das costas. Ou seja, ideal para relaxar depois de um dia cansativo.

Com acabamento brilhante, o modelo de acrílico vem com acessórios internos em inox (padrão), mas a empresa também disponibiliza a opção em preto fosco, conforme opção do cliente. Seguindo o estilo de imersão, a banheira Paris não possui entrada de água (neste caso sugere-se o uso de um monocomando de piso para a função). Com cerca de 40 quilos, a peça está disponível nas seguintes dimensões em centímetros: 170 x 80 x 59.

NOVA **GERAÇÃO**

Para reforçar ainda mais o leque de soluções, ao longo de 2021 a Bosch destaca o lançamento da nova geração de ferramentas a bateria industriais Bosch Biturbo Brushless, que oferece a mesma potência de ferramentas com cabo, combinado com a bateria ProCore 18V.

Há mais de 50 anos, a Bosch foi pioneira ao lançar no mercado as ferramentas a bateria e, há 18 anos, a primeira ferramenta do mundo com uma bateria de íons de lítio: a parafusadeira Ixo. Desde então, o desenvolvimento de inovações nesta linha é contínuo, já que cada vez mais ela tem ganhado importância no setor de construção pelos inúmeros benefícios que agrega no dia a dia dos profissionais nos canteiros de obras, marcenarias, instalações e em reformas em geral.

Atualmente, as ferramentas a bateria representam 25% das vendas da empresa no mercado da América Latina.



OS PROTETORES DE CANTO QUE O SEU CLIENTE NECESSITA.



CANTONEIRAS RÍGIDAS

Perfis **resistentes e duráveis, protegem os cantos das paredes de impactos,** conferindo **acabamento estético.** Excelentes para aplicação em revestimentos cerâmicos, alvenaria, madeira entre outros. **Dispensam pintura.**

TEC 182 | 183

CANTO EXTERNO

Asseguram o acabamento de paredes com **excelente efeito estético,** além de **evitarem o incômodo de acidentes** com cantos vivos.

Esses perfis de acabamento **fortalecem a borda do revestimento cerâmico, evitando lascas e quebras.**



TEC 301



TEC 194

TERMINAL DE ACABAMENTO MEIA-PAREDE

Perfis de acabamento para **revestimentos cerâmicos** em **meia-parede** ou em **alturas intermediárias.**

Aplicados em locais onde o revestimento cerâmico seja meia-parede, como em **áreas de serviço, banheiros, lanchonetes, refeitórios, despensas, entre outros.**

Embalagens e Expositores disponíveis para auto-serviço e PDV.

Escaneie com seu celular e fale com nossa Equipe de Vendas

@tecnoperfil

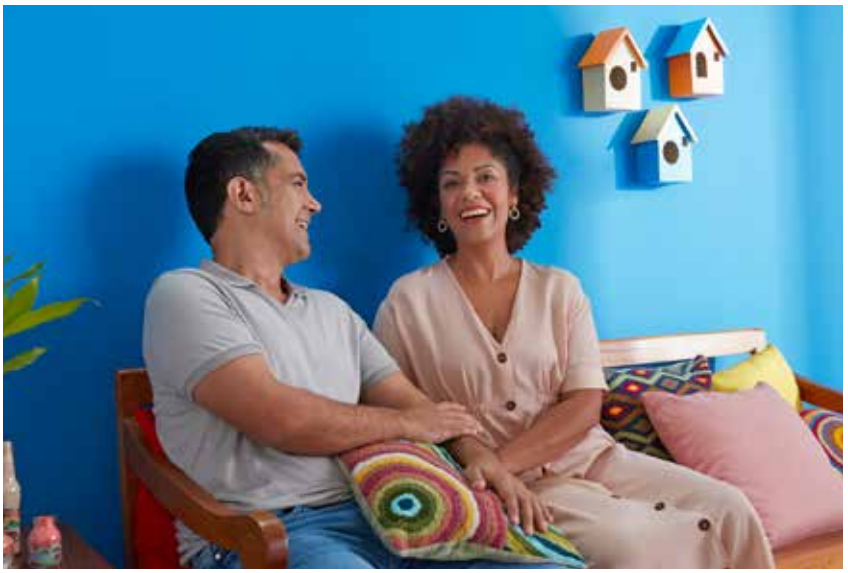
Tecnoperfil Plásticos

0800 147 4774

www.tecnoperfil.com.br

TECNOPERFIL®

GLASURIT AGORA **É GLASU!**



A Glasu!, uma das marcas de tintas decorativas da BASF, chega ao mercado com o objetivo de ajudar as pessoas na transformação do lar, por meio de um portfólio que auxilia o processo de pintura.

Com um histórico de mais de 20 anos de atuação no mercado de tintas decorativas no Brasil, a antiga Glasurit ganha novo nome e identidade visual, gerando mais identificação e proximidade com os brasileiros. Reformulada, com base em estudos e pesquisas de mercado, a marca vem acompanhando os movimentos e mudanças do comportamento do consumidor e, agora, em 2021, se torna Glasu!, a tinta de quem faz acontecer.

Glasu! se reinventa para atender um perfil que em alguns momentos soluciona pessoalmente as questões de seu lar e em outros contrata um pintor, sempre valorizando o diálogo e endosso dos profissionais de pintura, vendedores e até conhecidos que já passaram por essa experiência. Com produtos dedicados às principais necessidades deste consumidor, a nova marca da BASF apresenta dois ingredientes principais de sua fórmula para transformar não apenas paredes, mas também os momentos em família: economia e qualidade.

A marca revitalizou sua paleta de cores prontas, trazendo opções mais modernas para inspirar e auxiliar as pessoas na transformação e embelezamento de suas casas. "Queremos nos manter ainda mais próximos dos brasileiros e, acima de tudo, ajudá-los a cuidar de uma de suas maiores conquistas, a casa. Afinal, ver as pessoas realizadas com os lares que sempre sonharam é a nossa maior inspiração", diz Romeu Escolastico, Gerente Sênior de Comunicação e Marketing de tintas decorativas da BASF.

IBBL AGORA É **CULLIGAN**

Como parte do plano global de expansão da marca, a empresa norte-americana Culligan International incorporou a brasileira IBBL, fabricante de filtros e purificadores, que passa agora a chamar-se Culligan Latam. A proposta da Culligan, que já está presente em 90 países e entrega soluções em tratamento de água a mais de 50 milhões de pessoas, é trazer ao Brasil soluções inovadoras e sustentáveis, expandindo o portfólio atual da empresa que agora integra.



A expectativa é, ainda este ano, realizar alterações na infraestrutura da fábrica, localizada em Itu, além da ampliação de portfólio e implementação de novas políticas de sustentabilidade. Até o momento, quase 100 novos postos de trabalho já foram criados, uma vez que a sede brasileira será responsável pelo atendimento a toda a América Latina.

"Estamos em um momento muito importante, com reposicionamento da marca IBBL no Brasil. Celebramos a chegada da Culligan, pois permitirá trazermos as mais avançadas tecnologias e todo know-how de 85 anos da marca, para aplicá-las e adaptá-las para novos produtos no mercado brasileiro", avalia Sidney Del Gaudio, presidente da Culligan Latam.

NORTON
SAINT-GOBAIN

Reshaping your world™

TOP OF MIND
Revenda Construção

A **NORTON É TOP**, CONHEÇA OS **MAIS LEMBRADOS** PELOS LOJISTAS:

1° LUGAR EM:
DISCOS DE CORTE
DISCOS DIAMANTADO
LIXAS

2° LUGAR EM:
CORTADOR MANUAL DE REVESTIMENTO CERÂMICO

3° LUGAR EM:
FITA CREPE



SEU **RECONHECIMENTO**
É O NOSSO ***MAIOR PRÊMIO!***

MUITO OBRIGADO AOS **NOSSOS CLIENTES**
E **PARCEIROS** QUE FAZEM PARTE DESSE **RESULTADO**

PROFISSA
VAI DE ***NORTON!***

www.nortonabrasives.com
Norton Abrasivos

SAINT-GOBAIN



TEKBOND E A **LIMPEZA PÓS-OBRA**

A Tekbond Saint-Gobain apresenta sua nova linha de produtos para limpeza pesada, especialmente pensada para o segmento de construção. Com o lançamento, a empresa amplia o seu portfólio de produtos para limpeza e oferece novas soluções para a limpeza pós-obra, etapa fundamental para qualquer reforma ou construção.
"A nova linha de limpeza pós-obra da Tekbond chegou para complementar a lista de soluções oferecidas ao consumidor. A limpeza é uma etapa natural não somente na conclusão de uma obra, mas para a manutenção dos ambientes e nossa linha atende estes dois propósitos. Concentrados, o consumidor decide através da diluição do produto o quão forte precisa ser a limpeza. A partir de agora, com a Tekbond o consumidor constrói, reforma, cria e limpa," afirma Eduardo Mano, Diretor de Marketing da Tekbond Saint-Gobain.
Os produtos da linha Limpeza Pesada são sustentáveis e contribuem para a redução da poluição do solo, das águas e do ar. A novidade já está disponível em lojas de materiais de construção e será encontrado também em mercados e hipermercados.

JUNTOS SOMOS MAIS **CONTRATA**

A Juntos Somos Mais anuncia André Reis como novo Head of Internal Consulting. O executivo estará à frente de toda a área de consultoria interna da startup que é detentora do maior ecossistema do setor de construção civil, e que tem como sócias Votorantim Cimentos, Gerdau e Tigre e mais de 500 mil usuários ativos.
Com 17 anos de experiência em consultoria de estratégia e gestão, Reis tem em seu histórico profissional passagens por Gradus, LEK e Kearney. Formado em Engenharia da Computação pelo ITA, ele liderou projetos de consultoria em diversos países a partir de temas como due diligences, entrada em novos mercados, planejamento estratégico, planos de negócios, post-merger integration, redesenho organizacional e redução de custos.
Segundo o executivo, a chegada à Juntos Somos Mais reflete seu interesse no setor. "Quando recebi o convite para participar do maior ecossistema do varejo de construção civil do país, a decisão foi muito fácil. É um setor gigante de nossa economia que será completamente reinventado com o uso de tecnologia", conta André.

TIGRE LANÇA ESPÁTULA **T DE AÇO INOX**

O Grupo Tigre avança na oferta das melhores soluções para todas as etapas de pintura com o lançamento da espátula T, indicada para a pré-pintura, que tem base de aço inox semiflexível, o que facilita a uniformização da superfície e garante paredes lisas.
O produto está disponível nas versões 20, 25, 30, 40 e 60 cm, adaptando-se às diferentes necessidades para otimizar o trabalho e economizar tempo dos profissionais. Nas opções com 40 e 60 cm, os cantos são arredondados, o que potencializa o acabamento perfeito. O cabo ergonômico e emborrachado traz mais conforto e segurança na aplicação e a lâmina possui proteção plástica removível para o cuidado com a ferramenta e mais proteção.




Você lembrou
da Tintas Killing.
E chegou nossa vez
de agradecer.
Agora é oficial: a Tintas Killing está entre as 5 marcas mais lembradas da Pesquisa Top Of Mind 2021 nas categorias Tinta Esmalte e Tinta para Parede Externa da Pesquisa.
Obrigada por confiar e lembrar da Tintas Killing!
EXTERIORES E INTERIORES
Killing
Kisacril PREMIUM
ALVENARIA
TINTA ACRÍLICA
CONTEÚDO 3,6L
TOP OF MIND
INDÚSTRIA BRASILEIRA
TINTAS
Killing

LINHA HYDRAPLUS EM **PRATA E PRETO**



Agora nos acabamentos prata e preto a linha de torneiras Hydraplus, da Hydra, oferece opções que atendem às necessidades de diferentes ambientes da casa. Os novos acabamentos se somam ao tradicional branco, amplia sua atuação em projetos que buscam um toque de personalidade ou uma decoração mais atual.

Diante de tantos atributos, a linha ainda se destaca pela economia de água. Todos os produtos acompanham arejador que mistura água e ar, evitando respingos e reduzindo o consumo em até 50%. Além disso, o mecanismo cerâmico ¼ de volta, desenvolvido especialmente para esta linha, garante acionamento rápido e suave, e maior controle de vazão. Na versão para cozinha, a bica móvel ajuda a direcionar o fluxo da água, tornando o uso mais prático na bancada. Com fácil instalação, este lançamento está disponível nas versões de parede e de bancada.

KRONA DOA CÂMARAS DE **CONSERVAÇÃO DE VACINAS**

A Krona doou três câmaras de conservação de vacinas que ajudarão no combate à pandemia de Covid-19 nos municípios catarinenses de Rio dos Cedros, Rodeio e Campo Alegre. A doação foi viabilizada pela Krona Tubos e Conexões, por meio do movimento nacional Unidos Pela Vacina, que busca apoio da iniciativa privada para atender demandas das cidades e agilizar a vacinação.

Cada câmara tem capacidade para armazenar 280 litros, o que equivale, por exemplo, a 190 caixas de Coronavac (12.500 multidoses de 0,5ml), a uma temperatura entre 2 a 8ºC. A destinação dos equipamentos foi definida pelo núcleo do Unidos pela Vacina em Joinville, município onde a Krona foi criada e tem três de suas quatro unidades fabris. Logo que cheguem aos municípios as câmaras serão instaladas nas unidades de saúde indicadas pelas prefeituras de cada cidade.



Durante a pandemia, a Krona realizou diversas ações sociais e de apoio ao enfrentamento da doença, como distribuição de cestas básicas para comunidades e doações de materiais para a fabricação de equipamentos que auxiliam no tratamento da Covid-19.

O Unidos pela Vacina é um movimento da sociedade civil que reúne centenas de entidades, empresas, associações e ONGs, com o objetivo de contribuir para uma rápida vacinação de todos os brasileiros. A mobilização surgiu por iniciativa do Grupo Mulheres do Brasil, liderado pela empresária Luiza Helena Trajano, para engajar a sociedade, em conjunto com empresários de todo o Brasil.

PENSOU EM SOLUÇÕES NA HORA DE CONSTRUIR OU REFORMAR?

PENSOU EM PULVITEC.

2º LUGAR
SILICONES



ESTE RECONHECIMENTO SÓ FOI POSSÍVEL GRAÇAS AO SEU VOTO!

3º LUGAR
ADESIVO INSTANTÂNEO



pulvitec

pulvitec_br

TOP OF MIND
Revenda Construção

PULVITEC
GRUPO PIDILITE
pulvitec.com.br

IRWIN LÍDER ABSOLUTA EM BROCAS.



IRWIN®
É OUTRO NÍVEL™

HÁ 60 ANOS NO MERCADO BRASILEIRO, A MARCA COMPROVA SUA EXCELÊNCIA GANHANDO MAIS UMA VEZ, LÍDER ABSOLUTA NA ULTIMA DÉCADA.

A IRWIN POSSUI VASTA OPÇÕES DE BROCAS PARA DIVERSAS APLICAÇÕES PROFISSIONAIS, DESDE MADEIRA, METAL, CONCRETO, PORCELANATO, AZULEJOS.

AGRADECEMOS À VOCÊS, PROFISSIONAIS DE OUTRO NÍVEL PELA CONFIANÇA NOS PRODUTOS IRWIN.



IMAGEM É TUDO

A LafargeHolcim Brasil, está inovando na identidade visual da sua frota de silos, para aproveitar o espaço externo dos semirreboques para expor a nova identidade das sacarias dos cimentos Mauá e Montes Claros, fortalecendo e divulgando a marca Holcim. Para isso, a empresa está revitalizando 24 silos que estavam inoperantes. A iniciativa tem como objetivo atender o aumento de demanda do mercado, por meio dos semirreboques próprios. Após análise técnica de cada um e manutenção, os silos foram alongados, recebendo uma nova estrutura que aumenta sua capacidade de 26m³ para 32m³ de cimento. Por fim, eles estão recebendo a nova identidade visual. Em maio, 13 silos já começaram a operar com o novo layout, sendo 12 no Rio de Janeiro e um no Espírito Santo. Em junho, a novidade chega a Santo André, em São Paulo.

"Estamos nos adaptando para sempre atender a demanda dos nossos clientes e, além disso, nossos silos funcionarão como outdoors ambulantes circulando por diversos pontos. Será um grande espaço de divulgação da marca e das novas sacarias. Estamos utilizando nossa estrutura operacional para causar um impacto extremamente positivo na imagem da empresa. A ideia foi muito bem desenvolvida pela equipe de branding e o resultado ficou esteticamente excelente" explica Bruno Franca, gerente de transporte e operações logísticas da LafargeHolcim.

NOVIDADES DA PLASTILIT

A empresa está lançando diversos produtos no mercado. Uma grande inovação para os banheiros domésticos, o Ralo de canto ou Ralo em "L", sua estrutura já oferece vedação contra entrada de insetos, com um sistema prático e seguro. O "kit" acompanha também adaptação para ralos e caixas sifonadas de 100mm. É garantia de um acabamento impecável para o banheiro com modelos Branco e Cromado.

A Plastilit buscou atender uma solicitação dos seus representantes com grande procura no mercado: as válvulas de pé soldável com crivo, são ideais para sistema de captação de água, têm a funcionalidade de impedir que a água volte quando o bombeamento é desligado, garantindo a proteção às instalações hidráulicas. Foram lançados nos modelos com rosca ¾" e 1" e sem rosca 25mm e 32mm.

Buscando ainda oferecer uma linha mais completa, lançou as válvulas de retenção para água fria. Com as funcionalidades de bloqueia o fluxo de água e evitar que ocorra o refluxo na tubulação, ainda permite que a água escoe em uma única direção, impedindo o seu retorno no sentido contrário.





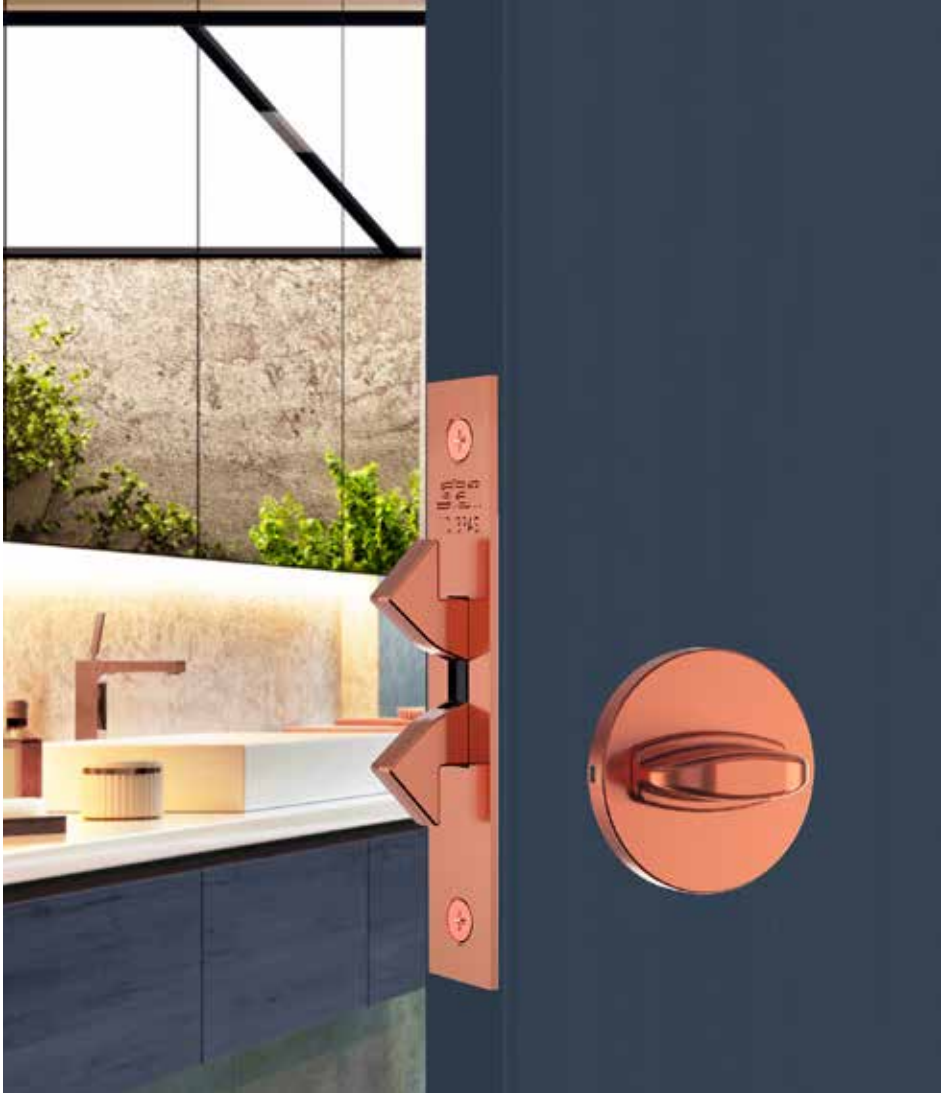
MONTANA QUÍMICA LANÇA **ACABAMENTO ANTIDERRAPANTE**

A Montana Química lançou o Osmocolor Castanho UV Deck Antiderrapante, o primeiro stain antiderrapante do mercado brasileiro. O produto tem toda a proteção do Osmocolor somada a um promotor de aderência para oferecer maior segurança às pessoas que circulam em escadas, saídas de decks, piscinas e demais áreas onde há risco de escorregões.

"Ele vai funcionar como uma verdadeira 'lixa líquida'", compara Rafael Ferreira, gerente comercial da Montana Química. "Com as características da família Osmocolor, ele também tem triplo protetor solar, repele a água e protege contra fungos, com a praticidade e segurança desse novo promotor de aderência."

Ferreira afirma que o stain preserva a naturalidade da madeira ao penetrar nos seus veios e manter seu relevo natural e textura - diferentemente do verniz, que forma uma camada protetora superficial.

STAM LANÇA **FECHADURA BIEL 1006S WC**



A Stam amplia sua presença no segmento de portas de correr com o lançamento da fechadura Biel 1006s WC.

Indicada para banheiros e lavabos, a Biel 1006s WC está disponível nas versões com roseta quadrada ou roseta redonda e é comercializada com as guarnições tanto da linha Classic, modelo que atende os consumidores que estão procurando por produtos com um toque de sofisticação como da linha Fano 803, uma das fechaduras mais premiadas do segmento.

VIAPOL ACELERA NO **VAREJO**

Atenta às demandas e aos fatores que fazem a diferença para o sucesso no varejo de construção, a Viapol tem trabalhado diferentes estratégias de posicionamento no mercado, gestão dos produtos nas lojas, parcerias com fornecedores e marketing de relacionamento para melhorar ainda mais seu desempenho do setor.



Nos últimos cinco anos, o varejo da Viapol dobrou de faturamento. Este crescimento se deve as estratégias desenvolvidas por uma equipe qualificada e dedicada a este segmento. “Em 2017 a nossa empresa decidiu acelerar no varejo e para isso trabalhamos com estratégias de mercado e um planejamento amplo. Naquele momento entendemos que estávamos preparados para investir no varejo, mercado extremamente competitivo. Nosso balanço, hoje, mostra que nos últimos cinco anos (2016/21) o varejo da Viapol dobrou de faturamento”, afirma Ariovaldo Torelli, Presidente da Viapol.

Para a Gerente nacional de Varejo da Viapol, Carla Cunha, a entrada da empresa no varejo foi feita de forma planejada. “A Viapol teve visão de negócio ao encarar esta oportunidade. Os executivos entenderam que era uma perspectiva de mercado e que hoje está claro que foi uma decisão acertada. Trouxemos pessoas de fora para nos ajudar neste trabalho e fazer todo estudo necessário e também o potencial geográfico. Em 2016 focamos na região que tínhamos maior conhecimento, hoje temos alcance nacional”, disse Carla.

TYTAN®
PROFESSIONAL

PROFISSIONAL USA TYTAN EM TODA A CASA

EM BREVE NOVA LINHA DE PRODUTOS FAST&PRO



Adesivo Vector para colagem de acessórios no banheiro

Silicone Portas e Janelas Tytan para acabamentos

Adesivo Tytan para Espelhos

Silicone Neutro de uso geral para a vedação de pias

Espuma Adesiva 60 segundos para soleira e pingadeira da janela

Adesivo Fix³ para fixação de elementos decorativos na sala

Espuma Ultra 70 para isolamento térmico e acústico, portas e janelas em tempo recorde e total garantia.

Aqua Protect Rodapé para impermeabilização de rodapés e paredes internas

Para todas as situações, sempre tem uma solução Tytan!

Escolha o produto ideal para a sua necessidade.

Assista ao vídeo e saiba mais sobre a linha Aqua Protect da Tytan:

TYTANBRASIL TYTANPRO TYTANBRASIL TYTAN PROFESSIONAL



MAIS MULHERES NA VOTORANTIM CIMENTOS

A Votorantim Cimentos anuncia a chegada de duas mulheres para assumir posições em importantes esferas de Governança Corporativa da companhia. Clarissa Lins é a nova integrante do Conselho de Administração e Luciana Domagala irá compor o Comitê de Remuneração e Pessoas (CRP).
Clarissa Lins é economista e atuou em projetos de destaque no setor público no início de sua carreira, fazendo parte do time do Plano Real no Ministério da Fazenda, além de ter sido assessora do CEO do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES), contribuindo para a estruturação de projetos de privatização. Passou ainda pela Petrobras e foi responsável pela área de Estratégia Corporativa da companhia. Também teve experiência relevante na Fundação Brasileira para o Desenvolvimento Sustentável (FBDS), organização sem fins lucrativos que promove o desenvolvimento sustentável no Brasil. Atualmente, Clarissa vem se dedicando à Catavento, sua própria consultoria de temas relacionados à estratégia e sustentabilidade, além de participação em Conselhos e Comitês.
Com experiência comprovada em Governança Corporativa, Clarissa foi Chair do Comitê de Avaliação Externa da Shell de 2012 a 2015; atuou no Comitê de Sustentabilidade da Vale de 2017 a 2019; no Conselho, no Comitê de Estratégia, de HSE e de Auditoria da Petrobras entre 2018 e 2019 e, mais recentemente, no Comitê de Sustentabilidade da Suzano.
Já Luciana Domagala chega como nova integrante do Comitê de Remuneração e Pessoas (CRP), que tem como como finalidade o assessoramento ao Conselho de Administração em temas estratégicos relacionados à gestão de pessoas.
Luciana é uma executiva sênior que possui mais de 25 anos de experiência consolidada em Recursos Humanos, dedicados a empresas nacionais e multinacionais de diversos segmentos como telecomunicações, construção, óleo & gás, energia e varejo, entre outros. A Gerdau foi sua grande escola de Recursos Humanos e ela também teve passagens pela RBS, Claro, PDG REALTY e Grupo Ultra. Atualmente, é Diretora de Pessoas e Organização da Ipiranga.

JOGO DE GABARITO E FURAÇÃO PARA MARCENEIRO DA VONDER

A VONDER lançou um Jogo de Gabarito de Furação para ajudar os profissionais do segmento. Novidade para os trabalhos em marcenaria na furação e montagem de móveis, o Jogo de Gabarito de Furação para Marceneiro VONDER tem uma composição prática e muito versátil, e traz facilidade e agilidade na fixação de parafusos e cavilhas em ângulos.
Com corpo em plástico e metal, o Gabarito para Furação acompanha os seguintes acessórios: 1 broca aço rápido de 9,5 mm, 1 adaptador para aspirador de pó, 1 acessório de cavilhas, 1 chave allen 2,5 mm, 1 gabarito móvel para planos, 600 parafusos phillips PH2 4,5 mm x 32 mm, 100 parafusos phillips PH2 4,5 mm x 51 mm, 1 peça bits phillips encaixe sextavado 1/4" de 150 mm CRV e 20 tampas de plástico.



Glasu!

A TINTA DE QUEM FAZ ACONTECER

Mudar é sempre bom, ainda mais quando
a gente tem **certeza que é pra melhor.**

Glasurit agora é Glasu! pra ficar ainda mais perto
de você, cuidando da sua casa com a economia
e qualidade que você já conhece.



Afinal, ver a sua casa do jeito que você sempre quis
é a nossa maior realização.

Uma marca BASF - We create chemistry

Conheça mais em:
glasu.com.br

@tintas_glasu

A DIFERENÇA NA HORA DE CONSTRUIR OU MODERNIZAR UMA LOJA

Com todas as restrições que a pandemia trouxe ao comércio de todo país, a retomada no ritmo de vendas passa por muitos aspectos – desde o poder de compra da população até as oportunidades e atratividades que cada ponto de venda venha a oferecer.

Para o setor de materiais de construção, a pandemia acabou por aquecer as vendas – a relação das pessoas com a casa acabou mudando. Ficar em casa permitiu olhar com mais atenção para as reformas que estavam sendo adiadas ou apressar uma melhoria em função de precisar aumentar o conforto, criar um ambiente para home office e outras necessidades.

Com tudo isso, esse é um nicho que vem apostando em consolidar os novos clientes e fidelizar os que já visitavam as lojas de materiais de construção ocasionalmente. Para tanto, a melhoria dos espaços internos, melhor disposição de produtos, comunicação dirigida de forma a facilitar o fluxo de todos no interior da loja, vitrines mais atraentes - muitas são as iniciativas que podem colaborar para incrementar as vendas. Fazer esse movimento exige tempo e investimento. Mas nem sempre os valores são na margem imaginada pelo lojista. Com a orientação certa é possível modernizar um comércio sem os gastos não previstos com prazos não cumpridos, desperdícios de material. Para tudo isso, a chave é um bom gerenciamento da obra.



EXPERIÊNCIA

Os arquitetos Margaret Candossim e Celso Cabana acumulam experiência em diversos segmentos do varejo, de norte a sul do País. Pioneiros em desenvolver projetos de arquitetura para o segmento comercial, seus fundadores são responsáveis pelo conceito de loja showroom e padronização de home centers no Brasil.

São quase 25 anos de projetos de arquitetura, projeto civil e gestão de obras, além de gerenciamento de categorias para orientação exposição, comunicação visual, entre outros. Para cada cliente e cada demanda, o escritório segue um fluxo de atividades alinhado ao que se requer.

A Candossim e Cabana tem obras entregues em todo pais - Rio Branco (Acre), Teresina (Piauí), Tocantins, Brasília, Cascável, Curitiba, Chapecó, Rio de Janeiro, Belo Horizonte, Roraima e outros.

No portfólio, home centers, lojas de materiais de construção de pequeno e médio portes, chocolateria, lojas de presentes, agências de turismo, escritórios e outros.

A gestão de uma obra envolve comprometimento com todas as etapas de um empreendimento, do projeto arquitetônico ao luminotécnico, da elaboração de um cronograma funcional à integração das equipes, gestão de crises e alinhamento de imprevistos até entrega da loja limpa e organizada, totalmente pronta para a inauguração. “Com quase 30 anos de atuação em projetos de grande complexidade, temos profissionais e expertise para entender cada nuance que permeia uma construção desse porte e podemos agir de forma preventiva e assertiva

em cada momento, evitando estresse, atrasos e prejuízos para os clientes", enfatiza Celso Cabana.

VANTAGENS DA GESTÃO DE OBRAS

- Acompanhamento full time do projeto desde sua concepção arquitetônica até a entrega final;
- Interação das diferentes forças de trabalho, alinhados aos cronogramas de cada etapa
- acompanhamento de materiais, entregas - o que evita desperdídio de produtos, tempo e retrabalho
- acompanhamento de toda rede envolvida. Em projetos maiores, isso pode representar a interface com dezenas de indústrias, arquitetos de cada indústria. Como foi o gerenciamento da obra da L'espace, no final de 2020, por exemplo.

TRABALHO DE PESO

Um dos projetos mais desafiadores da Candossim e Cabana foi a L'espace AD. A loja é uma novidade da bandeira do Grupo ADEO (França), nome ligado fortemente ao varejo em vários segmentos. "Isso envolveu a coordenação de múltiplas equipes, definição e alinhamento contínuo de cronograma, acompanhamento de todas as etapas, entregas, processos e instalações, com presença de equipe permanente na obra", explica Danilo Marques, gestor desse projeto pela Candossim e Cabana.

A loja L'espace AD tem uma proposta totalmente inovadora, voltada a conectar pessoas, ideias e espaços. Com áreas para atendimento personalizado, co-working, anfiteatro, showroom de produtos ambientes com móveis personalizados e café bistrô. "Arquitetos, decoradores e clientes encontrarão o que há de mais moderno e funcional hoje nas áreas de revestimentos, metais, louças, eletrodomésticos e móveis planejados. Tudo exposto de forma inteligente, integrativa e design arrojado", explica Margaret Candossim.

"Trata-se de um espaço contemporâneo, pensado para permitir experiência única aos consumidores e profissionais. Na loja L'espace AD eles poderão encontrar produtos referência do que há de melhor para a casa", destaca Jefferson Tavares diretor de Merchandising.





BRASILUX PREPARA EXPANSÃO

Empresa 100% nacional, a Brasilux é fabricante de tintas, vernizes e resinas e desde sua fundação, há 27 anos, vem crescendo. E nem pretende parar: começou 2021 com um plano de expansão e modernização de suas instalações na cidade de Matão, interior de São Paulo, e processos industriais com o objetivo de se tornar a maior fabricante de tintas do ranking de nacionais do setor – hoje está entre as 5 – em um prazo de até 5 anos. Na nova fábrica a Brasilux se prepara para aumentar, no mínimo, em 5 vezes a produção de tintas imobiliárias e em 4 vezes a produção de tintas industriais com ênfase na tinta em pó eletrostática TGIC free, um produto cuja tecnologia foi desenvolvida pela Brasilux que hoje á única fabricante dessa tinta na América Latina. Para isso já vem se preparando, a partir da mudança do parque fabril que ocupa atualmente em Matão, interior de São Paulo, de 100 mil metros quadrados de área total, 50.000 m2 construídos, onde possui quatro plantas (a Brasilux tem quatro no interior de São Paulo e uma no Paraguai), para uma área de 400 mil metros quadrados, 120.000 m2 de área construída, no Distrito Industrial do município. Pelo menos R$ 100 milhões devem ser investidos nos próximos cinco anos neste projeto. A mudança tem como objetivo melhorar a logística e a produtividade da empresa e obter posterior economia de custos, que pode chegar a 20%. Além disso, a empresa aposta fortemente no desenvolvimento de produtos de alta tecnologia e ecologicamente corretos para essa arrancada que pretende imprimir.

2020

A empresa, que não teve problemas com a pandemia do novo Coronavírus, a não ser nos momentos iniciais, se beneficiou do momento para crescer. “Acreditamos que algumas alterações de comportamento podem ter beneficiado o setor”, afirma a diretora-presidente Kelly Diniz, que divide a liderança da empresa com Caio Panegossi e Rui Pontes. Segundo ela, as medidas de proteção por parte da população, que incluem trabalhar em home office, estudar online e evitar aglomerações, estão gerando uma inversão de hábitos. As características das moradias estão mudando. As pessoas estão buscando espaços maiores para viver e com isso está havendo um aumento das reformas e construções, com mais conforto e para atividades dentro de casa, como refeições, escritório e lugar para ginastica, dentre outros”. Segundo Kelly, uma vantagem da empresa nesse perí-





Fixação por Qualidade

A Adelbras é cada vez mais reconhecida e já está entre as marcas mais lembradas do segmento de construção.

Esse é o resultado da nossa dedicação, foco e fixação por sempre oferecer o melhor serviço e as melhores soluções em fitas e produtos adesivos.

TOP OF MIND
Revenda Construção



A marca de fitas adesivas que mais cresce no segmento da construção

sac@adelbras.com
visite **www.adelbras.com**

Nossas Redes Sociais
/adelbras
/adelbrasfitasadesivas
/company/adelbras

adelbras®
Fixação por qualidade

odo foi ser considerada setor essencial pelo governo e também o fato de atuar em vários segmentos: industrial, imobiliário, automotivo e moveleiro. A executiva explica que dentro da empresa houve um equilíbrio natural de desempenho entre as linhas de produtos e uma migração para os segmentos mais aquecidos. “A construção civil está com muita demanda, assim como os segmentos agrícola e rodoviário, mercado em que temos uma participação importante. Assim, a queda inicial foi compensada ao longo dos meses e, ao final, acabamos crescendo como um todo”. Em 2020, abril foi o mês de maior impacto. Em maio o faturamento ficou dentro do previsto e junho e julho as vendas superaram os respectivos meses do ano anterior.

2021

“A tecnologia, inovação e produtos ecologicamente corretos foram sempre prioridades para a Brasilux”, como ressalta a diretora-presidente Kelly Diniz. As tintas mais bem elaboradas exigem muita tecnologia e a Brasilux desenvolveu, dentre outras, uma linha de tinta em pó eletrostática, a partir de uma resina de grande eficiência no processo produtivo, inédito no mercado sul-americano. “Foi um desenvolvimento pioneiro na América do Sul e livre de uma substância considerada tóxica (TGIC), tecnologia já utilizada na Europa há mais de 15 anos”.

A empresa também foi pioneira no País ao lançar uma tinta imobiliária que cobre com uma única demão e também foi uma das primeiras a lançar esmalte à base de água. A ideia básica da Brasilux é centralizar, no Distrito Industrial de Matão, todas as atividades atuais em uma só planta. Isso inclui trazer a fábrica de resina para mais perto das fábricas de tintas e trazer também para perto a Dissoltex (fábrica de tinta em pó e produtos para tratamento de couro), situada em São Carlos (SP). “O projeto está em andamento e estamos em conversações com o poder público para que as obras tenham início no primeiro semestre de 2021. “Já demos o start, mas será uma mudança gradual: vamos começar pela área de logística e produção de produtos base água, passando para



o novo espaço de forma organizada", diz a executiva. As mudanças a serem implementadas na planta serão acompanhadas de incremento na modernização, 100% automatizada. A empresa já está implantando, por exemplo, vários RPAs, robozinhos virtuais de inteligência artificial, para auxiliar o trabalho nas fábricas e na área administrativa. "Acompanhamos de perto toda a evolução tecnológica".

RESPONSABILIDADE SOCIAL

Houve espaço até para praticar uma nova ação de responsabilidade social, uma das diretrizes da Brasilux. A empresa lançou a campanha Verde Esperança, voltada para a área social, com o intuito de arrecadar fundos para o Hospital de Amor, mais conhecido como Hospital do Câncer de Barretos, no interior paulista, uma referência nacional e internacional no tratamento do câncer e atende gratuitamente a população da região e de outros pontos do País, utilizando tecnologia de ponta. A campanha, que não tem data para acabar, consiste em reverter para a instituição parte da venda de cada lata ou galão de todos os tons de verde da linha VERDE ESPERANÇA, acrílico Premium (tinta imobiliária), em uma iniciativa inédita no setor de tintas. Uma grande campanha nacional foi desenvolvida, abrangendo desde ações nos pontos de venda até em outdoors, placas de estrada, busdoors, spot de rádio, redes sociais e presença na televisão. O hospital receberá bimestralmente o resultado da venda gerada.

A expectativa da empresa com essa campanha, em termos de marketing, é massificar sua imagem e tornar-se ainda mais conhecida nacionalmente, ao mesmo tempo em que ajuda aqueles que precisam. "Nós tivemos um contato anterior com o Hospital, em 2019, quando destinamos uma parcela das vendas para a campanha Outubro Rosa e novembro Azul. Mas agora teremos uma ação mais duradoura; queremos fazer a diferença", afirma Kelly Diniz.

LANÇAMENTO

Um dos lançamentos do ano foi a tinta térmica elastomérica, que reduz significativamente a absorção dos raios solares nos locais onde é aplicada atuando como barreira e reflexão solar. Ideal para quem busca regular a temperatura interna dos ambientes, a alta tecnologia aplicada ao produto proporciona economia com sustentabilidade reduzindo em até 40% a temperatura do ambiente e a necessidade de consumo de energia com ar-condicionado ao longo da vida útil de uma construção. Além disso, a tinta Comfortherm protege contra a corrosão, é resistente ao ozônio, chuva ácida, impacto, salinidade, fungos e bactérias. De fácil aplicação e disponível na cor branca, o produto, que já vem pronto para uso, é indicado para pintura protetiva de telhados, paredes, containers e instalações residenciais, industriais e comerciais em geral.



A Comfortherm pode ser encontrada, em galões de 3,6 e 18 kg, nas lojas de materiais de construção e nos pontos de venda da Brasilux em todo o Brasil. A novidade está sendo divulgada pela garota-propaganda da Brasilux, a apresentadora Renata Fan, no programa Jogo Aberto, da TV Bandeirantes e nas redes sociais da empresa.

HISTÓRIA DE SUCESSO

Desde sua fundação, a história da Brasilux foi pautada por um crescimento constante, mesmo em períodos de crise. As primeiras atividades e linhas de produção começaram em Matão, em 1993, com a produção de esmalte sintético industrial. Com a necessidade de expansão, os sócios construíram o centro de distribuição em Guarulhos, adquiriram a Dissoltex em São Carlos e iniciaram atividades no Paraguai, onde possuem uma fábrica de tintas e complementos imobiliários, que produz e distribui para o mercado interno. As linhas de produtos imobiliários, automotivos, industriais e moveleiro são comercializadas em todo o Brasil, em toda a América Latina e em alguns países africanos, a partir da fábrica de Matão.

A IMPORTÂNCIA DA IMPERMEABILIZAÇÃO

O Movimento Construção Saudável é uma ação de cidadania que conta com o apoio inicial de empresas fabricantes de impermeabilizantes. Este movimento foi criado pelas empresas referência em impermeabilização Mactra, Sika, Vedacit e Viapol para unir lojas de material de construção, home centers, balconistas, engenheiros, profissionais da impermeabilização, médicos e demais agentes da sociedade preocupados com os malefícios da umidade, do mofo, do bolor que afetam as construções e a saúde das pessoas que vivem e trabalham nelas.

"Fazemos isso porque estamos conscientes das consequências nocivas da presença destes agentes derivados da umidade e das infiltrações, problema que afeta principalmente as crianças, gerando doenças respiratórias e outros males, e que contribuem para deterioração das construções, colocando em risco seus usuários. Por esta razão, devemos agir para mobilizar aqueles que estão próximos ao problema e podem ajudar a combater esses males criando este movimento aberto a participação de todos que possam ajudar na conscientização e na mobilização pela correta impermeabilização das construções", diz a presidente Fabíola Vasconcellos Cecon.



Fabíola tem extensa experiência no segmento. Há mais de 20 anos na Mactra, foi dela a ideia de criar um movimento em prol da conscientização sobre a importância da saúde das construções e daqueles que vivem nelas. Em uma ação inédita, Fabíola reuniu os representantes de grandes empresas do segmento de impermeabilização – Sika, Vedacit e Viapol – para juntos criarem o Movimento Construção Saudável e, agora, convidam outras empresas do setor para se unirem nessa causa.

No final do ano, foi anunciado o professor doutor Júlio Cesar Barbosa como novo diretor executivo do Movimento Construção Saudável. O profissional assume a diretoria executiva, criada para gerar estratégias para ampliar a percepção da causa, fazer novas conexões e consolidar a marca como uma organização que trabalha em benefício do bem comum

ESTUDOS

O Brasil tem 16 milhões de moradias inadequadas, segundo estudo da Fundação João Pinheiro (2015). Estima-se que 80% dos imóveis no país apresentam problemas relacionados a umidade e infiltração. No Brasil, segundo a OMS (Organização Mundial da Saúde), 30% da população possui algum tipo de alergia. A rinite alérgica é uma das mais altas do mundo, com 25% de prevalência. Entre os cuidados para evitar as crises está combater o mofo e a umidade, onde os fungos se encontram.

Para conscientizar as pessoas sobre a importância da impermeabilização correta não só para o imóvel, mas para a vida da família. Este é o grande desafio da Construção Saudável.



O Manifesto está disponível na íntegra no site: construcaosaudavel.org/manifesto

O movimento é pioneiro, pois é pela primeira vez que grandes empresas do segmento de impermeabilização atuam em conjunto em prol da saúde dos consumidores. Ambientes com problemas de umidade e infiltração impacta diretamente na saúde dos moradores, aumentando os índices de doenças respiratórias. Conscientes desse impacto na vida da população e de que grande parte espera o problema aparecer ao invés de prevenir, as empresas se unem no Movimento para promover ações para mudar essa realidade.

"Vamos efetivar alianças estratégicas com parceiros éticos e sérios que tenham propósitos iguais aos nossos, na defesa do bem comum. Por isso, o Movimento está aberto a novos membros da sociedade civil, para que juntos possamos melhorar a qualidade de vida em todo o país", afirma Fabíola Vasconcellos Cecon, presidente do Movimento Construção Saudável.

As empresas interessadas em se associar podem entrar em contato pelo e-mail contato@construcaosaudavel.org e solicitar a ficha de filiação. Os benefícios incluem a capacitação das equipes gestoras sobre o tema, prioridade na participação em projetos, eventos e comitês técnicos, descontos especiais em cursos, seminários e workshops realizados por parceiros e promovidos pela Associação, base de conhecimento compartilhada, incluindo o resultado de pesquisas, e prioridade para ministrar cursos em nome do Movimento.

"Como Associação pioneira na conscientização sobre a importância, o valor e os benefícios da boa impermeabilização para a vida humana, assumimos um grande compromisso com a sociedade brasileira: o de propiciar qualidade de vida pela adoção de conceitos fundamentais ao conhecimento e à prática da impermeabilização como fator de melhoria da saúde. Temos como missão promover o desenvolvimento de programas e projetos que propiciem a redução dos malefícios causados pela umidade e patologias em geral e, assim, contribuir para a melhoria da saúde da população, conscientizando sobre a importância da segurança das construções e da saúde das pessoas que vivem e trabalham nelas", reforça Fabíola.

Criada em 2019, a iniciativa discute os benefícios de impermeabilizar de forma correta e as consequências que o processo traz para a saúde das pessoas. O Movimento promove ações em eventos, revendas, home centers e demais pontos de venda.

MANIFESTO

O Dia da Impermeabilização, ,em 11 de novembro, foi criado pelo Movimento Construção Saudável, e promove uma reflexão sobre a importância da saúde das construções e daqueles que vivem nelas. Além das ações de conscientização online, o Movimento apresenta o Manifesto pela Saúde. O objetivo é que em 2021 a data seja oficializada no calendário nacional por projeto de lei.

O Manifesto da Construção Saudável pela Saúde fala sobre a importância de pilares como conhecimento, conscientização, mobilização e prática, necessários para melhorar a qualidade de vida dos brasileiros. O document enfatiza a importância da prática da impermeabilização como fator de melhoria da saúde e reforça o compromisso de atuação do Movimento para mobilizar a sociedade e colocar esse discurso em prática.

O CORINGA



O drywall chegou tímido no país há pouco mais de 20 anos e hoje vem se tornando a melhor opção para construções e reformas. Sucesso nos Estados Unidos e Europa, a parede seca, como também é conhecida, ajuda a deixar a casa bonita e moderna com mais rapidez, menor custo e baixa geração de resíduos.

Drywall é um termo frequentemente usado em projetos de construção e reforma e corresponde a uma placa com miolo de gesso encapada por papel cartão dos dois lados. Tem inúmeras funções, mas as principais são para fazer forro e divisórias de ambientes, além de nivelar paredes.

As placas de drywall são instaladas por meio de chapas e perfis de aço, chamadas montante, que podem ter diferentes espessuras e são cortadas no tamanho desejado para o projeto. Elas são fixadas de forma simples com parafusos: de um lado só como no forro, por exemplo, ou duplo, como em uma parede. Neste caso, por dentro delas, é possível fazer preenchimento com lã para melhorar o isolamento acústico, montar todo um sistema hidráulico e também elétrico.

Há três tipos básicos de drywall: verde, direcionados para áreas úmidas como banheiros, cozinhas e áreas de serviço; rosa, mais resistente ao fogo por conter fibra de vidro em sua composição, ideal para ficar próximo ao forno ou fogão, e branco, para ambientes secos/forro e a mais utilizada nas obras. Cada tipo de chapa possui um preço específico.

Além de o seu uso gerar mais economia na obra – uma vez que requer menos tempo para instalação, é mais leve para ser transportado e gera menos entulho -, o drywall é uma solução que não é praticamente definitiva como uma parede de alvenaria. É uma opção rápida e mais barata que as tradicionais paredes de tijolo.

Apesar de o drywall ser um material bastante resistente – atualmente, há apartamentos montados exclusivamente com este tipo de material – é preciso ter alguns cuidados na hora de pendurar ou fixar objetos em sua extensão. Objetos com até 10 quilos podem ser presos diretamente na chapa, por meio de buchas e parafusos específicos – o buraco pode ser feito até com chave de fenda. Entre 10 kg e 18 kg, é preciso recorrer aos perfis internos de aço, com uma furadeira. Acima deste valor, é necessário usar um reforço de madeira ou aço que vai na parte interna. Para

Há 65 anos no Brasil em alta velocidade.



1º Lugar em trena, 4º Lugar em instrumentos de medição a laser e 4º Lugar em óleo desengripante anticorrosivo.

Pela 6ª vez consecutiva, vencemos o Prêmio Top Of Mind oferecido pela Revista Revenda, categoria Trenas. Agradecemos a confiança dos nossos consumidores e reafirmamos nosso compromisso com a máxima precisão, qualidade e inovação.

ww.starrett.company



se ter uma ideia, até vasos sanitários suspensos podem ser presos na superfície do gesso, desde que haja uma estrutura que o suporte na parte de dentro do drywall.
Para evitar fissuras no encontro das chapas, já que, normalmente, sobre elas vai uma camada de massa, posteriormente lixada e pintada (já há disponível no mercado, no entanto, chapas prontas com revestimento), aplica-se um tipo de gaze adesiva, que dá mais flexibilidade às pranchas. Se for necessária uma manutenção, é preciso recorrer à mão de obra especializada, pois em alguns casos, é necessário recortar a parte danificada e colocar uma novo pedaço de chapa.

DRYWALL NA DECORAÇÃO

"Em tempos de crise, todos querem gastar pouco, então, a melhor opção é investir no drywall na reforma do imóvel, principalmente se o objetivo é a venda. Alguns pequenos reparos podem valorizar o imóvel, como o rebaixamento do teto, que pode ser combinado com projetos de iluminação, deixando o ambiente mais agradável. O revestimento das paredes com chapas drywall também é uma ótima opção, pois melhora o conforto térmico e acústico, além de facilitar a correção de paredes irregulares e eliminar as etapas de chapisco, emboço e reboco", explica Eduardo Carneiro, responsável pela área técnica da Gypsum.
A Gypsum oferece soluções construtivas a seco para interiores e exteriores, além de sistemas de proteção passiva contra o fogo. Além disso, atende aos desempenhos especificados pelas normas brasileiras e legislações vigentes que definem as regras para construção civil. A empresa também possui uma rede nacional de distribuidores e montadores autorizados e oferece treinamentos para profissionais de obras e projetos.
A Gypsum é uma empresa do Grupo Etex que atua desde 1995 no mercado brasileiro e é referência de tecnologia e qualidade em sistemas drywall. Com duas fábricas em Pernambuco (Petrolina e Araripina), e uma unidade fabril no Rio de Janeiro (Santa Cruz), a empresa possui no país uma ampla rede autorizada de empresas de montagem e distribuidores que oferecem uma gama completa de chapas, perfilados metálicos entre outros.

DRYWALL COLADO OU ESTRUTURADO?

O Drywall é perfeito quando usado como revestimento. Entre as inúmeras vantagens de aplicação das placas de gesso está o melhor desempenho térmico e acústico, além da parte estética. No entanto, na hora de realizar a obra, você pode se deparar com uma dúvida na instalação. Afinal, é possível fixar as placas de maneiras diferentes?
Sim, há. Você pode tanto colar o drywall sobre uma parede já existente com um cola especial como instalá-lo em estruturas de aço galvanizado. A gente explica a diferença. No revestimento colado, você não ocupa o espaço entre a parede e as placas de drywall. Isso torna difícil a aplicação em espaços com grandes variações estruturais. Portanto, normalmente a opção por esse tipo de revestimento é feita por quem deseja abandonar a antiga decoração, como no caso de paredes texturizadas. Em vez de gastar muito em manutenção contínua, mais fácil colar um belo revestimento em drywall. Já o revestimento estruturado envolve uma complexidade de obra maior. Uma estrutura em aço galvanizado é montada junto à parede de alvenaria e, sobre esta estrutura, as placas de drywall são fixadas. O espaço entre as placas e a parede é o segredo do negócio, pois ali é possível posicionar a lã de vidro que realizará um excelente trabalho de isolamento térmico e acústico. Como você pode ver, cada tipo de revestimento é usado para uma aplicação específica. Consulte um profissional qualificado para descobrir qual é o melhor para a sua obra.

O segredo da nossa **parceria:**

- Mix completo
- Preço justo
- Entrega rápida
- Produtos bem expostos
- Vendedores treinados
- Qualidade e garantia
- Venda lucrativa
- Consumidor satisfeito

Você só precisa lembrar de nós e deixar o restante com a gente!

cozimax.com.br/parceria

Descubra como ter essas **vantagens** em sua loja!

TOP OF MIND 2020/2021 TOP 10 REVENDA CONSTRUÇÃO

Cozinhas | Banheiros | Lavanderias | Nichos | Cubas

Obrigado por lembrar de nós.

2º LUGAR ARMÁRIO PARA **COZINHA**

3º LUGAR ARMÁRIO PARA **BANHEIRO**

cozimax

STARRETT COMPLETA 65 ANOS DE BRASIL E VAI INVESTIR



Ao completar 65 anos da chegada da empresa no Brasil, a Starrett anuncia investimentos de cerca de R$ 45 milhões para a ampliação da fábrica de Itu (SP) e comemora um dos melhores anos da empresa no País, com recorde em vendas.

Com o investimento, a empresa unificará a linha de produção e fabricação mundial de serras copo, serras de fita bimetálicas e serras de fita de carbono (DFB) no Brasil, e já ampliou seu quadro de funcionários em 31%, gerando mais de 160 novos empregos diretos e indiretos, no último ano.

Segundo o presidente da Starrett no Brasil, Christian Arntsen, a operação faz parte de uma estratégia mundial da empresa para tornar a marca ainda mais competitiva globalmente, optando por investir no Brasil e tornando a fábrica no País a responsável por fornecer diretamente toda a linha de serras para os Centros de Distribuição espalhados pelo mundo.

"A intenção da empresa é continuar investindo em P&D no Brasil para prosseguir no desenvolvimento de tecnologia de última geração. Isso é reflexo do excelente trabalho da equipe da Starrett no Brasil, que deu segurança ao Conselho de Administração da companhia para fazer tamanho investimento e concentrar toda a produção de serras na unidade de Itu, o que está gerando um aumento de mais 30% da nossa mão de obra", comenta Arntsen.

Em 2020, a empresa registrou o seu melhor ano no Brasil, mesmo no cenário de pandemia, fechando o período com 22% de aumento nas vendas, se comparado a 2019. A previsão é de que 2021 será ainda melhor diante do desempenho no primeiro trimestre, que teve um aumento das vendas 60% maior se comparado com o mesmo período no ano passado.

"O resultado desse último ano foi melhor do que o esperado, com números muito bons, um recorde na história da Starrett no Brasil. Estamos muito otimistas que com essa ampliação poderemos crescer ainda mais e continuar desenvolvendo a nossa marca. Esse resultado só foi

possível devido à dedicação e ao empenho da nossa equipe", afirma Arntsen.

65 ANOS DE HISTÓRIA NO BRASIL

Fundada em 1878 por Laroy S. Starrett, nos Estados Unidos, criador do esquadro combinado, uma das invenções mais práticas e versáteis em ferramentas de medição, a Starrett iniciou sua operação no Brasil em 1956, com a construção da primeira fábrica em São Paulo. "Em 1973, a empresa desenvolveu um plano de expansão e as instalações da capital paulista não comportavam mais o crescimento esperado. Em 1974, teve início a construção da planta no interior de São Paulo e, no dia 20 de novembro de 1975, uma nova etapa da empresa foi concluída com a transferência da área industrial e administrativa para a cidade de Itu (SP), onde estamos até hoje", conta o presidente da Starrett no Brasil.

Com a vinda para o interior paulista, a empresa cresceu em todos os setores, expandindo suas vendas para o mercado externo, com início na América Latina, depois África, Austrália e Espanha.

Para Christian, a Starrett é uma empresa de oportunidades. "Nós estamos completando 65 anos no Brasil, em uma Companhia com mais de 140 anos no mundo. Embora ainda fabriquemos o mesmo produto, o esquadro combinado, também buscamos nos reinventar para um futuro de inovação e tecnologia, com mais de cinco mil produtos em nossa linha. Nesse período iniciamos a fabricação das trenas, a linha de produção do aço Bi-metal Unique™, matéria-prima utilizada na fabricação de serras, com tecnologia avançada para o corte de metais e outros materiais, além do lançamento da nossa linha de discos abrasivos. Em breve, poderemos anunciar a chegada de novos produtos, que serão fabricados pela unidade do Brasil. Então, acima de tudo, nós estamos gerando oportunidades, de novos negócios, de novos empregos e de crescimento para quem já está na empresa", finaliza Christian Arntsen.



GRUPO ROCA FAZ PARCERIA



O Grupo Roca fez uma parceria com a Schneider Electric, especializada em transformação digital da gestão de energia e automação, para definir uma nova trajetória para a descarbonização, estabelecendo uma estratégia única e global no grupo todo. O Grupo Roca atua comercialmente em 170 países, possui 85 fábricas e conta com uma equipe integrada de 24 mil profissionais. Por essa razão, a companhia decidiu estabelecer uma política comum na área de sustentabilidade com a ajuda dos novos serviços de consultoria de mudanças climáticas da Schneider Electric.

A colaboração entre os dois parceiros se consiste em três fases. Na primeira, o Grupo Roca definirá juntamente com a Schneider Electric sua visão em relação ao processo de descarbonização, sendo que para isso analisará o ambiente e definirá novas metas mais ambiciosas. Durante a segunda fase, a Schneider Electric estudará as fábricas do Grupo Roca para estabelecer compromissos de redução do consumo de energia e as emissões, de implantação de geração de energia sustentável nas fábricas e da compensação para as emissões que não sejam possíveis eliminar. Finalmente, durante a fase de implantação, o Grupo Roca e a Schneider Electric avançarão na digitalização dos processos da empresa e realizarão a sensorização dos diferentes centros de produção para monitorar e otimizar os consumos energéticos com o objetivo de reduzir custos e emissões. Além disso, a Schneider Electric ajudará o Grupo Roca a definir as suas necessidades em descarbonização para que, com seus próprios recursos, possa implementar projetos de redução de emissões e de implementação de energia sustentável.

O Grupo Roca está comprometido com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) das Nações Unidas e trabalha para reduzir a pegada de carbono de sua atividade industrial, impulsionando a redução do consumo de água e inovando continuamente nos processos de produ-

ção realizados em suas fábricas. Os números confirmam o compromisso do Grupo Roca com o meio ambiente. Neste sentido, o grupo reduziu, em 2019, as emissões de dióxido de carbono na ordem de 8% na comparação ao ano anterior. Em 2020, alcançou um indicador de 22% devido aos esforços da empresa e o declínio da atividade no contexto da pandemia.

Em outros aspectos relacionados ao meio ambiente, o consumo de água nas fábricas do grupo foi reduzido em 24% no ano passado e, no que se refere ao projeto Zero Waste (Zero Resíduos), foram gerados 28% menos resíduos, sendo que 71% destes são reutilizáveis em outros processos produtivos. Além disso, os produtos que o Grupo Roca projeta para o espaço do banheiro incorporam tecnologias de última geração para otimizar, tanto o consumo de energia, quanto de água.

"No Grupo Roca, trabalhamos intensamente para otimizar nossos processos de produção, incorporando tecnologias de última geração com o objetivo de reduzir a nossa pegada ambiental, bem como para fornecer à sociedade produtos para o espaço do banheiro que combinem bem-estar e respeito ao meio ambiente. Longe de nos acomodar, queremos continuar avançando nesta estratégia de oferecer a todas as nossas divisões e fábricas uma estrutura comum que nos permita continuar impulsionando a nossa descarbonização", destacou o CEO do Grupo Roca, Albert Magrans.

"Na Schneider Electric, não estamos apenas comprometidos em descarbonizar a nossa cadeia de valor, queremos nos tornar o partner digital em sustentabilidade e eficiência de empresas que lideram a mudança. E o Grupo Roca é uma delas", assegurou Josu Ugarte, presidente da Schneider Electric Ibéria. Neste sentido, Ugarte destacou que "as empresas que incorporam a sustentabilidade em sua estratégia avançam nas exigências legais, atraem mais talentos, têm um melhor acesso ao capital e fortalecem a sua marca e negócios, tornando-os mais atrativos para os múltiplos stakeholders".



EXPORTAÇÕES DO SETOR CERÂMICO TEM RECORDE EM ABRIL



Abril de 2021 registrou o melhor resultado de exportações para o mês em toda a série histórica para a indústria cerâmica brasileira, colocando o país como quarto maior exportador do planeta no período. É o que aponta um levantamento de Inteligência de Mercado da Associação Nacional de Fabricantes de Cerâmica para Revestimentos, Louças Sanitárias e Congêneres (Anfacer), que representa as empresas do setor.

No mês, as vendas para o exterior cresceram 90% em receita (US$) e 104% no volume (m²) em relação ao mesmo período de 2020. Já no acumulado de janeiro a abril de 2021, o crescimento foi de 45% na receita e de 48% no volume em relação ao mesmo período do ano anterior.

Na comparação com março de 2021, os dados também vieram positivos, com crescimentos de 24% tanto em receita quanto em volume.

"Abril de 2020 foi o auge da pandemia no Brasil, quando a atividade do setor praticamente parou", informa Alais Coluchi, Consultora de Relações Internacionais da Anfacer. A executiva explica que, passado esse momento mais crítico, paulatinamente, tanto a produção quanto as vendas se recuperaram. Em junho do ano passado, ambos indicadores alcançaram patamares semelhantes aos observados antes do início da crise sanitária.

No entanto, quando se olha para as exportações, a trajetória da curva tem se sido ascendente, com uma possível aceleração a partir de março deste ano. Segundo a executiva, o que explica o avanço nas vendas para o exterior é a adoção de uma agenda inovadora, sustentável e que coloca as exportações como uma das prioridades do setor, mesmo com o mercado interno aquecido em pela pandemia.

"O Brasil já é hoje um dos principais protagonistas mundiais no mercado de revestimentos cerâmicos, sendo o terceiro maior produtor mundial, o segundo maior mercado consumidor e o sexto no ranking das exportações, com vendas para mais de 110 países", resume a executiva.

Os números registrados em abril, que já colocaram o país como quarto maior exportador de revestimentos cerâmicos no mês, marcam um movimento que começou antes da pandemia. "As indústrias do setor tem investido em qualidade, design e inteligência de mercado e têm competência, tecnologia e expertise para saltar algumas posições e se consolidar como terceiro maior exportador mundial", diz Alais.

Em grande parte, o que se observa é o crescimento em mercados em que a indústria cerâmica brasileira atuava pouco, como no caso do Chile e da Colômbia, países para os quais as exportações brasileiras melhoraram bastante, assim como a consolidação no mercado americano, para onde o Brasil já é o sexto maior exportador. "Crescemos e continuaremos crescendo nestes e em outros mercados, seja na América do Sul, Caribe, mas também na África e nos países Árabes, onde trabalhamos pela abertura de novos mercados", completa.

ABRAMAT

A Associação Brasileira da Indústria de Materiais de Construção divulgou a nova edição do Índice ABRAMAT, pesquisa elaborada pela FGV com os dados projetados do faturamento do setor em maio. O destaque da edição é o crescimento de 35,8% no faturamento da indústria de materiais de construção em relação a maio de 2020, quando o país ainda enfrentava os primeiros reflexos da pandemia e a produção industrial sentia os seus impactos. A comparação entre os resultados de maio de 2021 ante abril de 2021 indicou queda de 0,5% no faturamento do segmento.

A nova edição da pesquisa também aponta os dados consolidados de abril de 2021. No período, a indústria de materiais de construção teve faturamento 66,4% maior que o observado em abril de 2020. Com o resultado consolidado,

o crescimento acumulado no ano pelo setor atingiu a marca de 27,1% na comparação com o mesmo período de 2020. A atual edição do Índice também sinaliza que a previsão para 2021 foi mantida. A expectativa é que haja crescimento de 4% no faturamento total deflacionado dos materiais de construção em relação ao ano passado. "Os meses de março, abril e maio do ano passado foram os de maior impacto da pandemia sobre a produção industrial, sendo assim a magnitude dos resultados apresentados nesse trimestre se justifica pela base de comparação excepcionalmente reprimida desse mesmo período em 2020. A tendência é que esse viés se amenize nas próximas edições do nosso indicador, nos permitindo mensurar de forma mais precisa o desempenho do setor até aqui e, posteriormente, revisar ou não nossa expectativa para o encerramento de 2021. Feita essa ressalva, o resultado positivo de maio de 2021 é um indício de que muito provavelmente a indústria de materiais de construção chegará a um crescimento significativo este ano, podendo até superar a estimativa inicial de 4% feita em janeiro. Importante reiterar que o setor depende de muitas externalidades para o seu crescimento sustentável. Como exemplos, destacamos a aceleração da tramitação no Congresso das pautas de reformas estruturantes, de redução do Custo Brasil e de simplificação do ambiente de negócios; a busca conjunta por todos os elos da cadeia da construção de medidas e ações que possam ajudar na redução de custos das matérias-primas, a efetiva retomada das obras de infraestrutura, além da necessidade de intensificar o ritmo da vacinação em todo país", explica Rodrigo Navarro.

INCC REGISTRA ALTA

A pandemia do novo coronavírus afetou diretamente o setor da construção civil, que vem sofrendo com a alta generalizada de preços, é o que revela o Índice Nacional da Construção Civil (Sinapi), divulgado pelo IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística), que subiu 1,87% em abril, diante de março, e já soma alta de 16,31% no acumulado em 12 meses. O custo nacional da construção por metro quadrado, que em março havia chegado em R$ 1.338,35, subiu para R$ 1.363,41 em abril, dos quais R$ 789,10 são relativos aos materiais e R$ 574,31 à mão de obra.





Esse aumento dos preços é decorrente do aumento da taxa de inflação de março deste ano, calculada em 2%. Dentre os principais fatores que desencadearam o aumento dos custos dos materiais de construção estão a escassez de matéria-prima, aumento de demanda, fretes marítimos nas máximas históricas e alta do dólar.

"A indústria em geral se contraiu significativamente devido à parada dos fabricantes durante a pandemia, o que gerou um forte impacto na linha de produção que, juntamente às oscilações constantes do dólar, que sempre esteve acima dos cinco reais, gerou um aumento do preço a médio prazo. No caso do aumento dos fretes marítimos, ocorreu em função da redução da oferta e do aumento constante da demanda, que atingiu diretamente o custo dos materiais de construção" - destaca Flávio Paiva, CEO da IPC Brasil - empresa líder no mercado de conexões de ferro maleável.

O expressivo aumento nos custos dos materiais de construção exerce um efeito contracionista não apenas no setor, mas na economia nacional. Os novos investimentos imobiliários podem ser postergados, contribuindo para uma menor geração de emprego e renda e, com isso, fragilizando ainda mais o mercado de trabalho do país, por exemplo.

"O setor de construção civil é um dos segmentos que mais gera empregos no Brasil. Somente em 2020, havia mais de 106 mil novas vagas. Por esse motivo, esse problema de aumentos exagerados nos custos do setor é tão sério" - complementa Paiva.



SERRALHEIRO: SAIBA COMO TORNAR O TRABALHO MAIS SEGURO E EFICIENTE



Você sabia que serralheiro é uma das profissões mais antigas do mundo? O uso dos metais na sociedade começou há mais de 10 mil anos e vem se modernizando cada vez mais. Responsáveis por trabalhos na arquitetura, indústria, automotivos e até mesmo em obras de arte, além de serem responsáveis pela confecção, reparo e instalação de peças em chapas de metal, como zinco, latão, alumínio, cobre, aço, ferro galvanizado e estanho e trabalharem na fabricação de esquadrias, portas, grades e vitrais, o serralheiro necessita de segurança e comodidade no seu dia a dia para executar um trabalho com excelência.

É importante fazermos a seguinte reflexão: para que esses profissionais realizem seu trabalho é necessário ou não uma combinação de talento, técnica e materiais? Com certeza, sim. Por isso, investir constantemente em capacitação e atualização é de extrema importância. Afinal, novos equipamentos e tecnologias surgem a todo momento e podem aumentar a produtividade e segurança desses profissionais.

Quanto mais conhecimento de diferentes técnicas a serem aplicadas no material, pode-se desenvolver o projeto e gabarito mais adequado e, assim, escolher as melhores ferramentas. Dessa forma, o profissional ganha tempo e qualidade no serviço e acabamento, já que cada produto se destina a uma diferente ação. É muito comum encontrar iniciantes que fazem a utilização inadequada de alguns instrumentos, o que pode danificar o produto, além do risco de acidentes. Outro ponto fundamental para a rotina dos serralheiros é a segurança, com o uso adequado dos equipamentos de proteção individual (EPIs), responsáveis por garantir um dia de trabalho sem lesões.

Na hora de comprar a ferramenta, tenha sempre em mente:

- Qual a finalidade dela?
- Qual a potência da máquina?
- A máquina tem suportes de segurança e pegada ergonômica?

Vale também ressaltar a importância do armazenamento de forma organizada das ferramentas de trabalho, pois mais do que uma medida de segurança, ao evitar que o profissional se machuque com uma tesoura ou ponta de broca, por exemplo, garante o aumento da produtividade ao tornar mais fácil a visualização dos itens. Além disso, a iniciativa garante um aumento da vida útil dos equipamentos, pois evita que as ferramentas tenham contato umas com as outras ou então com água, poeira e detritos que possam danificar o produto. Aqui, é recomentado utilizar caixas para o armazenamento, e mochilas ou caixas com rodízio para o transporte. É interessante também o uso de cintos e coletes que possam auxiliar na hora do serviço, elevando ainda mais o nível de segurança.

O serralheiro é, sem dúvida, uma das profissões mais importantes da sociedade moderna. A evolução arquitetônica da humanidade está intimamente ligada ao dia a dia deste incrível profissional. Une talento e técnica, sua habilidade consiste no manuseio de diversas ferramentas para o processo de produção, além da criatividade para transformar, realizar e concretizar seus trabalhos.

A importância dessa profissão está em todos os lugares, basta transitar pelas ruas das cidades, ou interiores de prédios e residências que certamente você encontrará seus trabalhos espalhados por todos os lados.

Joana Kfuri é gerente de marketing da Irwin

DISENSA INVESTE EM SOLUÇÕES FINANCEIRAS PARA ALAVANCAR O **CRESCIMENTO DOS FRANQUEADOS**



Maior rede de franquias da América Latina fecha parcerias para oferecer aos lojistas crédito e diversificar opções de pagamento nas franquias, a fim de atrair mais clientes

A Disensa, maior rede de franquias de material de construção da América Latina, acaba de fechar parceria com a BizCapital, fintech voltada para soluções financeiras para a pequena empresa brasileira. O objetivo é facilitar o acesso de seus franqueados a crédito empresarial de forma simples. Os lojistas podem obter até R$ 200 mil, com pagamento parcelado em até 24 meses e taxas mensais a partir de 1,99%. A iniciativa integra o leque de soluções financeiras que a Disensa disponibiliza, sempre visando apoiar seus franqueados no desenvolvimento de seus negócios.

"Dar suporte aos nossos franqueados e ajudá-los a crescer é nossa missão. Por isso, estamos sempre buscando parcerias, serviços e soluções que impactem positivamente nas vendas, no faturamento, no atendimento ao cliente e na gestão do negócio", afirma Henrique Gutterres, gerente geral da Disensa no Brasil.

O processo para obtenção de crédito com a Biz Capital é 100% online, por meio do portal do franqueado. O serviço está disponível em qualquer dia e horário. Quando aprovado, o crédito entra na conta em até 1 dia útil, o que reforça uma das principais promessas da Biz: senso de urgência para simplificar a vida do cliente. O pagamento é feito por meio de boletos, recebidos por e-mail, mensalmente. Ao acessar o formulário de solicitação, o requisitante indica o valor desejado, preenche os dados de sua empresa e o faturamento mensal. O sistema roda a análise de crédito e clientes pré-aprova-

dos seguem para a tela de oferta, onde é possível alterar o valor solicitado e o prazo, além de conferir o valor de cada parcela, assim como taxa e outros encargos. Depois, o interessado envia a documentação e assina o contrato digital.

Essa é apenas uma das soluções financeiras oferecidas aos franqueados da Disensa. A primeira firmada com esse foco foi com o PagSeguro, empresa que oferece meios de pagamento online, por crédito, débito e via link. Desde janeiro de 2020, são disponibilizadas aos lojistas da rede as melhores tarifas do mercado, reduzindo os custos de aquisição das máquinas, que têm mensalidade grátis. Hoje, 100% dos franqueados utilizam o serviço.

Em agosto de 2020, uma parceria com a financeira Afinz permitiu à Disensa lançar seu próprio cartão, seguindo a tendência da rede na América Latina. A iniciativa foi um sucesso e já foram emitidos mais de 5 mil cartões. Em apenas nove meses, 94% da rede utiliza o serviço. Os lojistas que passaram a fazer uso do cartão aumentaram em até 100% suas vendas e o faturamento ultrapassa R$ 6 milhões. A operação com cartões do Brasil já se tornou a maior da rede. O cartão pode ser feito nas unidades da Disensa, com aprovação e compra imediata, e o parcelamento da fatura em até 12 vezes sem juros ou em até 24 vezes, com juros e parcelas fixas.

"Essas iniciativas foram fundamentais para que nossa rede continuasse crescendo, mesmo diante de um momento difícil, por causa da pandemia de Covid-19. O ticket médio dos franqueados que aderiram ao cartão é dez vezes superior à média da rede. Muitas pessoas não têm como pagar à vista, mas podem parcelar em até 24 vezes e realizar suas obras. Com isso, ganham os clientes e os lojistas, que aumentam suas vendas", explica Henrique Gutterres.



C&C TEM CRESCIMENTO DE **60% NAS VENDAS E MAIO**



Rede espera que junho apresente um desempenho tão forte quanto o mês anterior devido ao investimento da marca em campanhas promocionais e à alta demanda pós-abertura das lojas físicas

C&C EM ALTA – Depois de passar um período de portas fechadas em razão da limitação da circulação da população nas ruas, as lojas físicas da C&C vêm observando um aumento no fluxo de consumidores nestes pontos de venda, motivados pelo retorno das obras e buscas por pequenas reformas. A demanda reprimida dos consumidores que agora querem realizar suas compras fez as vendas da rede crescerem aproximadamente 60% em maio e projetar um crescimento tão forte em junho quanto o mês anterior.

Depois da retomada no meio de abril, o varejo de materiais de construção busca resultados tão expressivos quanto os obtidos no segundo semestre de 2020. O diretor geral da C&C, Marcelo Roffe, acredita que o aumento da demanda, em junho, contará com outro dispositivo de atração viabilizado pela marca: ações promocionais agressivas. "Para apoiarmos os clientes que sentem a necessidade de promover melhorias em seus imóveis, sejam elas de pequeno ou médio portes, estamos nos associando às principais marcas do país para disponibilizarmos ofertas especiais aos nossos consumidores", explica o executivo.

Roffe se refere a um grande Feirão em junho organizado pela rede, momento em que a marca trabalha parcerias e condições diferenciadas junto aos fornecedores de todas as categorias de produtos, nas praças de São Paulo, Rio de Janeiro e Espírito Santo. "É um movimento alinhado entre varejo e indústria, beneficiando o cliente final que ainda está propenso a trabalhar com pequenas reformas", complementa. Tal parceria entre varejo e indústria contará, além das lojas físicas, com ferramentas que tiveram suas importâncias ampliadas durante a pandemia.

"O nosso e-commerce triplicou de tamanho nos últimos 12 meses, e canais de vendas, como televendas, Whatsapp e Drive Thrus em lojas já existiam, mas hoje fazem parte do dia a dia da C&C", ressalta o executivo.

O QUE É BOM, FICOU AINDA MELHOR! LANÇAMENTOS!

RADIAL

RADIAL Desde 1975

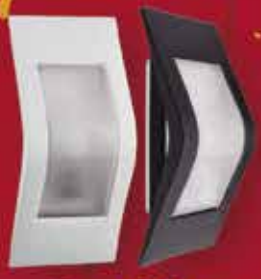
TOP OF MIND Revenda Construção



CONHEÇA NOSSOS PRODUTOS DAS LINHAS :



Arandelas Duna



Arandelas Elegance



Arandelas Clean

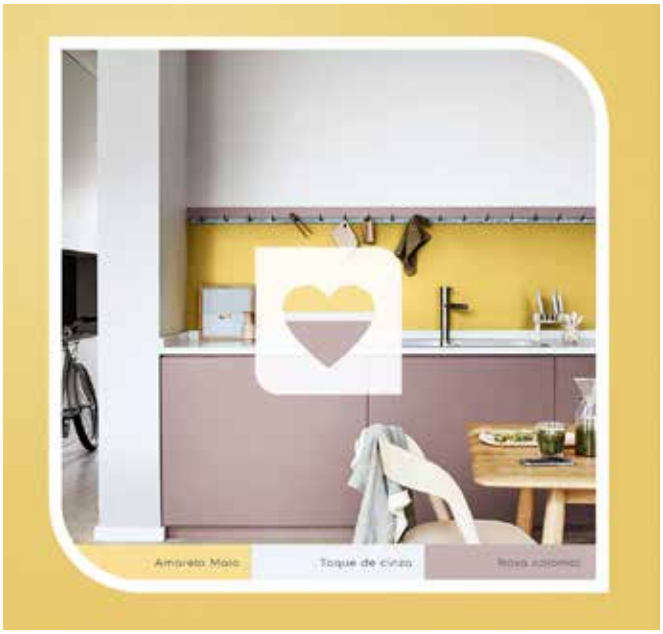


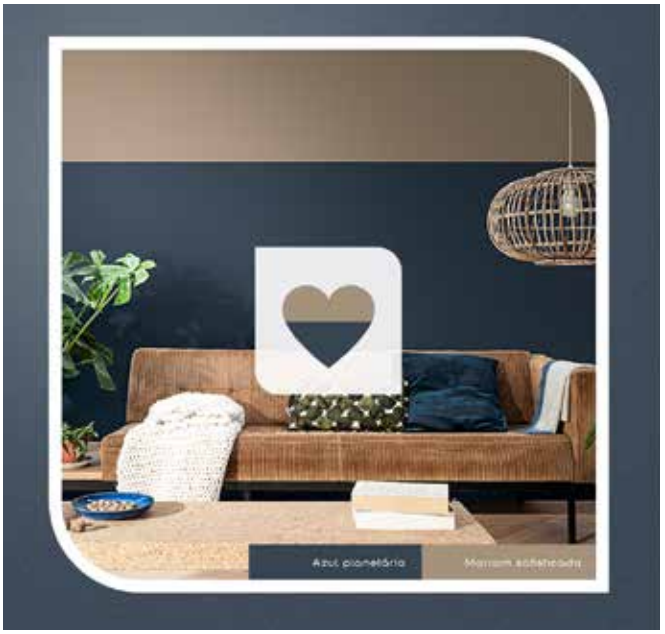
Spots Termoplástico



Plafons

RADIAL.IND





CORAL E **DECORADORNET** FIRMAM PARCERIA POR CONSULTORIA DE DECORAÇÃO DE CORES ONLINE PERSONALIZADA

Nos últimos meses, aspectos de nossas residências que antes nem considerávamos tão relevantes, se tornaram importantes para a convivência e fundamentais para o bem-estar. Com a vida ocorrendo dentro de casa, que também virou local de trabalho, escola, lazer e academia, muitos estão optando por pequenas reformas e melhorias para tornar os espaços mais agradáveis e funcionais. Para ajudar nessa tarefa, a Coral se uniu ao Decoradornet (www.decoradornet.com.br), plataforma de decoração online pioneira no País, com mais de 40 mil projetos desenvolvidos em 10 anos de experiência, para lançar o serviço de consultoria de cores online mais completo, personalizado e com melhor custo-benefício do mercado. Confira o vídeo.

De acordo com dados do Decoradornet, a busca por assistência online para decoração cresceu 53% no período da pandemia entre os meses de Janeiro à Junho de 2020. "A escolha e a combinação de cores estão entre os principais impasses dos consumidores na hora de dar uma repaginada nos ambientes. Ao ficar mais tempo em casa, as pessoas estão com um olhar mais cuidadoso para suas residências e mais dispostas a deixá-las com a sua cara. Queremos facilitar essa empreitada, oferecendo um serviço acessível, prático e rápido para nossos consumidores", conta Fernanda Figueiredo, gerente de Comunicação e Color Design de Tintas Decorativas da AkzoNobel para a América do Sul. "Os serviços de decoração online são financeiramente mais acessíveis e mais competitivos no novo cenário econômico, e cada vez mais as pessoas se sentem confortáveis com a compra de produtos e serviços online", completa.

"Com essa parceria, vamos auxiliar o consumidor que não teria condições e acesso a um projeto nas circunstâncias convencionais, mas que precisa das orientações de um profissional para repaginar o ambiente, levando cor e personalidade para sua casa", explica Priscila Perez, especialista de color design de tintas decorativas da AkzoNobel para a América do Sul. "A Coral está compartilhando com os designers e arquitetos da plataforma todas as informações necessárias sobre cores e produtos para que possam especificar em sua consultoria os que melhor se adequam às necessidades do cliente", completa.

Com 7 mil profissionais cadastrados na plataforma, um diferencial do Decoradornet é proporcionar ao consumidor a escolha do arquiteto ou designer de interior que mais se identificar com o estilo de trabalho, com base em imagens de projetos realizados anteriormente. Por R$ 169,00, o pacote para consultoria de um ambiente inclui chat com profissional e briefing; texto com defesa criativa da consultoria; mural de ideias; paleta de cores; links de móveis, objetos e produtos recomendados; revisão da consultoria (solicitação em até 48 horas) e imagens de referência. Tudo isso com entrega em até oito dias úteis.

Para facilitar, a compra das tintas indicadas também pode ser online, estimulando o comércio local, via site www.lojacoral.com.br, que indica, via geolocalização, as lojas mais próximas do consumidor para atendê-lo. Precisando de um profissional para colocar a mão na massa, mas não conhece ninguém por perto? Em www.paginascoloridas.com.br, a Coral aproxima quem precisa de serviços de pintura e pintores, apontando profissionais que realizaram cursos via Academia Coral.

"Unir as tintas com os artistas é a nossa missão. A parceria da Coral com o Decoradornet é explosiva e o resultado é um show de criatividade. Paredes e tetos nunca mais serão os mesmos e o melhor de tudo é que conseguimos fazer uma super transformação com o melhor custo benefício. Por um mundo mais colorido!", conta Guilherme Ommundsen, CCO do Decoradornet.

SOBRE A AKZONOBEL

A AkzoNobel é apaixonada por pintura. Somos especialistas e temos orgulho de produzir tintas e revestimentos, estabelecendo o padrão em cor e proteção desde 1792. Nosso portfólio de marcas de classe mundial – incluindo Coral, International, Sikkens e Interpon – conta com a confiança dos nossos clientes em todo o mundo. Com sede na Holanda, atuamos em mais de 150 países e empregamos cerca de 33.500 pessoas talentosas que são apaixonadas em entregar os produtos e serviços de alto desempenho que nossos clientes esperam. Para mais informações, acesse www.akzonobel.com. © 2020 Akzo Nobel N.V



SIKA LANÇA PLATAFORMA VIRTUAL

SIKA – Com foco na inovação e sempre tendo o cliente como prioridade, a Sika investe em mais uma ação na área digital. O Sika Guia é uma plataforma focada tanto na parte institucional da empresa, quanto nos produtos. Ele conta com o catálogo completo da marca, auxiliado pela ferramenta de busca, que facilita a busca pelas melhores soluções para cada situação. Também estão disponíveis artigos com as obras de referência, a agenda de Webinars, a plataforma para os cursos digitais e um link para contato direto com um especialista da Sika quando necessário.

"Pensando em como oferecer aos nossos clientes uma boa experiência digital, começamos a estudar o comportamento do mercado e observar as necessidades e oportunidades. Percebemos um caminho significativo de oferecer maneiras de solucionar problemas e fornecer dicas de como construir ou reformar com a Sika, foi assim que surgiu o Sika Guia", conta Cláudia Fernandes, Gerente de Marketing da Sika no Brasil.

As atividades do site são dividas em cinco grupos: Busca/Avaliações (para buscar e avaliar possíveis soluções), Redes e Interação (para participar de eventos, mídias sociais e boletins informativos), Aprendizagem (para desenvolver a aprendizagem através de webinars, EAD e vídeos de tutoriais), Uso de Serviços (para implantar aplicativos e soluções digitais como calculadoras, simuladores de consumo e de cores) e Compras Online (para deixar mais fácil as opções de compras online em todas as páginas e LP da Sika).

Para maior exposição de marca, existe um planejamento de montar um grande acervo com as obras de sucesso da marca, juntamente das suas informações específicas que podem ser referência para outros projetos e estudantes que queiram se aprofundar com casos reais de construção.

CURSOS E WEBINARS

Com objetivo de propagar ainda mais conhecimento para os profissionais do setor e a qualquer outra pessoa interessada nos assuntos entorno da construção civil, a Sika traz os webinars periódicos sobre interessantes temas do segmento. Na plataforma as palestras serão transmitidas ao vivo e depois a gravação ficará disponível para todos assistirem ou reverem o conteúdo.



"Vale lembrar que o site está em constante evolução e busca facilitar a jornada online de nossos clientes. Por isso, além dos webinars, ofereceremos cursos e disponibilizaremos e-books complementares para o melhor aprendizado. Ao final do processo, emitiremos um certificado de conclusão", explica.

DIVULGAÇÃO

Em 2020, a marca montou uma equipe multidisciplinar para melhorar mundialmente a experiência digital de seus clientes. Uma das iniciativas deste projeto é o site Sika Guia. Os responsáveis por sua produção foi a equipe da Sika LATAM.

A companhia contará com o auxílio de e-mails marketings, das redes sociais e do aplicativo Mundo Sika para que seus stakeholders conheçam a nova ferramenta.

"A Sika é a maior indústria de soluções químicas para construção no mundo e está presente em 100 países. Com o Sika Guia podemos compartilhar o que existe de mais moderno e tecnológico para o setor. As equipes da Sika estão unidas para produzir os melhores conteúdos e compartilhar o que existe de mais prático e útil para todos", finaliza Cláudia Fernandes,.



Precisa de uma mãozinha?
Na **Brasfort** você encontra um **Mix** com mais de **2000** produtos.
"Conte com a gente!"

TOP OF MIND
Revenda Construção

BRASFORT

BRASFORT_BRASIL

www.**brasfort**.net.br

GRUPO BRAFT

Suvinil,
eleita a marca **Top Of Mind**
pela Revista Revenda!

Agradecemos a confiança e parceria dos lojistas do Brasil **por elegerem a Suvinil como a marca mais lembrada do mercado.**





1° lugar nas categorias:

Tinta Esmalte · Tinta para Parede Externa · Tinta para Parede Interna · Tinta para Piso · Tinta Spray

2° lugar na categoria Stain



Juntos,
vamos pintar
novas histórias
de sucesso!

Suvinil
suvinil.com.br