NOVA
REVENDA
construção

ED. 370 | JUL 2021 | ANO XXXIII
WWW.GRUPOREVENDA.COM.BR

1 A NÚMERO UM DO SEGMENTO

CADEADOS
PEQUENOS, MAS EFICIENTES



ESPECIAL PINTORES
A DECISÃO É DELES. POR ISSO, TENHA UM BOM RELACIONAMENTO

PESQUISA DE CONCEITO E IMAGEM DO VAREJO
NOSSOS PARCEIROS LOJISTAS MAIS VOTADOS PELA INDÚSTRIA

CORTESIA TAMBASA ATACADISTAS CORTESIA

E MAIS: ACESSÓRIOS PARA PINTURA, FECHADURAS, SISTEMAS DE AQUECIMENTO E BEBEDOUROS.

Precisa de uma mãozinha?
No **mix** de produtos da **Brasfort,** você encontra a categoria de **Pintura**, que possui produtos para te auxiliar na hora da reforma.
"Conte com a gente!"



BRASFORT

BRASFORT_BRASIL

www.**brasfort**.net.br

GRUPO BRAFT

GRUPO
REVENDA

JUL 2021 | Edição 370

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 (arte@revenda.com.br)

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



16º PRÊMIO EXCELÊNCIA ATACADISTA DISTRIBUIDOR

UM PRÊMIO PARA QUEM LEVA LUCROS!

A revista **Revenda Construção** reconhece, há muitos anos, a importância do trabalho realizado pelos atacadistas distribuidores de materiais de construção. Seus caminhões transportam produtos que vão gerar lucros aos revendedores de todo o Brasil. Não importa a distância, volume do pedido ou as condições climáticas.

Agora, em agosto, demos início à votação para o **16º Prêmio Excelência Atacadista Distribuidor**. No dia 7 de outubro vamos divulgar os vencedores das regiões Sul, Sudeste, Centro-Oeste e Nordeste, as mais importantes para o PIB brasileiro.

A pesquisa é realizada pelos revendedores das regiões citadas e serão coletadas cerca de 1.000 entrevistas.

Lorenzetti.
O melhor banho do Brasil



SEJA ELÉTRICO,
A GÁS OU HÍBRIDO,
OFERECENDO SEMPRE
MAIS CONFORTO
PARA SUA FAMÍLIA.

ACQUA DUO FLEX ELETRÔNICO
COMPATÍVEL COM OUTROS SISTEMAS DE AQUECIMENTO: GÁS, SOLAR OU BOILER.

LINHA DE CHUVEIROS ELÉTRICOS E ELETRÔNICOS

ACQUA STAR



ADVANCED



TOP JET



LINHA DE AQUECEDORES DE ÁGUA A GÁS



lorenzettioficial

0800 015 02 11
www.lorenzetti.com.br

LORENZETTI
Mais do que você imagina



REVENDA

EDIÇÃO 370 | JUL 2021 | ANO XXXIII



14 ACESSÓRIOS PARA PINTURA
Não basta escolher a tinta. É preciso utilizar os acessórios corretos

08 OUT OF HOME
Grupo Revenda tem novo braço de comunicação visual

10 CADEADOS
Os pequenos poderosos do mercado. A variedade é muito grande

28 ESPECIAL PINTORES
Eles são decisivos na escolha da melhor tinta e os acessórios para serem utilizados

30 ARTIGO PINTORES
A pintura foi a obra mais realizada durante a pandemia

6 As lojas mais votadas pela indústria nas capitais brasileiras

PESQUISA DE CONCEITO GRUPO REVENDA E IMAGEM DO VAREJO



36 FECHADURAS
Além de proteger, os fabricantes investem no design



40 SISTEMAS DE AQUECIMENTO
A gás, elétrico ou solar, mostramos as novidades da indústria



47 BEBEDOUROS
Água é vida. E estes produtos também ajudam a economizar

54 | SUA LOJA
58 | INDÚSTRIA

PESQUISA DE CONCEITO E IMAGEM DO VAREJO

GRUPO REVENDA

A HORA E A VEZ DOS **LOJISTAS**

A revista **Revenda Construção** nasceu com o objetivo de levar informação, e formação, para as milhares de revendas de materiais de construção de todo o Brasil.
Há 33 anos, o número de revendas era pouco maior que seis mil. Hoje, são mais de 140 mil. São empresas responsáveis pelo aquecimento da economia, mesmo em tempos difíceis, como a de pandemia provocada pelo novo coronavírus.

Agora chegou o momento de prestar homenagem aos nossos leitores! Por isso, criamos a Pesquisa de Conceito e Imagem do Varejo. O objetivo é mapear as lojas das capitais brasileiras que têm os melhores Conceito e Imagem perante a indústria que fabrica materiais de construção.
No período de abril a julho desse ano, enviamos para 1.510 indústrias, com abrangência nacional, um formulário para votação por meio do e-mail marketing parceiros@revenda.com.br.

Após o retorno das respostas, e aplicando o filtro de abrangência nacional, foram validadas 197 respostas. Importante ressaltar que votos para home centers e redes associativas não foram computados.
As perguntas foram:

- Qual é a loja mais parceira?
- Qual é a loja com a equipe de vendas mais capacitada para atender com excelência as necessidades dos clientes em relação aos seus produtos?
- Qual é a loja que melhor expõe seu produto?
- Qual é a loja que mais realiza ações para aumento de fidelização dos clientes?



A **PESQUISA DE CONCEITO E IMAGEM DO VAREJO** será entregue no dia 26/08, em evento com atração musical de **Rick&Renner**

e participação de GIAN & GIOVANI



PARAFUSADEIRA DE PRECISÃO A BATERIA TIPO CANETA

Ideal para trabalhos que exigem máxima precisão: placas eletrônicas, computadores, smartphones, câmeras fotográficas e muito mais!

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



- BATERIA DE LÍTIO RECARREGÁVEL E INDICADOR DE CARGA
- ACOMPANHA MAGNETIZADOR E DESMAGNETIZADOR PARA BITS
- CARREGAMENTO USB (não inclui plugue)
- ÁREA DE TRABALHO ILUMINADA POR 3 LEDS AUXILIARES
- VERSATILIDADE: KIT DE BITS INCLUSO





Conheça a linha completa de Parafusadeiras a Bateria VONDER!

LANÇAMENTO

3,7 V

LÍTIO

www.vonder.com.br



Sempre utilize equipamentos de proteção individual VONDER

60.01.003.700

É bom trabalhar com

vonder®

Criteriosos ensaios técnicos para resultados mais precisos! **A escolha é sua e a qualidade é VONDER!**



Uma boa imagem vale mais do que mil palavras

Já pensou ser visto por milhares de pessoas em poucos minutos?

Nem sempre a paisagem que vemos numa rodovia é de encher os olhos!
Mas uma mensagem institucional, bem localizada, poderá fixar a sua marca na mente de milhares de motoristas ou passageiros que trafegam diariamente pelas rodoviais brasileiras.
Pesquisa realizada na rodovia dos Bandeierantes, que sai de São Paulo e leva a destinos como Ribeirão Preto, Campinas, Goiânia e Brasília, por exemplo, mostraram que **a média de veículos por dia é maior do que 345 mil**, com cerca de **um milhão de pessoas/dia** ocupando estes veículos, seja dirigindo ou sentado no banco do passageiro.
Por mês, o impacto estimado é superior a **31 milhões de pessoas**!

O **Grupo Revenda**, que edita há mais de 30 anos a revista **Revenda Construção**, quer fixar a imagem da sua empresa/produtos nos mais nobres pontos das rodovias/estradas brasileiras.

E criou o **Departamento OUT OF HOME**. O principal objetivo da mídia Out of Home é alcançar pessoas durante seu trajeto por ruas, avenidas e rodovias ou em espaços públicos, como praças, shoppings, parques e exposições.

São oportunidades de negócio na maior comunicação viária do Brasil, para um público potencialmente comprador.

Veja as nossas ofertas e não fique do lado de fora dos veículos.



Entre em contato GRUPO
REVENDA
OUT OF HOME
carla.passarelli@revenda.com.br
(11) 97190.8124



PEQUENOS, MAS EFICIENTES

Eles são considerados itens importantes para segurança. Seja da casa, do armário da academia e mala de viagem. Os cadeados, de todos os tipos e tamanhos são indispensáveis e têm muita procura.

HAGA

A novidade é a Nova Linha de Cadeados "Design by Security", apresentada em junho de 2020. Possui sistema de travamento exclusivo: a chave só pode ser retirada do cadeado na posição fechada. Solução que garante ao usuário que, de posse da chave, o cadeado estará trancado.

"Além disso, possui design moderno e a maior variedade do segmento de segredos do mercado (com 5 pinos), corpo maciço, resistência a chuva ou sol e quatro pontos de travamento. A tecnologia desenvolvida para esta linha de cadeados permite a montagem com sistemas dotados de chaves mestras, tudo de acordo com o plano pré-estabelecido, ou seja: cada cadeado com seu segredo e uma chave mestra para abertura de vários cadeados. O sistema também permite a montagem de uma série de cadeados com o mesmo segredo, conforme a necessiddade.



Disponível nas versões de 25mm, 35mm, 45mm e 55mm com acabamento cromado, bem como nas versões 45mm e 55mm com hastes longas.", informa Andre Cereja, assessor de comunicação da Haga.

Revendedodres – "A empresa implementou departamento interno de telemarketing para tratamento direto aos revendedores e clentes de modo geral. Todas jornadas dos atendimentos são acompanhadas por uma Gestão de Relacionamento com o Cliente, até o fechamento final dos mais diversos tipos de demandas.

A Haga acredita que é conversando com os empresários, ouvindo e entendendo as necessidades deles e dos seus consumidores que seremos capazes de criar cenários adequados para distribuição dos nossos

produtos. Através dos canais sociais oficiais (hagabrasil) no Facebook, Instagram e Linkedin, foi percebido maior envolvimento do consumidor buscando orientação, bem como dos revendedores compartilhando, promovendo e mencionando a marca Haga. Além dos meios de contato já conhecidos como telefone, WhatsApp, e-mail e chat online, as redes sociais chegaram para permitir essa maior interação com todos os nossos grupos de clientes, principalmente nesse momento."

Mercado – "Após a euforia ocorrida no último trimestre de 2020 e no primeiro trimestre de 2021, hoje se percebe uma certa acomodação no mercado que volta aos patamares mais coerentes com a realidade econômica. Pelo atual volume de vendas de cimento se espera um desempenho melhor neste semestre para os materiais finais de obra como acabamentos e fechaduras."

PADO



Nathan Bampi, diretor comercial da Pado infrma que a empresa tem uma completa linha de cadeados que atende muito bem à demanda do mercado.

Revendedores – "Intensificamos a utilização de novas tecnologias e processos para se aproximar dos nossos clientes em períodos que as lojas faziam o atendimento apenas no sistema de entrega ou delivery.

Lançamos recentemente um novo canal de venda B2B – lojista.pado.com.br, onde nosso cliente pode adquirir nossos produtos diretamente do site, mantendo nossos canais de vendas tradicionais: representantes e tele-vendas.

Investimos também em conteúdo, com a construção de



um estúdio com os melhores equipamentos e infra-estrutura, para levar informações mais rapidamente na ponta ou para os lojistas que vendem nossos produtos."
Os produtos da Pado são direcionados parao atacado ou varejo de material de construção.

PAPAIZ

A Papaiz fabrica cadeados com tecnologia de segurança de alta qualidade. É o que faz a marca se sobressair no mercado. Quando se pensa em uma marca de cadeado de confiança e inovadora, certamente a maioria dos brasileiros lembra da Papaiz. Isso é reforçado nos mais diversos prêmios que a empresa tem recebido frequentemente, incluindo o Top of Mind.



"A nossa marca é reconhecida no Brasil e no mundo todo por ditar tendências. Nós inovamos o nosso portfólio constantemente.
A Papaiz tem atualizado toda a gama de produtos, como a Linha de Cadeados Tradicionais, sempre pensando em trazer mais segurança. Estamos presentes nos lares brasileiros há quase 7 décadas. O consumidor sabe que o nosso produto é o que traz mais proteção ao seu patrimônio e aos seus bens e, por esse motivo, confia na Papaiz", explica Robson Donato, Diretor de Unidade de Negócios da Papaiz, Yale e La Fonte.
Lançamentos – "O lançamento mais esperado na Linha de Cadeados Tradicionais foi o CRT 50R, de alta proteção. Ele é muito procurado por quem busca mais segurança. Ele foi projetado para ambientes hostis e oferece um excelente nível de segurança. Ele é resistente ao corte e possui resistência às mais diversas formas de arrombamento. Estamos desenvolvendo novos cadeados sempre com tecnologia de ponta e pensados em proteger os lares brasileiros, com robustez e durabilidade.
Também temos o único cadeado bluetooth produzido no Brasil. Ele possui uma tecnologia atual, pois pode ser aberto por aplicativo.
Revendedores – "A pandemia teve proporção global. Algo que há décadas não presenciávamos. A Papaiz pertence ao Grupo ASSA ABLOY Brasil, uma multinacional sueca líder mundial em soluções de abertura de portas que está preparada para crises. O nosso lema é investir em inovação mesmo em tempos difíceis. Nós nos reinventamos em diversas frentes, tanto em produtos quanto em nosso atendimento. Nós investimos em treinamentos online para os nossos revendedores, por exemplo. E o feedback que recebemos desses treinamentos é muito positivo. Conseguimos passar todas as informações necessárias e criar uma proximidade mesmo em tempo de pandemia. Nós criamos também, desde o início, um comitê que acompanha diariamente as mudanças da pandemia e que toma as ações de maneira dinâmica de acordo com cada momento."
Mercado – "O nosso primeiro trimestre deste ano foi voltado para atender às demandas atuais de nossos produtos que aumentaram consideravelmente puxadas pela alta do setor da construção civil. Tivemos faturamento positivo com os nossos cadeados. As vendas estão mais altas que em 2020, que já foi muito bom. Os brasileiros sabem que os nossos cadeados protegem o patrimônio e os itens, por isso, a preferência é pela Papaiz. Os números mostram isso."

VONDER

Os Cadeados são itens imprescindíveis quando se fala em segurança para casas, escritórios, armários, portões, malas, bicicletas, motos, entre outros. Por conta disso, têm grande giro nas revendas de material de construção e, mesmo não exigindo uma venda técnica, é sempre muito importante que o revendedor tenha em mãos produtos que se diferenciam quanto à qualidade e resistência, principalmente quando se trata de um acessório que visa aumentar a segurança de pertences e imóveis.
Os Cadeados são um dos best-sellers da linha de Ferragens da VONDER, reconhecidos e premiados no mercado ao aliarem conceitos de qualidade, proteção, resistência e durabilidade. Isso porque, passam por criteriosos ensaios técnicos em laboratório próprio, com testes que envolvem a análise da estrutura e composição química da matéria-prima, aferições de resistência do produto e verificação

das especificações técnicas, além da ação do tempo, fundamental para maior vida útil e durabilidade de um item que muitas vezes fica exposto à ação do tempo. Um crivo técnico que faz a diferença e, por isso, a VONDER é uma das marcas mais expressivas, reconhecidas e premiadas do mercado.

Um clássico da linha, o Cadeado VONDER com corpo em latão possui haste em aço temperado, com largura que varia de 20 mm a 50 mm. Pensando em benefícios também para o revendedor, outra diferenciação está na embalagem, facilitando a exposição no ponto de venda, com opção em caixa ou encartelado. Também um expositor para exposição dos cadeados VONDER, dando uma melhor visibilidade e poder de atração dos consumidores no ponto de venda.

Além dos tradicionais modelos com chave, os cadeados com segredo também têm alto giro, pois garantem a segurança e proteção com uma combinação numérica. São



muito utilizados em armários, malas, caixas de ferramentas, entre outros, com os modelos da VONDER com corpo em Zamac e haste em aço cromado, disponível nas cores cinza ou preto.

GAMMA
FERRAMENTAS

A Gamma traz uma linha nova de bolsas e mochilas.
Ideais para transportes de ferramentas e acessórios.



www.gammaferramentas.com.br



INSTRUMENTOS MÁGICOS

Não basta jogar a tinta na parede!
É preciso tratá-la com carinho. E as indústria fabricantes de acessórios para pintura têm investido em tecnologias e produtos para deixar o trabalho dos pintores perfeito.



ADELBRAS

Marcos Chohfi, director da Adelbras informa que foram feitas diversas melhorias nos produtos. "A Adelbras atualiza constantemente as fórmulas de seus produtos e respectivas embalagens, visando acompanhar as tendências e necessidades do mercado. A fita Mask crepe, por exemplo, teve sua fórmula atualizada, está ainda melhor e por isso é reconhecida como a fita N1 do pintor profissional."

Lançamentos –"lançamos 2 produtos relacionados à Pandemia:

1 - Fita crepe 785 demarcação colorida, opção mais econômica para demarcação provisória, distanciamento e isolamento de áreas e espaços.

2 - Fita STOP VIRUS, produto que utiliza uma exclusiva Bionanotecnologia capaz de eliminar não só o novo Coronavírus como também outros vírus e bactérias que entrarem em contato com a fita (mais informações www.adelbras.com/fita-stop-virus/)"

Revendedores – "Na medida do possível e respeitando as indas e vindas do isolamento imposto, intensificamos o atendimento e a proximidade com nossos clientes. A Adelbras é conhecida como uma marca parceira que está sempre junto de seus clientes e representantes – e não poderia ser diferente, mas na maioria das vezes marcamos presença de forma remota."

Ponto de venda – "De maneira a entender e responder com agilidade às demandas e necessidades de nossos clientes e representantes; com produtos, promoções, apoio constante, materiais de PDV, promotores, treinamentos técnicos e tudo o que reforce a nossa presença e imagem de marca. O resultado é que a Adelbras é a marca de fitas adesivas que mais cresce no segmento da construção."

Mercado – "As vendas estão em ótimos níveis e o mercado aquecido – estamos otimistas para o segundo semestre deste ano."

ATLAS

Guilherme Gomes, Gerente de Marketing e Trade Marketing da Atlas informa que a Atlas lançou 22 acessórios para pintura recentemente.

"Destacamos os Rolos Monarca, o lixador com sucção SEM PÓ, caçamba de mão, desempenadeiras de inox.

Os rolos Monarca possuem uma tecnologia inovadora, a junção de duas mantas consagradas no mercado, a Microfibra do rolo Rendeplus e a poliamida do rolo antigota.

A caçamba de mão da Atlas vem para atender uma necessidade antiga dos profissionais que, até então, tinha que improvisar um recipiente para transportar a tinta na hora dos detalhes e recorte. A Caçamba de mão da Atlas tem capacidade de 2L com marcador de litragem, pode ser conduzida por ambas as mãos, possui rampa de rolagem para uso confortável de minirrolos de até 9cm, pentes laterais para retirar o excesso da tinta da trincha, compartimento para pequenos objetos perto e clip magnético, que permite descansar a trincha durante as pausas na aplicação!

A Atlas liberou as desempenadeiras de inox para gesseiro. As desempenadeiras, que são de fabricação própria, são resistentes e diferenciadas pois possuem lâmina, reforço e haste em inox. Com duas versões, uma com medidas de 12 cm x 30 cm e cantos retos e a outra com 12 cm x 35 cm e com cantos arredondados, as novas desempenadeiras da Atlas são ideais para aplicações de massas e trabalhos com gesso.

O suporte para Lixa "SEM PÓ" com aspiração é desenvolvido em poliuretano, que deixa a ferramenta mais leve e resistente. Com sistema para trocas rápidas de lixa, gancho-argola, tem a indicação de uso dos discos com furação, sendo o ideal as lixas teladas de 225mm. Possui conector orbital de 360 graus com rosca para uso de prolongadores e, também, manopla para o uso direto com as mãos. O lixador ficará completo com a mangueira universal para lixadores com sucção, ref.: AT200/5. A mangueira possui 4 m com conector em EVA e será a conexão entre lixadores e aspirador.



Revendedores – "A Atlas vinha trabalhando em uma plataforma de apoio ao nosso representante para orçamentos online que, em abril 2020, foi colocada no ar as pressas para contribuir com o atendimento remoto aos nossos clientes. O sucesso foi tão grande que hoje em dia

muitos dos nossos clientes adotaram a ferramenta como parte da rotina diária, isso por causa da praticidade e dos serviços disponíveis e suas relevantes funcionalidades.
Relacionameto – "A Atlas possui mais de 500 pessoas em campo nas atividades de atendimento, treinamento, ações e eventos nos nossos parceiros lojistas. Quanto a distribuição, estamos quase na totalidade de distribuidores e atacadistas do país, isso nos permite uma pulverização grande."
Mercado – "Em comparação com o mesmo período do ano passado, as vendas dos primeiros seis meses de 2021 superam os níveis de 2020."

BOSCH

Pedro Costa, diretor de Vendas da divisão de Ferramentas Elétricas da Robert Bosch no Brasil, destaca que os principais produtos da Bosch para o mercado de pintura são os discos para lixadeiras e as folhas de lixa manual para massa. "Nos últimos anos tivemos dois importantes lançamentos: as esponjas abrasivas e os discos para lixadeiras excêntricas Boschnet. A Bosch continuamente busca complementar seu portfólio para atender os diversos mercados em que atua. Os mais recentes produtos para utilização na preparação de superfície para pinturas, seja automotiva ou imobiliário são:
- Discos para lixadeiras excêntricas (ou roto-orbital) Boschnet, que estão disponíveis em três medidas (125mm, 150mm e 225mm) e proporcionam alta performance. É um disco com costado de tela que permite praticamente 100% de sucção de pó e empastamento zero, proporcionando um lixamento mais efetivo e maior produtividade, além de aumentar a vida útil tanto do disco quanto da máquina. Um ponto de extrema importância é que quando utilizado com sucção de pó (central de aspiração), reduz a quase zero o nível de pó no ambiente de trabalho que, além de ficar mais limpo e organizado, preserva a saúde do operador.



- Esponjas Abrasivas Bosch podem ser consideradas uma evolução do lixamento manual em diversas superfícies e materiais, oferecendo vantagens ao usuário. Além de um lixamento uniforme e melhor acabamento, o produto tem durabilidade acima de 7x superior a uma lixa manual convencional, inclusive pode ser lavado e reutilizado. Estas esponjas estão disponíveis em três diferentes modelos:
Best for Flat N Edge - indicada para superfícies lisas, de grande dimensão, cantos e quinas;
Best for Profile - tem formato diferenciado em forma de trapézio, com uma inclinação para alcançar espaços de difícil acesso nos lixamentos, como arestas e perfis, batentes e cantos;
Best for Contour - opção de esponja flexível para formas irregulares e arredondadas."
Diferenciais – "Os discos Boschnet têm como principal característica seu costado em tela, além de proporcionar empastamento mínimo, o que favorece a qualidade do resultado final, ademais, outra vantagem é o ganho de produtividade para o usuário. Outro diferencial desta linha de produto é o disco de 225mm de diâmetro próprio para lixadeira de parede ou lixadeira girafa, cada vez mais utilizados por profissionais da área. A ferramenta oferece maior performance de lixamento em grandes superfícies e permite maior alcance, principalmente em lugares mais altos.
As esponjas abrasivas têm como diferenciais a qualidade e durabilidade, pois a perda de grãos é muito pequena no processo de lixamento, além da possibilidade de reutilização. O produto distribui igualmente a pressão dos dedos por meio de uma espuma em seu interior e mantém um lixamento uniforme da superfície, sem deixar marcas ou imperfeições. A linha também conta com um código de cores para melhor identificação sobre cada nível de abrasão e de acordo com a etapa do processo (ex: remoção/ preparação/acabamento)."
Revendedores – "A mudança mais evidente por conta da pandemia do coronavírus foi a transição de visitas presenciais para o atendimento remoto, por meio de plataformas digitais, o que demandou adaptação tanto da nossa parte quanto dos clientes e parceiros. Consequentemente, os canais de maior crescimento no último ano foi o de vendas online. Muitos clientes tradicionais desenvolveram sua presença digital no mercado a fim de atender às novas dinâmicas de compras e demandas. No entanto, como o segmento de construção foi considerado es-



O CADEADO MAIS CONFIÁVEL DO BRASIL!

Papaiz, a marca de Cadeado Seguro e Confiável do Brasil.

PAPAIZ
ASSA ABLOY

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

Experience a safe and more open world

sencial, a aquisição dos produtos também aconteceu nas lojas físicas, que se mantiveram a maior parte do tempo abertas no período de isolamento - principalmente home centers e lojas especializadas no segmento de pintura."

Mercado – "Acreditamos que com a pandemia e o maior tempo em casa, muitas pessoas optaram pela renovação e reformas residenciais e também de veículos. Outro indicador é que o mercado da construção civil foi um dos segmentos que se mantiveram ativos durante o período de pandemia."

CASTOR

Marcus Beranger, Gestão de Marketing Digital da Castor explica que a empresa atualizou os produtos que têm melhor desempenho no mercado. "Nossas desempenadeiras de Aço Inox tiveram uma atualização nos cabos, passando de madeira para plástico de alta resistência. Isso trouxe mais leveza para o produto, além de ter se tornado muito mais anatômico e confortável durante o uso. Atuamos fortemente na reengenharia e melhoria de todos os produtos existentes na linha, os tornando cada vez mais sustentáveis e com alto nível de qualidade e resistência."



Revendedores – "Nosso atendimento ao revendedor sempre foi bastante dinâmico e tecnológico, os representantes comerciais contam com ferramentas digitais para gestão dos pedidos, além de um super time interno altamente capacitado para atender com rapidez e excelência a todas as demandas."

Relacionamento – "Sempre tivemos a preocupação de acompanhar de perto o escoamento dos produtos nos pontos de venda. Contamos com campanhas agressivas e relacionamento estreito com os principais clientes, nosso maior objetivo é ajudar os lojistas a venderem cada vez mais, entregando produtos de qualidade e altamente rentáveis."

Mercado – "O mercado de ferramentas para pintura segue em alta, superando os níveis de 2020."



CONDOR PINCÉIS



"A Condor tem se consolidado como uma ótima opção para o varejo de tintas. A marca cresce de forma acelerada, ampliando a presença nas principais lojas de todo o país e investindo em design e desenvolvimento de produtos. O reconhecimento dos profissionais de pintura traz credibilidade para a marca Condor e garante uma opção de ótima qualidade e preço justo", informa Tiago Kotovicz, gerente de marketing da Condor Pincéis.

Lsançamentos – Misturadores de tintas e massas;

-Garfo Duplo Profissional; Rolos de pintura de 36cm e 46cm

- Suportes Manuais; Paintcases de trinchas e rolos Paintcase de trinchas e Paintcase de rolos; Rolo Finox; Desempenadeira Aço Inox.

Revendedores – "Nossa principal mudança no formato de atendimento foi a intensificação da busca de clientes por compra no nosso e-commerce B2B, www.condorpinceis.com.br, que permite ao cliente selecionar os produtos desejados e finalizar a compra inclusive com interação dos nossos representantes comerciais de todo o Brasil. Além do e-commerce, a parceira com grandes distribuidores tem feito a Condor Pincéis chegar a cada vez mais lojas em todo o Brasil."

Mercado – "As vendas estão aquecidas. Em 2020, tivemos um movimento muito atípico, o que traz dificuldade para comparação dos cenários, mas os reflexos são positivos e conseguimos nos adaptar e atender nossos clientes. Em um ano tão desafiador para a maioria das empresas do Brasil, a Condor se destacou e registrou crescimento de 30% em seu faturamento em 2020. A procura pelos produtos da marca tem aumentado gradativamente desde o início da pandemia. O segmento de pintura imobiliária está entre os que mais cresceram. Diante deste cenário, a perspectiva para 2021 é positiva. O lançamento de produtos, em todas as categorias, deve contribuir para o avanço das vendas. A Condor investirá R$30 milhões ao longo deste ano na aquisição de máquinas e na implementação de novas tecnologias para expandir a capacidade produtiva em todos os negócios em que a companhia atua.

LIXAS TATU



A Lixas Tatu está em constante processo de mudança e evolução para que nossos produtos atendam continuamente as necessidades do mercado.

Giovana Cruz Tavares, Gerente Comercial Regional / Marketing da Lixas Tatu destaca os lançamentos: "Os discos A291 – Disco de Lixa Massa - 9" com 8 furos plumado e sem furo para lixadeira girafa articulada – embalagem 10 discos. Indicados para construção civil, desbaste e acabamento em massas acrílicas e PVA, drywall e preparação de superfície para pintura imobiliária. Costado com pluma, ideal para lixadeira articulada (girafa). Disponíveis nas granas: 50 à 240

Os discos T245 – Disco de Lixa Água - 9" com 8 furos plumado e sem furo para lixadeira girafa articulada – embalagem 10 discos. Indicados para construção civil, desbaste e acabamento em massas acrílicas e PVA, drywall e preparação de superfície para pintura imobiliária. Costado com pluma, ideal para lixadeira articulada (girafa). Disponíveis nas granas: 280 a 600

A Fita Antiderrapante Segura Base Poliester

Indicada para uso em soleiras de portas, escadas, pisos de superfícies lisas internas e externas que apresentam perigo de escorregões. Rolos: 50mm x 5.000mm e 50mm x 20.000mm. Disponível na cor preta."

Revendedores – "A mudança no atendimento deu-se de forma natural atendendo aos desejos e expectativas dos nossos clientes. Nossa Força de Vendas na medida do possível e dentro das regras de segurança não se absteve de visitações "in loco", porém, muitos clientes dependendo da região, não estavam com atendimento presencial. No momento em que o cliente sentiu-se confortável e nossa Força de Vendas também, ambos com segurança, as visitas seguiram o fluxo normal."

Relacionamento – "Lixa faz parte do portfólio de 77% das lojas de materiais de construção e nosso principal canal de pulverização é o Atacado/Distribuidor. O que não impede do nosso pessoal de campo interagir com lojistas, balconistas e profissionais que utilizam o nosso produto. A si-

nergia deve estar nas duas pontas."

Mercado – "O que vemos no mercado atualmente são clientes um pouco inseguros com relação as medidas que são tomadas pelo Governo. Acreditamos que quando a maioria das pessoas estiverem vacinadas, e a estabilidade com relação as medidas de restrições, o mercado vai reagir de forma mais positiva.

Tivemos um ano de 2020 sensacional e esperamos fechar 2021 com um saldo positivo também."

NAVAS

Lucas Ventura Rosa, marketing, informa que a Navas já tinha um mix completo de acessórios de tintas, com fornecedores de confiança como, Atlas, 3M, Compel e TOI. "O foco, este ano, foi fortalecer o relacionamento com os mesmos se mantando forte no segmento."

Revendedores – "A empresa focou muito em treinamentos para capacitar seus colaboradores, tanto para os representantes externos como para o televendas, com o foco no conhecimento de produtos e adaptação para as ferramentas digitais, como e-mail, whatsApp e redes sociais, para que os nossos profissionais de vendas não perdessem a velocidade dentro do cenário duvidoso que a pandemia apresentou. Além disso, o nosso e-commerce ganhou uma velocidade muito grande com as mudanças de comportamento dos clientes, estamos focados em profissionalizar ainda mais este canal para atender as novas demandas, além do forte investimento no marketing digital como instagram, Facebook, Google, Linkedin e WhatsApp Business."

Relacionamento – "A Navas tem parceria com seus principais fornecedores do segmento, então, disponibilizamos materiais de PDV e expositores gratuitos para nossos clientes. Nos últimos dois anos foram feitas várias ações de bonificações desses materiais, além de campanhas para os balconistas, também patrocinamos fachadas e uniformes com a nossa marca própria, a TOI, tudo isso para que o lojista tenha recursos para enfrentar a pandemia. Além disso, fortalecemos o nosso setor de logística com entrega em 24 horas, para mais de 80% dos lojistas atendidos, assim mantendo-os com o estoque abastecido."

Mercado – "O mercado para este segmento ainda continua muito aquecido, com a empresa batendo recorde de vendas mês a mês. Acreditando no segmento, a Navas continua analisando a introdução de mix e a expansão da sua equipe, tanto física como digital, além dos investimentos para atender melhor os clientes em ferramentas e profissionais."

PINCÉIS ROMA

"A Pincéis Roma tem adotado nos últimos anos a política da melhoria contínua. Sempre se está buscando matérias-primas, bem como maquinário e processos de produção mais avançados. O objetivo é ter um produto com desempenho e apresentação cada vez melhor, para agradar os consumidores. Um exemplo, que foi uma inovação no mercado em 2011, são as trinchas/ pincéis PRO sintéticas, que tiveram melhorias no passar dos anos e até hoje, mesmo com outros fabricantes com produtos similares, ainda é um produto diferenciado e muito procurado pelos profissionais.

As desempenadeiras plásticas também tiveram uma melhoria, quando os cabos passaram a ser injetados diretamente com a base. Este novo modelo de produto impede que o cabo solte durante o uso. Além de ter um acabamento mais anatômico, proporcionando melhor conforto ao usuário, possui uma melhor apresentação para o PDV", diz Adriano Baggio, Comercial.

Lançamentos – "A Pincéis Roma inovou no mercado de trinchas/ pincéis, desenvolvendo uma linha totalmente ecológica e reciclável, que não utiliza metal nem resina em seu processo de produção. A linha de trinchas Gold 317 é fabricada com um processo similar ao processo de produção das escovas de dentes. Isso garante a melhor fixação das cerdas, bem como possibilita a utilização de uma cerda mais alinhada (com medidas iguais) e com a ponta mais suave.

Também, na linha de rolos de lã, a Roma complementou a





linha “Rolo de Fibras Especiais”, que é fabricado com microfibra. Estes produtos estão sendo aprovados pelos profissionais por uma melhor absorção da tinta, bem como do acabamento da pintura. Com estes complementos agora também estão disponíveis os rolos 5, 9 e 15cm com altura de lã 13mm, bem como o rolo 23cm com altura de lã 25mm.”

Revendedores – “No entendimento da gravidade da pandemia, desde o início da mesma até os dias atuais, a Roma optou por suspender as visitas aos clientes, bem como recomendou a todos os seus representantes realizar somente as visitas estritamente necessárias e com todos os cuidados possíveis. A empresa entende a necessidade do contato com o mercado, os clientes, a troca de informações, no entanto prioriza, acima de tudo, a saúde e o bem estar de todos.”

Relacionamento – “A Pincéis Roma entende a necessidade da pulverização e distribuição de seus produtos para a maior quantidade de lojas possíveis, para facilitar o acesso de seus produtos pelos profissionais de todas as regiões do país. Por isso atua no mercado brasileiro com uma ampla rede de representantes, os quais são responsáveis pelo atendimento tanto das Lojas de Varejo quanto Atacados e Distribuidores. Desta forma os produtos estão disponíveis para os profissionais de todas as regiões do Brasil.”

Mercado – “As vendas da Roma no primeiro semestre de 2021 foram muito superiores ao mesmo período de 2020. O mercado segue muito instável, com seus “altos” e “baixos”. Por isso os desafios para se manter presentes no mercado são cada vez maiores. Investimento foi a palavra chave para ter um produto cada vez mais aceito no mercado, com um padrão de qualidade exigido pelo mercado e ao mesmo tempo um preço muito competitivo.”

uma empresa InBetta

LIXA TELADA
AT17 | DISPONÍVEL EM 5 GRÃOS

DURA 5X MAIS
QUE UMA LIXA COMUM

IDEAL PARA O LIXAMENTO DE MASSAS E ESMALTES
PODE SER USADA DOS DOIS LADOS (FRENTE E VERSO)

SISTEMA ANTIEMPASTANTE
MAIOR VIDA ÚTIL E MELHOR DESEMPENHO NO LIXAMENTO

INDICADO PARA O USO COM LIXADEIRAS MANUAIS ATLAS OU ELÉTRICAS.



pinceisatlasoficial | www.pinceisatlas.com.br



SOLUÇÕES ATLAS
LIXAS, ABRASIVOS E ACESSÓRIOS

ATLAS 55 ANOS

CONHEÇA NOSSA LINHA DE LIXAS, ABRASIVOS E ACESSÓRIOS

ASSISTA ESTE VÍDEO E CONFIRA!



TEKBOND

Eduardo Mano, diretor de Marketing da Tekbond Saint-Gobain, destaca que "a inovação está no DNA da Tekbond e da Saint-Gobain, uma empresa na qual um a cada quatro produtos comercializados hoje não existiam há quatro anos. Não se trata de atualizar os produtos já consagrados, mas sim da oferta de uma gama mais atrativa de produtos que complementem um portfólio de produtos já consolidados."

Lançamentos – "Ampliamos nossa linha de silicones, aumentamos a família Araldite com a versão em massa, temos uma nova linha de limpeza pós-obra. Isso apenas para focar no portfólio mais voltado para construção, mas podemos citar outros inúmeros produtos voltados para o segmento automotivo e de consumo, que trazem novidades que vão desde toalhas superabsorventes, passando por impermeabilizante de tecido e chegando até mesmo em soluções como esponjas para limpeza doméstica com a tecnologia de íons de prata, que eliminam 99,9% dos vírus e bactérias. Trabalhamos para ter a Tekbond cada vez mais presente na vida das pessoas."

Revendedores – "Acredito que o mercado, de forma geral, teve de se adaptar a novas formas de atendimento. Os clientes passaram a ter restrições a visitas e treinamentos no momento mais agudo da pandemia, mas isso também gerou boas oportunidades. As reuniões digitais, embora mais frias, simplificaram encontros sem a necessidade de deslocamentos, por exemplo. Num mercado mais restrito, os compradores certamente ficaram mais criteriosos na escolha do que e de quem comprar. Até nisso fomos beneficiados, pois a credibilidade em pertencer a um grupo como a Saint-Gobain, além de todos os investimentos que temos realizado, fez com que a Tekbond conseguisse manter seu planejamento apesar de todos os desafios."

Relacionamento – "Por aqui, levamos a sério a parceria com nossos clientes e parceiros. Desde a segurança de um estoque equilibrado, passando pelo atendimento personalizado a cada cliente e cada segmento, se valendo muito de treinamentos e da força do trabalho feito no PDV. Colocamos uma dose extra de coração onde já existe muito comprometimento e trabalho duro e o resultado é uma cadeia de confiança em que nosso produto se faz presente no PDV e o consumidor final compra porque confia na marca."

Mercado – "O mercado está bem desafiador. Por aqui, graças a força e dedicação do nosso time, estamos em linha com o planejado para o ano, crescendo dentro do esperado. Isso nos traz uma perspectiva otimista para 2021, uma vez que – aos poucos – a vacinação já começa a trazer efeitos positivos para a vida das pessoas, aumentando o movimento, reaquecendo a economia. Somos otimistas por natureza. A Tekbond também tem orgulho das conquistas recentes, como o Top of Mind da revista Revenda para os produtos Cola Instantânea, Silicone, Espuma de poliuretano, Tinta Spray, Óleo Desengripante e Anticorrosivo, além do selo da consultoria Great Place to Work - como uma das melhores empresas para se trabalhar no Brasil."

TIGRE

Grasiela Devigili Meireles Moura, coordenadora de Marketing de Produtos da Tigre, destaca: "Tivemos alguns lançamentos nos últimos anos, que foram as trinchas da linha profissional que oferecem traços milimetricamente perfeitos e maior rendimento da pincelada, além de um cabo de madeira com grip, que concede à trincha maior firmeza na pega e maior precisão no acabamento. Em 2020, lançamos a Fita Crepe Azul destinada ao público profissional com papel crepado adesivo e borracha e resinas sintéticas."

Revendedores – "Acreditamos que a participação na Juntos Somos Mais alcançou o objetivo de apoiar o setor da construção civil de todo o país. Como maior rede de relacionamento do segmento em território nacional, a Juntos



AMANCO SUPER CPVC FLOWGUARD®

1º lugar em resistência.

Garanta o melhor custo-benefício para sua instalação com **Amanco Super CPVC FlowGuard®**.

Nossa linha de produtos é **até 25% mais resistente** à pressão e à temperatura da água para seus projetos terem muito mais **durabilidade** e **qualidade**.

É a **Amanco Wavin** conectando seu projeto com o melhor que existe no mundo.



O ÚNICO FABRICADO NO BRASIL COM
FLOWGUARD™ TUBOS E CONEXÕES

/AmancoWavinBR

amancowavin.com.br

AMANCO wavin

Somos Mais, lançada há três anos com o objetivo de transformar a experiência de construir, une varejistas e profissionais de obra de todo o Brasil por meio da tecnologia e proporciona um canal direto com os grandes players do mercado, fortalecendo o varejo de construção."

Relacionamento – "Há 80 anos, comemorados neste ano, a Tigre constrói uma história baseada em confiança, na valorização das pessoas e na entrega de produtos e serviços inovadores e de qualidade, que acabaram por gerar uma marca forte, a mais lembrada no segmento de construção e um dos maiores patrimônios do Grupo. Além disso, nos esforçamos para investir de maneira contínua no relacionamento com nossos clientes e, assim, estamos cada vez mais próximos da revenda e do mercado consumidor."

Mercado – "O mercado está aquecido. A Fundação Getúlio Vargas (FGV) aponta que a projeção de crescimento do setor de material de construção, neste ano, passou de 4% para 8%, o que pode levar o setor a lucrar mais de R$ 200 bilhões. Considerando a aquisição da Dura Plastic Products, fabricante de conexões de PVC, nos EUA, a receita estimada para a Tigre se aproxima de R$ 5 bilhões neste ano, crescimento de mais de 10%."

TYROLIT

Marcelo Domichilli Customer Service & Marketing Supervisor | Customer Service & MarketingTYROLIT do Brasil destaca os lançamentos da empresa.

"Fizemos importantes lançamentos em nossa linha de lixas, a qual vem aumentando ao longo do tempo, principalmente pela grande aceitação e confiança do mercado nos produtos TYROLIT. Um dos principais itens foram os Discos de Lixa para Parede. Este disco de lixa tem o diâmetro de 9"(230mm) e é utilizado na lixadeira de parede com haste, também conhecida como girafa. É indicado para aplicações em gesso/drywall, paredes de alvenaria e massa corrida. Possui 8 furos para aspiração da poeira ocasionada durante o uso e são fabricados com variados grãos abrasivos partindo do grão 60 até o grão 240, o que permite ter diferentes tipos de acabamento para qualquer tipo de necessidade."

Revendedores – "De certa forma mudamos um pouco o relacionamento, pois durante o fechamento dos estabelecimentos, não foi possível a continuidade de nossos trabalhos na exposição dos produtos no PDV, porém isto não impediu que as vendas acontecessem por parte de nossos revendedores. Com a flexibilização das ações restritivas, retomamos os trabalhos de exposição, inclusive com a nossa nova linha de expositores, mas arrojada e diferenciada, oferece o correto acondicionamento dos produtos, além de gerar um impacto visual extremamente atrativo no PDV."



Mercado – "Diante de um cenário completamente novo e marcado pela imprevisibilidade. Nos vimos primeiramente bastante apreensivos, frente as inúmeras incertezas de como o mercado reagiria a pandemia global.

Nos primeiros meses de pandemia, procuramos discutir estratégias e agir rapidamente para colocar em ação nosso plano de contingencia, visando o bem-estar de nossos colaboradores.

As restrições impostas no início da pandemia, como o isolamento social, o fechamento de bares, restaurantes, lojas, shoppings, entre outros, fez com que as pessoas ficassem em suas casas, e muitas passaram a trabalhar em home-office. O trabalho em home-office também criou a necessidade de iniciar ou concluir reformas em suas casas, em seus lugares de trabalho, portanto algumas obras foram retomadas.

Somado a estes fatores, também houve a flexibilização das medidas restritivas, este cenário fez com que o mercado de construção civil reagisse de forma rápida, aquecendo sobre maneira as vendas dos nossos produtos, que são diretamente utilizados em todas as etapas de uma obra ou reforma.

Nossas vendas em 2020 foram muito acima das nossas projeções e expectativas e em 2021 não está sendo diferente, pois estamos conseguindo manter o ritmo nas vendas, principalmente porque nossos clientes continuam trabalhando forte no atendimento do consumidor final."

Purificador fAcile

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

Vencedor do prêmio
BRASIL DESIGN AWARD
categoria saúde e bem estar



Acionador
antimicrobiano





Arejador
antirespingo

3 cores
- Cinza
- branco
- Preto

ELEGANTE - MODERNO - COMPACTO

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 bactérias.

Aproveite as melhores condições,
faça uma cotação agora mesmo e
garanta o seu pedido

(47) 3511 4545

HIDROFILTROS
A CIÊNCIA DA ÁGUA



VONDER

A pintura é uma das etapas mais tradicionais em qualquer obra ou reforma, dando o padrão de acabamento, cores e vida para qualquer ambiente ou construção. Por isso, seus insumos e acessórios são itens com frequência e giro no ponto de venda, ativado ainda mais no segundo semestre, quando as pessoas ainda mantém o costume de fazer alguns reparos em casas de veraneio e da praia, preparativos para festas de final de ano, entre outras relações e sazonalidades que normalmente movimentam o mercado.

Ao falarmos em pintura profissional, tão importante quanto a técnica e habilidade do pintor, é fundamental também ter em mãos os equipamentos e acessórios adequados para a melhor produtividade e acabamento, contribuindo para que a pintura a renda mais, além de otimizar o tempo do trabalho. Nesse sentido, o mercado vem constantemente se atualizando e inovando, acompanhando tendências para transformar o trabalho do pintor muito mais prático e eficiente, a favor sempre dos melhores resultados.

A linha de Equipamentos e Acessórios para Pintura da VONDER é uma das mais expressivas e completas do mercado, por englobar desde acessórios básicos e muito importantes, como rolos, pincéis/trinchas, broxas, mexedores de tinta, espátulas, baldes e bandejas para pintura, até equipamentos mais modernos e que aliam tecnologia e inovação para esse segmento, como as pistolas elétricas para pintura, máquina de pintura airless, aerógrafo, lixadeiras, misturadores elétricos, entre outros. Uma família que cresce e constantemente ganha novos incrementos, acompanhando a evolução do trabalho e as necessidades que os profissionais exigem e precisam para o melhor desempenho de suas tarefas. Por isso, produtos indispensáveis no ponto de venda e com alto giro nas lojas.

Uma tendência nesse setor, a pintura mecanizada veio para ficar no mercado brasileiro, tornando o trabalho do pintor mais prático e ágil, contemplando desde o preparo de paredes e tetos, até a pintura em si, promovendo alto desempenho e o melhor acabamento aos trabalhos. Destaque para as Máquinas de Pintura Airless MPA 1010 e MPA 120 VONDER, dois modelos que ganham a preferência dos profissionais pela excelente produtividade e acabamento que proporcionam ao trabalho.



Outro item que traz muita praticidade no processo de pré-pintura e, por isso, já é um campeão na preferência entre os pintores, as Lixadeiras de Parede VONDER são uma aliada no preparo das superfícies de maneira eficiente, rápida e o melhor: sem o inconveniente da sujeira, pois contam com estrutura para acoplar um aspirador de pó e/ou saco coletor, conforme cada modelo, unificando o processo de lixamento e limpeza dos resíduos de pó em uma única etapa, com economia tempo e resultados de primeira.

Uma inovação que faz sucesso entre os profissionais é o Rolo de Pintura com Reservatório VONDER, que proporciona uma pintura livre da sujeira dos tradicionais respingos de tinta do rolo, além de manter a quantidade ideal de tinta para uma pintura uniforme, ou seja, praticidade e eficiência a favor dos melhores resultados em todos os tipos de trabalho.

E, na série de acessórios simples, funcionais e que fazem uma diferença e tanto na hora do trabalho, o Suporte Magnético para Pincel VONDER é daqueles produtos coringas, com 2 ímãs para fixação do pincel independente do tipo de lata, balde ou caçamba, evitando que caiam respingos de tinta no chão. Ele também dispõe de um abridor de latas de tinta.

Produtos que simbolizam um pouco mais da importância e expressividade desse segmento no mix VONDER, com muitas outras novidades que em breve apresentaremos ao mercado, incrementando essa linha que já é um dos carros-chefes da marca e uma das campeãs na preferência dos profissionais.

Suvinil 60 anos. Nossa história mora em você.

Você é a casa onde moram nossas maiores conquistas e lembranças.

O lugar em que sempre queremos estar.

Colorindo momentos, sorrisos e um futuro mais bonito para todos.



Suvinil

60 ANOS

SUVINIL.COM.BR

Acesse o QRCODE e assista ao filme completo.

CORES PARA NOVOS TEMPOS

Recentemente finalizamos a Pesquisa 1 | 2021, que entrevistou 1.021 consumidores que haviam realizado obras/reformas residenciais, predominantemente, entre maio de 2020 e abril de 2021, logo, um público que melhorou seus lares durante as medidas de isolamento e restrições sociais.

Do total da amostra pesquisada, 74,3% reformaram seus lares; 33,3% ampliaram ao menos um cômodo, e 18,5% construíram.

Porém, para responder a pesquisa, esse público obrigatoriamente deveria ter realizado ao menos dois tipos de intervenções, e pintura foi a mais realizada pelos entrevistados.

Do total da amostra pesquisada, 84,6% pintaram; 66,1% trocaram pisos e/ou revestimentos para parede; 61,9% fizeram a parte elétrica; 49,9% fizeram obras básico/estruturais; 47,9% fizeram a parte hidráulica; 44,7% trocaram/instalaram louças sanitárias, e, por fim, 40,4% fizeram outros tipos de obras (acabamentos diversos), numa média de quatro tipos de atividades, como podemos ver no gráfico 1.

Complementando, resumidamente, o perfil das obras residenciais durante a pandemia, os dois cômodos mais reformados foram banheiro (s)/lavabo (s) e quarto (s), numa média de três tipos de cômodos por entrevistado.

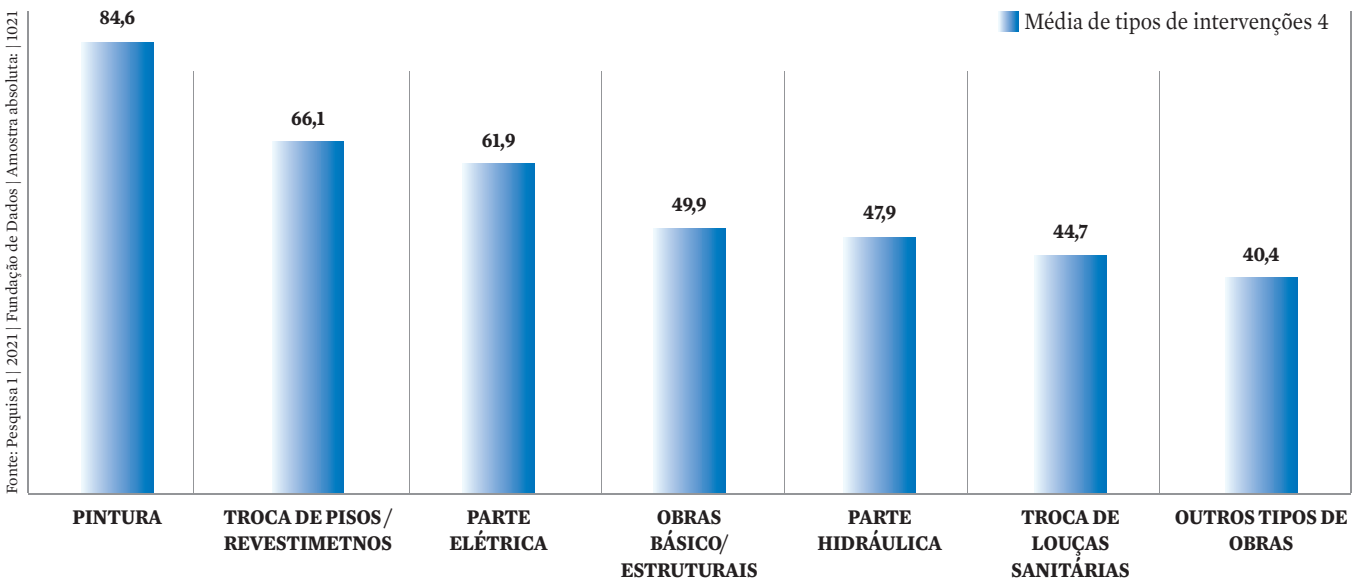
Porém, tal perfil de obra se inseriu de que maneira na conjuntura comercial de materiais de construção?

CONJUNTURA COMERCIAL EM TEMPOS DE ISOLAMENTO SOCIAL

Recorremos para essa análise, à elaboração dos dados da Pesquisa Mensal do Comércio (PMC) do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), relativos ao mês de maio, os mais recentes disponíveis até o fechamento desta edição.

GRÁFICO 1

TIPO DE OBRAS/REFORMAS RESIDENCIAIS REALIZADAS DURANTE O PERÍODO DE ISOLAMENTO SOCIAL (%)



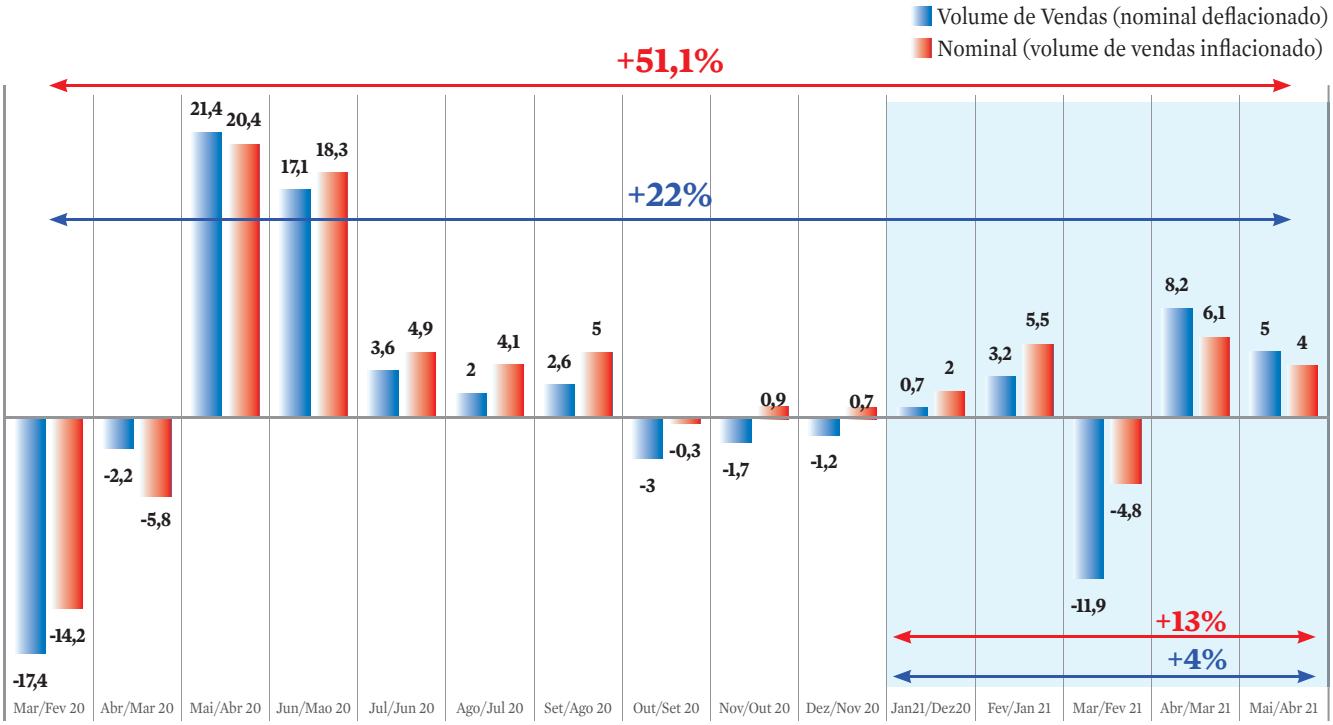
Fonte: Pesquisa 1 | 2021 | Fundação de Dados | Amostra absoluta: | 1021

Questão: Qual(is) tipos de OBRA/REFORMA você fez?

Pergunta filtro: no mínimo dois tipos de intervenções

GRÁFICO 2

COMÉRCIO MATERIAL DE CONSTRUÇÃO EVOLUÇÃO SOBRE MÊS ANTERIOR (%)



Fonte: Pesquisa Mensal do Comércio (PMC) | IBGE | Elaboração Fundação de Dados

Durante a pandemia, ou seja, no acumulado de março de 2020 a maio de 2021, o faturamento do comércio de materiais de construção (varejo e atacado) cresceu 22%, em volume de vendas (nominal deflacionado), e 51,1%, nominalmente (volume de vendas inflacionado).

Tal desempenho admirável pode ser creditado a uma conjuntura de fatores, tais como, principalmente: auxílio emergencial, a maior permanência dos consumidores em seus lares e a impossibilidade de dispêndios com serviços diversos, como culturais, esportivos, alimentação fora do lar, viagens, hospedagens etc., direcionando, assim, os recursos financeiros para adaptações e melhorias dos lares.

Porém, mesmo após o boom de consumo de 2020, ainda assim, no ano de 2021, apesar da redução do auxílio emergencial, flexibilização das medidas de isolamento social e reabertura gradual e parcial do setor de serviços às famílias, o comércio de materiais de construção cresceu, no acumulado de janeiro a maio, 4% em volume de vendas, e 13% nominalmente, como podemos ver melhor no gráfico 2.

Deve-se, por fim, ressaltar que as diferenças dos desempenhos em volume de vendas (real) e nominal (com inflação) evidenciam as pressões nos preços dos materiais de construção no período.

PINTORES EM TEMPOS DE ISOLAMENTO SOCIAL

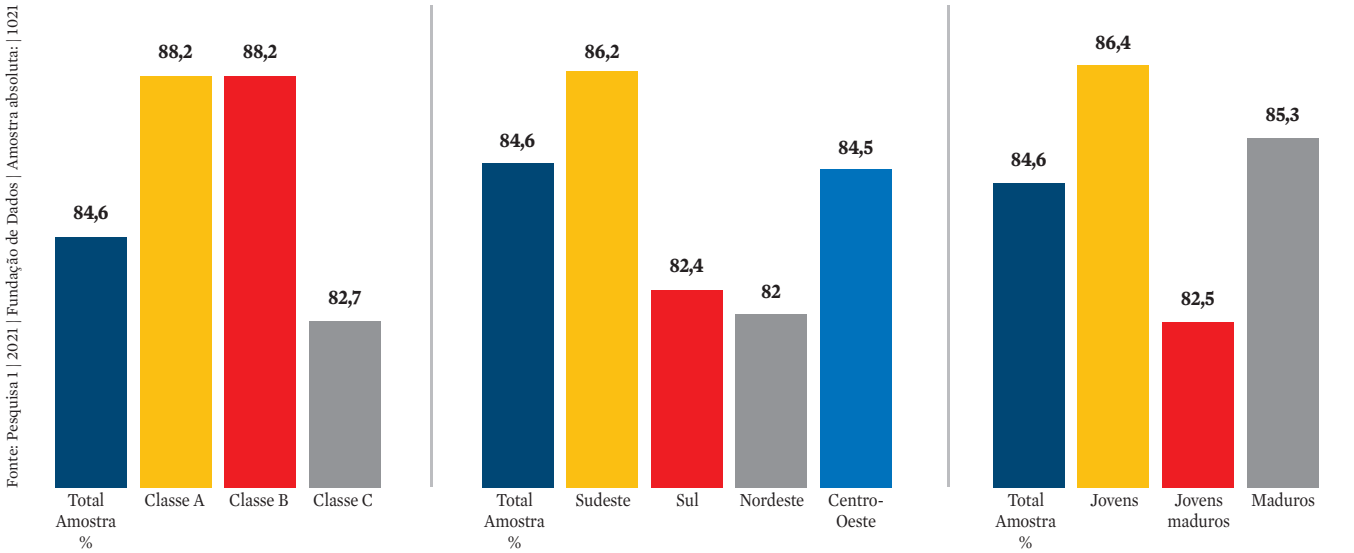
Retomando a Pesquisa 1 | 2021, nos recortes considerando apenas os consumidores que pintaram seus lares, se o total, como vimos acima, foi de 84,6%, somente nas classe A/B esse percentual sobe para 88,2%; na região Sudeste sobe para 86,2%, e, por fim, nos jovens (23 a 30 anos), sobe para 86,4%.

Em outras palavras, se quisermos traçar perfis predominantes, mesmo que de maneira discreta, podemos dizer que consumidores das classes A/B, na região Sudeste e jovens foram aqueles que mais pintaram seus lares nas obras durante o período de isolamento social, como podemos ver melhor no gráfico 3.

Porém, quando analisamos as contratações de executores (mão de obra) para realização dessas obras/reformas é possível perceber o degrau que existe entre quem pintou e quem contratou pintores.

GRÁFICO 3

PERFIS PREDOMINANTES DE CONSUMIDORES QUE PINTARAM SEUS LARES DURANTE O PERÍODO DE ISOLAMENTO SOCIAL



Questão: Qual(is) tipos de OBRA/REFORMA você fez?

Amostra absoluta	1021				
Classe A	302	Sudeste	339	Jovens (23 a 30 anos)	317
Classe B	412	Sul	255	Jovens maduros (31 a 39 anos)	366
Classe C	307	Nordeste	243	Maduros (40 anos +)	338
		Centro-Oeste	184		

Segundo a pesquisa, apenas para ficarmos nos três principais tipos de executores, 79,9% contrataram pedreiros; 51,2%, pintores, e 41,9%, eletricistas. Podemos então constatar que se 84,6% dos consumidores pintaram seus lares e 51,2% contrataram pintores, boa parte das pinturas residenciais durante as obras estão sendo realizadas pelos pedreiros.

Feita a reflexão, voltemos aos pintores!

Nos recortes das contratações dos pintores, somente na classe A esse percentual sobe para 69,8%; na região Nordeste sobe para 55,6%, e, por fim, nos jovens (23 a 30 anos), sobe para 56,6%.

Assim como fizemos com pintura, se quisermos traçar perfis predominantes de contratações dos pintores, mesmo que também de maneira discreta, podemos dizer que consumidores da classe A, na região Nordeste e jovens foram aqueles que mais os contrataram, como podemos ver melhor no gráfico 4.

Por fim, considerando apenas indicações, e não conversões, 66,5% dos entrevistados que os contrataram disseram que eles indicaram ao menos um tipo de loja para compra de materiais durante a obra, e 78,9%, que eles indicaram ao menos um tipo de material durante a obra. Vemos assim que, relativamente às indicações, os pintores exercem uma maior influência sobre produtos que poderão ser comprados do que sobre os tipos de lojas.

No entanto, devem-se considerar outros tipos de influências pós-indicações dos pintores – e quaisquer outros executores –, como preço, promoções no PDV, indisponibilidade na loja e ascendência dos vendedores/balconistas, muitas vezes alterando essas recomendações.

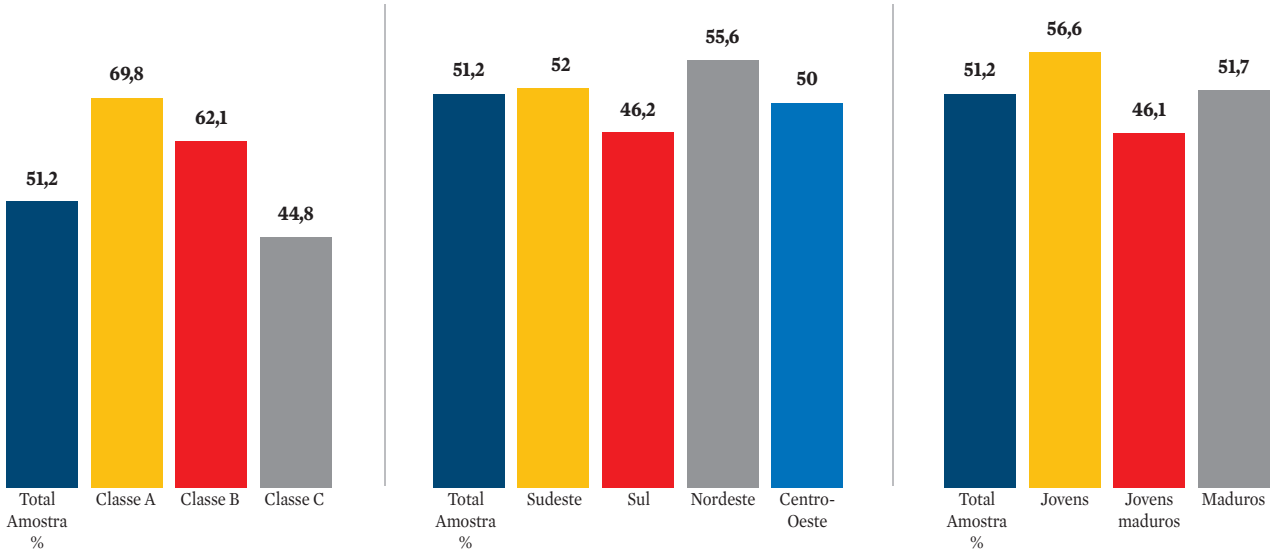
De qualquer maneira, a importância dos pintores para o negócio da construção e reforma é significativa, haja vista que, como bem vimos, é o segundo profissional mais contratado e exerce um alto grau de influência para escolha de lojas e produtos.

Newton Guimarães *é Head da Fundação de Dados, sistema de inteligência de mercado especializado no consumo de materiais de construção, móveis e itens para o lar, que realiza pesquisas e estudos próprios, multiclientes e customizados.*

GRÁFICO 4

PERFIS PREDOMINANTES DE CONSUMIDORES QUE CONTRATARAM PINTORES PARA OBRAS RESIDENCIAIS DURANTE O PERÍODO DE ISOLAMENTO SOCIAL

Fonte: Pesquisa 1 | 2021 | Fundação de Dados | Amostra absoluta: | 1021



Questão: Qual(is) profissionais foram contratados para a obra?

Amostra absoluta	1021				
Classe A	302	Sudeste	339	Jovens (23 a 30 anos)	317
Classe B	412	Sul	255	Jovens maduros (31 a 39 anos)	366
Classe C	307	Nordeste	243	Maduros (40 anos +)	338
		Centro-Oeste	184		

O MAIS COMPLETO ATACADISTA DE MATERIAL ELÉTRICO DO BRASIL

PRONTA-ENTREGA
ÓTIMA LOGÍSTICA
ATENDEMOS TODO BRASIL
MAIS DE 40.000 ITENS



Loja Elétrica Ltda. Desde 1947
www.lojaeletrica.com.br

ANEL: R. Prof. José Vieira de Mendonça, 11
Engenho Nogueira - Belo Horizonte/MG
Fone: 31 3218-8040
revenda@lojaeletrica.com.br

Seja nosso representante entre em contato pelo e-mail: revenda@lojaeletrica.com.br

O INCRÍVEL **BRUNO**



O paulistano Bruno de Quadros Alves Evangelista, 24 anos (@bruno_alves_pintor) é um profissional de pintura que gosta muito do que faz. Mesmo cursando o sexto semestre do curso de arquitetura da Unicid - Universidade Cidade São Paulo -, na Zona Leste de São Paulo, não fica um dia sem trabalhar, realizando pinturas residenciais.

"Quando começou a pandemia provocada pelo Coronavírus, achei que ia ter problemas de trabalho, mas foi justamente o contrário: não parei um dia de trabalhar", conta o rapaz, jovem, mas cheio de responsabilidade: pintor, casado com uma professora e pai de dois filhos, o Sander, de oito anos, e o Lourenço, de 3.

"As pessoas tiveram que passar mais tempo em casa, trabalhando remotamente e acabaram cuidando mais do lar, e a pintura provoca bem-estar nas pessoas. Por isso, não faltou trabalho. Agora mesmo (início de julho), estou pintando 6 apartamentos em Mogi da Cruzes, São Paulo. A única coisa que mudou foi a restrição de horário, mais limitado, das 9 da manhã até às 4 da tarde", sinaliza.

Bruno conta que foi preciso se adequar aos novos tempos de distanciamento social. "Não tinha mais o contato presencial, então criamos um grupo de pintores voltados para o trabalho de pintura residencial que agora tem oito mil membros e, todos os dias, temos de 100 a 200 solicitações de profissionais querendo fazer parte. Neste grupo, são postadas dicas de pintura para ajudar os profissionais", explica. "O nome do grupo é Vida de Pintor e tem muitas visualizações no Facebook", diz.

Bruno reclama apenas do aumento excessivo do material utilizado para o trabalho. "As indústrias estavam com muita demanda por produtos, mas com dificuldades para comprar matéria-prima. O titânio utilizado em tintas premium é importado e o preço aumentou muito, encarecendo para nós."

Quando Bruno é contratado para um trabalho, fornece todo o material a ser utilizado. "Hoje em dia, os consumidores estão mais esclarecidos e pesquisando preços e produtos, pois têm acesso aos sites e e-commerce das lojas. Por isso, prefiro trabalhar com produtos premium, de qualidade, que não ocasionarão problemas após o trabalho", diz.

Morador no bairro Jardim Robru, Zona Leste, perto de Guaianases, Bruno tem um parceiro para ajudá-lo nos trabalhos, o pintor Sandro Domingues de Oliveira. E explica que todo o cuidado é pouco para trabalhar: "Cuidados em relação às pessoas próximas, sempre medir a temperatura, sua e do parceiro, utilização de álcool em gel, uso de máscara quando falar com as outras pessoas e, quando o cliente é idoso, usar a máscara o tempo inteiro. Até agora, não tivemos casos de Covid-19", faz questão de informar.

"Eu gosto de falar com colegas, trocar experiências e descobrir novas técnicas de pintura e utilização de acessórios",

ATLAS Condor Hydronorth Preservando o seu bem-estar Iquine

conta, orgulhoso. “E, também, de realizar pinturas em grandes obras, como colégios da Zona Leste. Recentemente, pintei o Museu Catavento, no Parque D. Pedro, no centro de São Paulo. É muito gratificante ver uma escola pintada por mim e saber que o resultado final da pintura vai trazer bem-estar para os alunos”, encerra.

O pai, Roberto Alves, 45 anos, é o grande inspirador de Bruno. “Nós trabalhamos juntos e nos damos muito bem. Ele também fazia palestras e sempre me levava. Não vejo a hora da volta da normalidade para realizar as palestras e participar de vários cursos presenciais.”



VIDA DE PINTOR

Bruno, seu pai Roberto e o amigo Sandro

NUNCA É TARDE

Peter Ferreira, 40 anos, São Paulo, diz que “se tornou” pintor tarde, aos 28 anos, depois de várias experiências em outras profissões, inclusive, na cidade de Salto del Guairá, no Paraguai, levado por um primo, para trabalhar com vendas.

“Não deu muito certo e resolvi mudar completamente de rumo: me matriculei no curso de pedreiro e desenho técnico, e, depois, de pintor, no Senai de Santo Amaro, Zona Sul de São Paulo, e sai pintando”, brinca.

Só que Peter não brincou. Ao contrário, levou muito a sério o que aprendeu e resolveu colocar em prática.

“Comecei a fazer pequenos trabalhos de pintura imobiliária e fui conquistando clientes. Mas, também, não parei de procurar melhorar. Em 2012 e 2013 fiz cursos de pintura imobiliária e textura, no Senai do Tatuapé, na Zona Leste de São Paulo, e aumentei, ainda mais, o meu portfólio. Eu, sempre, digo aos que têm vontade de começar na profissão: estudem, procurem cursos técnicos, pois serão úteis para o aprendizado. O talento natural com informações técnicas é fundamental em nossa profissão”, recomenda.

“Além dos cursos, é importante trocar experiências com amigos. Por isso estou, sempre, conversando com outros colegas da profissão”, diz.

Para se atualizar, Peter conta que frequentava treinamentos realizados pelos fabricantes. Agora estão parados por causa da pandemia, mas são importantes e vou fazer novamente quando tudo se normalizar”, diz.

“AMO O QUE FAÇO”

O curitibano Clayton Ramos é pintor há 20 anos. Começou como auxiliar, fez vários cursos profissionalizantes de pintura e está muito satisfeito com a profissão que escolheu.

“Eu me descobri pintor imobiliário e amo o que faço. Faço trabalhos em Curitiba e até em Florianópolis, Santa Catarina, por indicação dos meus clientes. Aliás, o mais importante, em nossa profissão, são as indicações. Isso atesta a qualidade do nosso trabalho e, com a pandemia, tivemos que ficar distantes desses contatos, mas logo tudo voltará ao normal”, diz.

Clayton é um profissional diferenciado. Engajado na valorização da profissão, é um dos fundadores do Movimento Brasil por um Pintor Melhor, que está virando Associação. Graças ao bom trabalho realizado, Clayton abriu a Estilo Pintura, sua empresa de pinturas, com dois funcionários.

Suvinil
TINTAS LUZTOL Qualidade Superior



TOQUE DE CLASSE

Fabricadas para garantir a segurança da casa, sem deixar de lado a beleza, as fechaduras, manuais ou eletrônicas servem como cartão de visita. Atualmente, os modelos eletrônicos têm se sobressaido nos escritórios, prédios residenciais ou comerciais ou condomínios. Mas o Sistema tradicional continua em alta por oferecer beleza e segurança.



AROUCA



Daniela Lucchesi - Gerente Nacional de vendas, explica que a Arouca está sempre atualizando os principais produtos, com novos acabamentos, melhorias tecnológicas e de funcionamento, trazendo ao mercado tendências e sempre buscando o melhor custo benefício ao consumidor.

Lançamentos – "Lançamos a DIGI , única fechadura com biometria dentro dos padrões ABNT , fácil instalação e melhor custo-benefício dispensando o uso de produtos auxiliares no funcionamento como puxadores e trincos auxiliares. Além das fechaduras FLAT E DELTA , que fazem parte da nossa linha PREMIUM, que são fechaduras modernas, elegantes e robustas que trazem toda sofisticação e qualidade Arouca."

Revendedores – "O mundo mudou e mudamos junto. Utilizamos as ferramentas tecnológicas para nos auxiliar neste momento, como plataformas de comunicações remotas, aplicativos de mensagens e videoconferências para manter o atendimento aos clientes e revendedores com a qualidade e segurança necessária."

Mercado – "O mercado está muito aquecido, e as vendas em patamares bem superiores ao ano de 2020."

ASSA ABLOY

A Papaiz, marca da Assa Abloy, fabrica fechaduras com qualidade e segurança para os brasileiros há quase 70 anos. Robson Donato, Diretor de Unidade de Negócios da



Papaiz, Yale e La Fonte, explica que os “nossos produtos são atualizados com frequência. Somos respeitados por nossas soluções tradicionais e também inovadora. Temos atualizações em fechaduras tradicionais, com destaque para a Linha Standard, Design e Inoxvita, que possuem alto desempenho no mercado e design exclusivo. A Linha Inoxvita, por exemplo, no tempo atual onde as pessoas estão mais em casa devido ao cenário de pandemia, é muito procurada nas áreas litorâneas e para quem procura por fechaduras robustas e duráveis. Muitas famílias aproveitaram este momento para reformas e para criarem escritórios de home office. Por essas Linhas terem maior durabilidade e resistência, além de serem fabricadas com matérias-primas de primeira qualidade, a procura para projetos de lançamentos imobiliários também é alta.

Além dos produtos mencionados, a marca também inovou na Linha de Digitais, com o CFM, que é a fechadura eletrônica para móveis de madeira e que agora possui o novo modelo para móveis de aço. Com isso, conseguimos atingir uma boa lacuna no mercado em diversos setores. Outra Linha que traz novidades é a de Fechaduras Digitais, com destaque para os modelos SL120 e SL130. Ambas fechaduras possuem excelente custo-benefício, alta proteção e design diferenciado. A Fechadura SL120 alia segurança e tecnologia, por isso, ela está sendo muito demandada em novos empreendimentos imobiliários e projetos residenciais, onde as famílias estão mais presentes em seus lares. Já, a SL130 possui toda a inovação da marca Papaiz. Este produto, além de ser seguro, possui acesso por leitor biométrico e possui design sofisticado. Por este motivo, a SL130 é muito demandada em projetos de arquitetura que exigem peças elegantes e exclusivas por um custo acessível.”

Lançamentos – “O foco da Papaiz é sempre renovar o portfólio de acordo com estudos que são feitos no mercado. Dessa forma, a marca lançou novos modelos de fechaduras de todas as linhas, como a Standard, Design e Inoxvita, mas também lançou a Trava Rolete 3780 que teve uma receptividade muito alta no mercado.

A Trava Rolete 3780 traz alta segurança. Além disso, ela protege o local e possui design elegante e sofisticado. Estamos muito confiantes em este produto. Não podemos deixar de citar também a Fechadura Eletrônica para Móveis de Aço e as Fechaduras Digitais SL120 e 130. Estes produtos são muito inovadores e com excelente custo-benefício. A Fechadura Digital SL120 possui acesso por senha e tela anti-impressão digital, que não deixa marcas quando a senha é digitada. Este é um modelo seguro, tecnológico e com excelente saída. Além disso, a SL120 é muito procurada em projetos residenciais, lançamentos imobiliários e escritórios. Já, a Fechadura Digital SL130 possui acesso via fingerprint, ou seja, por leitor biométrico. Este modelo traz toda a proteção e confiança da marca Papaiz, além de ter design único. A SL130 está sendo muito demandada em projetos de home office, escritórios, consultórios médicos, entre outros.”

Revendedores – “A Papaiz sempre investiu em treinamentos e atendimento aos revendedores. Com a pandemia não foi diferente. Nós nos adaptamos a esta nova realidade com muita rapidez, pois nossa equipe já utilizava ferramentas digitais no dia a dia para treinamentos e atendimento. Neste período, o treinamento online para os nossos revendedores foi reforçado.

Além disso, nós participamos do maior programa de pontos para revendedores de material de construção e permitimos a compra de nossos produtos de maneira confiável e segura em todos os pontos de venda.”

Mercado – “Tivemos faturamento positivo com fechaduras. A demanda está alta devido à alta procura de itens do setor da construção civil. Além disso, há uma busca maior por segurança. As casas e os condomínios estão investindo mais em proteção. As pessoas querem se sentir mais tranquilas em seus lares.

Outro ponto é o home office em crescimento, onde há mais busca por segurança e os nossos produtos atendem a esta demanda. Nós estamos muito otimistas com os resultados deste ano.”



HAGA

André Cereja, assessor de comunicação Haga informa que todas as linhas de produtos Haga, no acabamento cromado, foram aprovados em rigorosos testes de resistência ao uso recorrente de álcool 70% na higienização das mãos conforme orientação dos órgãos de saúde."



Lançamentos – "A Haga ainda acaba de lançar as novas Dobradiças Overlay, sem necessidade de entalhe para instalação e o novo Kit para Porta de Correr, com todas as ferragens e acessórios para instalação simples e rápida."

Revendedores – "A empresa implementou departamento interno de telemarketing para tratamento direto aos revendedores e clentes de modo geral. Todas jornadas dos atendimentos são acompanhadas por uma Gestão de Relacionamento com o Cliente, até o fechamento final dos mais diversos tipos de demandas.

A Haga acredita que é conversando com os empresários, ouvindo e entendendo as necessidades deles e dos seus consumidores que seremos capazes de criar cenários adequados para distribuição dos nossos produtos. Através dos nossos canais sociais oficiais (hagabrasil) no Facebook, Instagram e Likedin, foi percebido maior envolvimento do consumidor buscando orientação, bem como dos revendedores compartilhando, promovendo e mencionando a marca Haga. Além dos meios de contato já conhecidos como telephone, Whatsapp, email e chat online, as redes sociais chegaram para permitir essa maior interação com todos os nossos grupos de clientes, principalmente nesse momento."

Mercado – "Após a euforia ocorrida no ultimo trimestre de 2020 e no primeiro trimestre de 2021, hoje se percebe uma certa acomodação no mercado que volta aos patamares mais coerentes com a realidade econômica. Pelo atual volume de vendas de cimento se espera um desempenho melhor neste semestre para os materiais finais de obra como acabamentos e fechaduras."

IMAB

Luís Antônio Barbosa, Diretor IMAB - Indústria Metalúrgica, explica que a empresa está presente no mercado nacional da construção civil há mais de meio século, e se mantém atualizada para acompanhar as evoluções e demandas de seus clientes e consumidores.

Os produtos IMAB passam por constantes avaliações internas e a tecnologia superior aliada aos testes laboratoriais garantem os melhores desempenhos.

Tendo em vista este momento em que as pessoas estão permanecendo mais tempo nos interiores de suas residências e, assim procurando melhorias para seu conforto e segurança, a IMAB lançou uma linha de conjuntos de maçanetas com designs modernos e diversas opções de acabamentos e combinações, que conferem um ambiente mais acolhedor. O interessante dos produtos IMAB é que harmonizam, perfeitamente, tanto em ambientes residenciais, como corporativos.

É importante ressaltar que os conjuntos de fechaduras e maçanetas IMAB seguem os padrões ABNT, facilitando a substituição por outro modelo IMAB ou, até mesmo, de terceiros.



Do projeto ao acabamento, **a Tramontina tem.**











A Tramontina tem uma linha de produtos para qualquer reforma ou construção. Faça a escolha certa para sua loja.

Escolha Tramontina.

TRAMONTINA

o prazer de fazer bonito

No quesito segurança, a IMAB destaca as fechaduras da linha 4900. Este modelo padrão ABNT NBR 14913 tipo V (broca 55 mm), apresenta alto grau de sofisticação e funcionalidade mecânica, além da praticidade e segurança da tecnologia TECNOPONTO (chaves com pontos, pinos de alta precisão e códigos gerados por computador).

A lingueta da fechadura 4900 é composta por 3 pinos rolantes em aço inox reforçado. Seu estrutura e molas super-reforçadas conferem maior estabilidade e robustez para suportar longos ciclos de utilização. Sem dúvida, um produto para quem busca segurança.

Adaptando-se às novas medidas impostas pelas autoridades sanitárias e cumprindo os protocolos de segurança, todos os colaboradores IMAB estão preparados para atender os clientes de forma segura e seguindo as determinações de cada região. Esta adaptação foi muito tranquila para os colaboradores IMAB, visto que, a indústria já segue um rígido protocolo de segurança no trabalho. A IMAB está atendendo, produzindo e entregando, normalmente.

Neste primeiro semestre de 2021, notamos um aquecimento no mercado que vem crescendo em um ritmo moderado, desde o ano de 2020. Isto se deve, não só pelo momento de reformas residenciais motivados pelo mercado imobiliário de imóveis usados, como pelos lançamentos imobiliários.

A IMAB e seus colaboradores seguem confiantes de que o fim da pandemia está próximo e o Brasil voltará a crescer.

PADO

Nathan Bampi, diretor comercial da Pado informa que foram feitas atualizações nos produtos. “Atualizamos a máquina da fechadura rolete 55mm, padronizando com a mesma furação da nossa máquina 55mm tradicional, ganhamos agilidade no processo dessa padronização, disponibilizamos a versão rolete e rolete magnético na máquina de alta segurança e atualizamos os acabamentos disponíveis nas fechaduras, com o lançamento de 4 novos acabamentos: cobre escovado, red gold escovado, grafite escovado e grafite polido. Também incluímos em nosso portfólio as opções de banheiro para as fechaduras rolete e travas auxiliares”, diz.

Lançamentos – “Lançamos a fechadura digital FDE-101RM, uma fechadura eletrónica com abertura por



senha e biometria, com um grande diferencial, possuí rolete magnético que propicia um fechamento mais suave e sem riscos as portas com batente de expessura maior, também a primeira fechadura eletrónica da nossa linha a ter máquina 55mm padrão ABNT, produzida internamente com a mesma furação dos modelos tradicionais, que facilita a substituição para a fechadura digital. Lançamos as travas para portas pivotante, travas para portas de correr com fechamento conhecido como “asa de avião”, trava para portas e portões para perfil estreito.

Um dos maiores lançamentos sem dúvida é a maçaneta Ascot. A PADO trouxe em seu portfólio a primeira maçaneta do segmento a ser assinada por um arquiteto renomado, Fabricio Roncca, esse modelo tem como inspiração o processo de lapidação de diamantes.”

Revendedores – “Intensificamos a utilização de novas tecnologias e processos para se aproximar dos nossos clientes em períodos que as lojas faziam o atendimento apenas no sistema de entrega ou delivery. Lançamos recentemente um novo canal de venda B2B – lojista.pado.com.br, onde nosso cliente pode adquirir nossos produtos diretamente do site, mantendo nossos canais de vendas tradicionais: representantes e tele-vendas. Investimos também em conteúdo, com a construção de um estúdio com os melhores equipamentos e infra-estrutura, para levar informações mais rapidamente na ponta ou para os lojistas que vendem nossos produtos.”



Fundada em 1983, a Center Fertin é um atacadista distribuidor de materiais de construção, que atua na região sudeste e parte do sul do Brasil. Reconhecida como uma das maiores distribuidoras do Brasil, a Center Fertin tem por objetivo oferecer as melhores marcas do mercado a preços competitivos e, principalmente, um serviço de qualidade, sendo sempre a melhor opção para seus clientes.

Para isso, a Center Fertin conta com um extenso portfólio de mais de 8.000 itens e uma competente equipe atuando interna e externamente. Somado a isso, busca oferecer uma maior agilidade realizando suas entregas, majoritariamente, com frota própria por motoristas e ajudantes treinados e capacitados.

Movidos pela satisfação dos clientes, mesmo durante a pandemia, a Fertin manteve as portas abertas, seguindo todos os protocolos de segurança, visando manter seus clientes sempre abastecidos e trabalhando para levar a maior variedade de produtos, prestando um serviço com cada vez mais agilidade e segurança.



AQUI, CADA CLIENTE É IMPORTANTE!

E é por isso que cada negócio é tratado com o devido cuidado.
Na **Center Fertin**, você fará o melhor negócio para sua empresa!

TRADIÇÃO
desde 1983 no mercado no ramo de materiais para construção

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

ATENDIMENTO DE QUALIDADE
competente equipe atuando interna e externamente

ENTREGA PRÓPRIA
entregas, majoritariamente, com frota própria por motoristas e ajudantes capacitados

DISTRIBUIDOR OFICIAL TIGRE
distribuidor oficial Tigre em São Paulo, oferecendo serviços exclusivos

Center Fertin
ATACADISTA E DISTRIBUIDOR

GRANDE SÃO PAULO (11) 3376.8000 | (11) 5515.8000 - OUTRAS LOCALIDADES 0800.722.0808
www.centerfertin.com.br vendas@centerfertin.com.br /Centerfertin



BANHO DE CACHOEIRA

Os sistemas de aquecimento utilizados atualmente no país podem ser a gás, elétrico ou solar. As opções são muitas e o investimento também. Mas a procura cresce bastante, afinal o banho é uma experiência reconfortante e os produtos também ajudam a economizer água.

CARDAL

José Roberto Muro, Gerente Comercial da Cardal, explica que foi modernizada toda a linha tradicional de aquecedores.

"Lançamos a linha de Aquecedores Individuais 4T Alta/Baixa pressão, que suporta 100 m c.a. e trabalhamos com 3 linhas de aquecimento: Aquecedores Individuais, Centrais e Aquecedores para Piscina, atendendo diferentes segmentos de mercado."

Revendedores – "Continuamos com o atendimento presencial e intensificamos o atendimento online."



Quanto ao mercado, Muro destaca que o mercado está aquecido para este segmento e as estão nos mesmos níveis de 2020.

KOMECO

Jaciel Zawadski , Gerente Nacional de Vendas da Komeco explica as atualizações da empresa: “Estamos sempre em desenvolvimento de cada uma das nossas linhas de produtos a fim de agregar mais tecnologia aos lançamentos. Neste ano de 2021, já lançamos alguns produtos e até o fim do ano, teremos mais novidades para as linhas de aquecedores a gás, bombas e pressurizadores da marca.

Inclusive, a linha PRIME de aquecedores a gás vem recebendo melhorias em seus componentes eletrônicos para melhorar ainda mais a experiência dos nossos consumidores. Tratando-se de alta tecnologia, os novos lançamentos serão surpreendentes tanto para o público final quanto para os técnicos e representantes da Komeco.

O mercado necessita de boas atualizações, por isso, agregamos mais interatividade aos nossos equipamentos, ou seja, nossos aquecedores passarão a receber o módulo Wi-Fi.

Lançamentos – “Queremos proporcionar boas experiências, por isso, trabalhamos de forma contínua e dedicada em cada novo produto. Cada lançamento representa muito mais que tecnologia e inovação, é uma nova chance de oferecermos qualidade e bem-estar aos nossos consumidores.

Nós ampliamos o nosso portfólio de produtos da linha PRIME com o aquecedor a gás KO 45 Prime e acabamos de lançar uma nova linha de aquecedor a gás exclusiva para ambientes externos, o novo KO EX que vamos explicar melhor sobre cada diferencial abaixo.

As novidades não pararão por aí! Sem muitos spoilers, lançaremos para o segundo semestre de 2021 um novo aquecedor a gás com uma proposta diferente que une tecnologia e design. Estamos ansiosos para isso!

Ainda para o segundo semestre de 2021, pretendemos lançar novos produtos nas linhas de bombas e pressurizadores e o Aplicativo Komeco para Android e IOS, onde os consumidores passarão a controlar o seu aquecedor diretamente do seu smartphone.

Diferenciais – “A linha PRIME da Komeco é uma das linhas de aquecedores a gás que possui o que há de mais tecnológico e inovador em seus componentes técnicos, abaixo listamos as principais funcionalidades presentes:

Tecnologia SMD e sistema DUAL BORD: são duas placas eletrônicas, onde em uma (placa de controle) é possível controlar todas as funções gerais do aparelho e a outra (placa de potência) é responsável por controlar toda a alimentação elétrica do aquecedor, evitando danos causados por oscilação de energia elétrica.

Painel Touch Screen: nele é possível ter um controle total da temperatura, visualizar o acendimento da chama, o funcionamento da ventoinha e vazão da água.

Módulo Wi-Fi: possibilita maior interatividade com o equipamento através do controle das funções diretamente no smartphone.

Sistemas integrados de segurança:

Função solar: um sistema de segurança que economiza gás e energia, assim quando a função está ativa e a água entra no aparelho na mesma temperatura do display, o produto permanecerá em espera (stand-by).

Trocador de calor: feito em cobre “free oxygen” que é um metal com durabilidade muito maior do que o cobre comum. Seu sistema coil-less aumenta a absorção de calor e a durabilidade do aparelho.

Válvula de alívio: Limita eventuais aumentos anormais de pressão da água, assim protegendo o aquecedor.
Exaustão Forçada: A ventoinha força a saída de gases para a área externa, trazendo segurança para o ambiente. E ainda possui um componente semi-eletrônico que detecta quaisquer obstruções na chaminé antes, durante ou depois de ser ligado.
Queimador: feito em PURO AÇO INOX, possui maior potência de chama em menor espaço.
Ignição automática: o sistema ativa imediatamente após abrir um ponto de consumo de água quente.
Câmara de combustão: com modulação em 3 estágios, a câmara tem até 5 combinações de combustão, acelerando o aquecimento da água e reduzindo o consumo de gás do seu aquecedor.
Controle de temperatura: sistema inteligente de controle de temperatura sem a necessidade de adicionar água fria à água quente, garantindo a temperatura precisa digitada no display.
Controle de vazão de água: Controla, automaticamente, a vazão da água, garantindo a temperatura solicitada.
O lançamento KO 45 Prime possui todas essas funcionalidades e ainda a opção de escolhê-lo em suas versões branco ou inox (inox de verdade), tornando o ambiente muito mais elegante e moderno.

KO EX

Esse foi nosso último lançamento do primeiro semestre de 2021, o KO EX. O único aquecedor a gás do mercado brasileiro desenvolvido exclusivamente para ser instalado no exterior da edificação. Em uma única versão branca, o KO EX possui uma pintura especial capaz de resistir a oxidação, ou seja, não oxida nem desgasta devido ao tempo. Isso quer dizer que ele suporta intempéries como mal tempo e maresia do litoral.
Além de apresentar toda a tecnologia, funcionalidades e sistemas de segurança dos aquecedores da linha PRIME, como a tecnologia SMD, 11 sistemas de segurança, função solar, o KO EX é indicado para três duchas e duas torneiras simultâneas com muita vazão de água quente. Seu queimador de calor foi feito em puro aço inox capaz de produzir uma chama mais concentrada, dessa forma, reduzindo a emissão de monóxido de carbono, o que também deixa a chama mais limpa.



O modelo KO EX da Komeco vem acompanhado de controle remoto por fio que pode ser instalado próximo do aquecedor ou no banheiro, gerando mais conforto para o usuário ao controlar a temperatura da água. Caso seja necessário, o KO EX poderá ser instalado também em ambientes internos, basta utilizar o adaptador que o acompanha.
Revendedores – “Logo que iniciou a pandemia, a Komeco precisou se reinventar e rapidamente todo o atendimento passou a ser 100% remoto onde cada colaborador desempenhou o seu papel em Home Office. E essa adaptação foi melhor do que imaginávamos, isso porque possuímos uma excelente estrutura de TI e o nosso sistema já era 100% digital, então não houve grandes problemas. Além disso, desenvolvemos a UNIVERSIDADE KOMECO, uma plataforma de cursos e treinamentos online voltados para cada linha de aquecedores a gás. Essa plataforma vem sendo um sucesso entre técnicos e clientes, assim, conseguimos aproximar as distâncias e tornar a nossa comunicação mais precisa e humana.”
Mercado – “As vendas estão indo muito bem. Nós conseguimos planejar um crescimento de 2020 para 2021 bastante expressivo e até o momento nossos números estão em constante crescimento. “O mercado se encontra com grande potencial de compras altamente aquecido e superando as expectativas da indústria”, explica Jaciel Zawadski, Gerente Nacional de Vendas da divisão de aquecedores a gás da Komeco.”

LORENZETTI

"A Lorenzetti é líder nacional há décadas na categoria de aquecedores de água a gás e sempre busca renovar o portfólio, com soluções para diversas demandas residenciais e comerciais. Entre as novidades apresentadas recentemente, os destaques ficam por conta dos modelos LZ 1600DE, na cor branca, e LZ 1600DE-I, na sofisticada cor inox", conta Paulo Galina, gerente de marketing da Lorenzetti.

E continua: "Os produtos foram desenvolvidos para oferecer eficiência no funcionamento com o máximo de segurança. A versão na cor inox foi criada para atender aos projetos de cozinhas conjugadas com lavanderias, mantendo a harmonia no espaço. Os produtos têm vazão de 15 litros/min, com capacidade para atender até dois pontos simultaneamente.

Ideais para todas as estações do ano, os aquecedores possuem controle eletrônico digital, que permite programar a temperatura de maneira precisa, a partir de sensores e do fluxo de água, que asseguram o máximo de conforto. Os produtos apresentam display touch, que possibilita controlar todas as funções com um simples toque.

A segurança é garantida pelo sistema de exaustão forçada inteligente, que evita o retorno de gases de combustão para o ambiente em caso de correntes de vento, principalmente quando o aparelho está instalado em edifícios mais altos."

Diferenciais – "Os produtos têm vazão de 15 litros/min, com capacidade para atender até dois pontos simultaneamente.

Ideais para todas as estações do ano, os novos aquecedores possuem controle eletrônico digital, que permite que a temperatura seja programada de maneira precisa, a partir de sensores de temperatura e do fluxo de água, que asseguram o máximo de conforto. Os produtos apresentam display touch, que possibilita controlar todas as funções com um simples toque. A tecnologia empregada permite a programação do volume de água desejado, ideal para encher uma banheira, por exemplo.





A segurança é garantida pelo sistema de exaustão forçada inteligente, que evita o retorno de gases de combustão para o ambiente em caso de correntes de vento, principalmente quando o aparelho está instalado em edifícios mais altos, onde há maior incidência de ventos.

Os produtos estão disponíveis para uso com Gás Natural (GN) e Gás Liquefeito de Petróleo (GLP). Com três anos de garantia, o desempenho dos aquecedores da Lorenzetti é reconhecido pelo INMETRO, com classificação "A" no Programa Brasileiro de Etiquetagem, que reconhece a alta performance dos produtos com baixo consumo de energia. Os dois lançamentos são bivolt automático."

Mercado – "O mercado de materiais de construção realmente está em alta de modo geral. Iniciamos 2021 com algumas incertezas sobre a pandemia e a questão da falta de insumos/matérias-primas foi um ponto sensível na operação ao longo do período, mas ainda sim temos registrado bons números. Os dados de mercado também reforçam esse panorama. Segundo aponta pesquisa realizada pela Associação Brasileira da Indústria Materiais de Construção (Abramat), a estimativa é que o ano de 2021 seja o melhor da década, em termos de faturamento deflacionado, para o setor de materiais de construção."

RINNAI

Leonardo Nogueira de Abreu Gerente de Marketing da Rinnai destaca os lançamentos: "Lançamos versões de cores alternativas de alguns dos modelos mais vendidos, como o E21 e E33 Black ou o E15 Prata, que se encaixam com maior facilidade em ambientes com design mais arrojado."

Estamos lançando um aquecedor que é uma revolução tecnológica, o C40 Sensei. Com sistema condensing, queimador pré-mistura superior, baixo teor de emissões de óxido nitroso e altíssima eficiência.

Diferenciais – "A linha de aquecedor Rinnai é composta por aparelhos fabricados no Brasil, que correspondem aos modelos mais vendidos, basicamente. Produzindo



localmente com tecnologia Japonesa, os aquecedores Rinnai têm um nível de qualidade reconhecido por revendedores e consumidores de todo o Brasil."

Revendedores – "Além da óbvia restrição a aglomerações e todos os cuidados essenciais até para uma visita de rotina, uma mudança significativa foi a necessidade de orientar e suprir os revendedores com ferramentas para aprimorar a presença digital e no comércio eletrônico."

Mercado – "Acompanhando o mercado de construção como um todo, a demanda está aquecida, e os desafios hoje em dia estão no lado da produção, enfrentando a escassez e aumento de custo de matérias primas ao passo que devemos atender à procura crescente e manter os preços em um patamar razoável."

AQUECIMENTO SOLAR PARA PISCINAS

Quem possui uma piscina em casa sabe que durante o inverno o seu uso pode acabar sendo menor devido à baixa temperatura da água. Novos modelos de coletores solares permitem o aquecimento da água de forma mais rápida e barata, aumentando o uso durante os meses mais frios do ano.

Os "coletores helicoidais", como são conhecidos, são desenvolvidos para aquecer a água da piscina em menor tempo, utilizando menor área de telhado do cliente. A água circula pelas tubulações dos coletores e faz com que a piscina se mantenha aquecida, utilizando o calor do sol. Normalmente, a temperatura da piscina sem aquecedor fica em torno de 20ºC, mas com o uso de coletores solares e em dias de boas condições climáticas, a média pode aumentar para a marca de 28ºC a até 32ºC.

"Em dias frios, é mais difícil chegar na marca dos 32ºC por conta da baixa incidência solar, mas ainda é suficiente para 'quebrar o gelo'", diz Carlos Heise, CEO da Girassol Solar, empresa pioneira no conceito dos coletores helicoidais.

O sistema de instalação se ajusta facilmente às estruturas de piscinas já existentes e ao visual de qualquer telhado. Isso permite que o cliente não tenha que comprometer o design do ambiente e ainda tenha a eficiência total do produto. "Além disso, por utilizar energia solar, é uma solução mais amigável ao meio ambiente e mais barata para o consumidor final", complementa Carlos.

planeta água purificadores

Qualidade comprovada
Marca pioneira na certificação voluntária de elementos filtrantes.

Agilidade no embarque
Nosso estoque é renovado constantemente para garantir **o embarque mais rápido do mercado.**

A Planeta Água
tem tudo
o que a sua loja precisa



www.planetaagua.ind.br

Seja um **revendedor**

Casa do LOJISTA ATACADISTA

TUDO PARA SUA LOJA

WWW.CASADOLOJISTA.COM.BR @CASADOLOJISTAOFICIAL

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



BARUERI



MARGINAL



PARI



CAMPINAS



SÃO JOSÉ DOS CAMPOS



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



BEBA SAÚDE

Ter um filtro, purificador de água ou bebedouro em casa se tornou uma necessidade nos tempos atuais. Difícil confiar na qualidade da água que recebemos em casa, por isso é bom ter na vitrine modelos de produtos para todos os gostos e bolsos.

ACQUABIOS

Daiane Panazzolo, CEO da Acquabios, diz que a empresa atualizou os produtos que têm melhor desempenho no mercado?

"Atualizamos a linha Colors adicionado a opção de 1/4" de volta, proporcionando ao usuário mais praticidade na abertura e fechamento do registro."

Lançamentos – "Ampliamos neste primeiro trimestre a linha de refis para reposições multimarcas e acabamos de lançar a Linha New - um produto com design minimalista e com um forte apelo comercial: um refil adicional grátis para a primeira troca, ou seja: 1 ano de água pura."

Revendedores – "Vários clientes possuem vendas on-line, por meio de marketplaces ou de suas próprias lojas virtuais, percebemos menor impacto na queda de vendas para quem já estava preparado para vendas nesta modalidade.

Os demais clientes, fizemos contato com toda a carteira nos colocando a disposição para juntos encontrarmos soluções que permitissem atravessar o momento, várias ações foram tomadas para que nenhum cliente ficasse sem o devido atendimento que a situação exigia, essa oportu-



nidade nos aproximou ainda mais do nosso cliente."

Instalação – "Nosso passo a passo é desenvolvido para o do it yourself (DIY) ou faça você mesmo, de modo que o comprador possa realizar a instalação sem grande complexidade. Todos os equipamentos possuem as informações em suas embalagens."

Mercado – "Acreditamos em uma retomada de médio prazo. Contudo não podemos desprezar de que uma forte mudança no comportamento e nos hábitos está ocorrendo. A adaptação a essas mudanças de modo prático e rápido com certeza será um fator que vai agilizar a retomada das receitas aos níveis anteriores a pandemia".

HIDROFILTROS

"Fizemos algumas revisões para entender como os nossos produtos se adequam ao contexto emm que vivemos. O Purificador Facile, por exemolo, possui um acionador com ação antimicrobiana (inativa vírus e bactérias), o que se torna fundamental no combate ao vírus. Além disso, lançamos esse ano uma versão do purificador com eficiência bacteriológica, que elimina 99,9% das bactérias da água. Vale ressaltar que esse produto foi inclusive premiado pelo Design no final de 2020 pela Brasil Design Award na categoria Voto Popular. Produto muito compacto e que tem aceitação muito grande no mercado.", informa Claudio Chaves Diretor Presidente.

Outro destaque dessa linha são os refis de fácil instalação e manutenção buscando o conceito do "Do it Yourself", algo muito importante, principalmente durante esta pandemia onde as visitas de técnicos se tornarram inviáveis em alguns casos.

"Observamos também que o Refil C3 para reter cloro atende uma demanda ambiental, pois possui vida útil de até 10 mil litros de água.

Especificamente para bebedouro, temos alguns produtos onde destacamos o "new filter flow", utilkizado em bebedouros de coluna/pressão. Este produto tem clase "D" de filtração e vida útil para até 1000 litros de água tratada. Retira o cloro através do carvão ativado granulado. É um produto eficiente e com custo muito acessível aos lojistas especializados na manutenção e prestação de serviços."

Lançamentos – "Mesmo vivendo uma pandemia, a Hidrofiltros não parou com seus projetos. Tivemos inúmeros lançamentos entre junho de 2020 e junho de 2021, onde, como já comentado, destacamos a Linha Facile, sobretudo com o purificador para água natural modelo Facile C3 (redução de cloro e sedimentos com 10 mil ligros de vida útil) e C7 (ação bacteriológica). São os purificadores mais compactos da categoria.

Além disso, lançamos diversos outros refis compatíveis com outras marcas, como Consul e Electrolux, e agora estamos dando início a uma parceria com a Latina Ele-



trodomésticos: distrubuiremos refis originais e seus conceituados Purificadores de Água Gelada."
Revendedores – "Como todos, tivemos que nos adequar às regras de distanciamento. Passamos a atuar com mais proximidade através de video chamadas e conferências virtuais. Este modelo vem agradando tanto aos clientes como nosso pessoal de linha de frente. Aproximamos e humanizamos mesmo com todas as difciculdades impostas pelo advento da pandemia.
Nos ambientes em que foi possível acessar pessoalmente, já fizemos e observamos que há uma flexibilidade maior para visitas presenciais neste momento."
Instalação – "Toda nossa linha acompanha um rico manual de instruções além de um suporte técnico avançado direto de fábrica se o cliente ainda tiver dúvidas. Na realidade são instalações simples e que tendo as ferramentas básicas, em questão de minutos a pessoa estará tomando uma água cristalina e gostosa. Os refis da linha Facile, por exemplo, são de engate rápido e podem ser trocados em menos de 8 segundos.Na Hidrofiltros, a venda não termina na entrega do produto no ponto de venda, procuramos dar assistência aos consumidores através do SAC e envio de informações e novidades pelos nossos portais e canais de atendimento."
Mercado – "Estamos em franco crescimento, nossa meta é crescer 40% neste ano de 2021. Nós ampliamos nossa oferta de produtos ao mercado nos últimos doze meses. A qualidade da água piora a cada ano, o que é um fato lamentável, mas com ele vem a demanda. As pessoas, ao ficarem em casa, perceberam que ter uma água de qualidade faz diferença neste momento; estão mais atentas à saúde."

IBBL

A IBBL, marca nacional que integra a Culligan, líder mundial em tratamento de água, presente em mais de 90 países, começa 2021 trazendo novidades para o mercado de purificadores de água. A empresa lançou a Linha de Purificadores Viváx, com quatro novas opções de pro-





dutos, que aliam design de ponta, praticidade, alta capacidade de refrigeração e, tecnologia de purificação.

A nova linha é uma evolução do IBBL Viváx, que já consta no portfólio da empresa – um purificador supercompacto com design clean e leve, de fácil acionamento (UP) e ideal para bancadas e paredes. “Nosso objetivo, com o lançamento, foi ampliar nosso leque de opções, trazendo versões que atendam às diferentes demandas do público, desde opções mais simples e compactas, até produtos para aqueles que buscam água gelada e pura para uma família grande ou espaços compartilhados. Um atrativo extra é o design, elaborado para harmonizar com diversos tipos de ambientes”, afirma Antonio Trentini, diretor de negócios da IBBL.

As diferentes versões contemplam as diversas necessidades do público: capacidade de refrigeração (0,94 l/h ou 1,5 l/h); modo de acionamento (registro ou touch) e versão do refil (com o novo refil C+3 Max - outro lançamento da marca - que conta com maior capacidade de purificação, ou o CZ+7, com eficiência bacteriológica).

Todos os modelos possuem design diferenciado da Família Viváx e estão disponíveis nas cores branca, preta e prata; contam com refrigeração por ecocompressor, que não agride o meio ambiente; bica fixa de saída da água com arejador (que encorpa o fluxo de água, deixando-o mais coeso, evitando efeito splash); pingadeira removível, com indicador de nível para mostrar quando ela está cheia e precisa ser esvaziada e acionamento independe de água natural ou gelada.

Diferenciais – Viváx Max: Com design inovador, que se adapta a qualquer ambiente, o Viváx Max traz novidade no refil: a versão C+3 Max, com vida útil aumentada para 4.500 litros ou 9 a 12 meses de uso. E o design ainda deixa visível o refil, permitindo que seja fácil lembrar a data de troca.

Vale lembrar que o refil C+3 Max, com 3 etapas de purificação, controla a proliferação de bactérias, retém micropartículas presentes na água, realiza redução máxima do cloro, elimina gosto e odores. A capacidade de refrigeração é de 0,94 l/h.

A versão traz ainda acionamento de água natural e gelada independentes; bica fixa de saída da água com arejador (que encorpa o fluxo de água, deixando-o mais coeso, evitando efeito splash).

Viváx Defense: Destaca-se por trazer o refil CZ +7 bacteriológico, com 7 etapas de purificação, que eliminam 99.9% das bactérias do tipo E. Coli, retém micropartículas presentes na água, têm redução máxima do cloro, eliminam gosto e odores. O design ainda deixa visível o refil, permitindo que seja fácil lembrar a data de troca.

A capacidade de refrigeração do Viváx Defense é de 0,94 l/h e o acionamento de água natural e gelada são independentes. A pingadeira é removível e tem indicador de nível para mostrar quando ela está cheia e precisa ser esvaziada.

Viváx Pro: Ideal para ambientes com maior circulação de pessoas, como escritórios e ambientes comerciais de pequeno porte, o Vivax Pro oferece capacidade de refrigeração de 1,5 l/h.

Outro destaque no produto é que ele também já vem com o refil na nova versão C+3 Max, que tem a vida útil aumentada para 4.500 litros ou 9 a 12 meses.

O design ainda deixa visível o refil, permitindo que seja fácil lembrar a data de troca, e oferece acionamento de água natural ou gelada independentes.

Vivax Touch: Com design e tecnologia únicos entre os produtos disponíveis no mercado, o Vivax Touch traz como novidade o acionamento touch para liberação de água natural ou gelada. Uma combinação ideal para quem deseja cuidar da saúde e ama as facilidades proporcionadas pela tecnologia.

O refil também é um diferencial: a versão CZ +7 bacteriológico, com 7 etapas de purificação, que eliminam

99.9% das bactérias do tipo E. Coli, retém micropartículas presentes na água, têm redução máxima do cloro, eliminam gosto e odores. Para saber quando é o momento ideal de trocá-lo, há uma luz de LED no purificador, que fica vermelha para indicar a necessidade de substituição.
A IBBL integra a Culligan International, líder mundial em tratamento de água e responsável pelo desenvolvimento de tecnologias que vem revolucionando o cuidado com a água no mundo todo. É essa mesma inovação aplicada no desenvolvimento de seus produtos, garantindo o acesso à água pura com a tecnologia que já é referência mundial.

LORENZETTI

Com um portfólio completo de purificadores de água, a Lorenzetti apresenta o modelo Acqua Due, a verdadeira união entre tecnologia e design, com o máximo de praticidade no uso. Na mesma bica, que é móvel para facilitar as atividades do dia a dia, é possível ter acesso à água comum e purificada, ideal para o consumo.



O design slim foi criado para levar leveza e modernidade ao ambiente, ressaltado pela inovadora bica individual. O Acqua Due está disponível na cor branca, com duas versões para instalação, mesa ou parede, ideais para variados projetos de cozinhas. O purificador foi eleito, inclusive, na categoria "Construção", pelo Prêmio Museu da Casa Brasileira, o mais tradicional reconhecimento do design brasileiro, o produto com o melhor design do ano.
Tratamento da água. A purificação é realizada em três etapas completas, retirando as impurezas sólidas e eliminando gostos, odores e o excesso de cloro proveniente da rede pública, além de evitar a proliferação de bactérias. Como resultado, a água se torna pura, tratada e adequada para o consumo. O refil tem capacidade para 1.500 litros de água e pode ser trocado com facilidade.
O consumo de água tratada é seguro, econômico e sustentável. Ecoeficiente, o Acqua Due possui capacidade de purificação equivalente a 75 galões de 20 litros ou mais de 1 mil garrafas PETs de 1,5 litro, que poderiam ser descartadas no meio ambiente.
"O Acqua Due representa a inovação, combinada pelo design moderno com alta tecnologia, características ressaltadas pelas duas saídas de água na mesma bica. É tratamento e purificação da água com estilo e praticidade para as tarefas na cozinha", conclui Paulo Galina, gerente de marketing da Lorenzetti.

PLANETA ÁGUA

Evandro Luíz Junges - Gerente Comercial e de Marketing + produtos explica que a empresa se mantém acompanhando os que têm melhor desempenho no mercado, mas estamos focados em pesquisa e desenvolvimento de novos produtos.
E destaca os lançamentos: "Foram lançados os kits de conexões em uma única embalagem para facilitar algumas questões; econômica, sustentável e praticidade ao dia a dia do lojista.
Previsto um lançamento importante: refil para alcalinizar a água – diferencial do portfólio. Este elemento atua no pH da água, deixando-a alcalina, por meio de uma solução de componentes importantes do ponto de vista técnico."
Revendedores – "Estivemos sempre atentos às necessidades dos lojistas como, por exemplo, nos casos em



que os comércios locais estavam fechados e precisaram que a entrega dos pedidos fossem reprogramamos. Fomos facilitadores em muitos aspectos, tentando amenizar diversas questões as quais poderiam ser motivos de desconforto para o negócio dos lojistas; negociações, promoções, envio de materiais de merchandising. Além disso, preocupados com o bem-estar das pessoas que atuam na linha de frente do comércio, distribuímos aproximadamente 10 mil máscaras aos nossos parceiros."

Instalação – "O processo de instalação geralmente é simples, e fazemos o possível para que ele consiga fazer sozinho. Para isso, nossas embalagens contam com um passo a passo ilustrativo. Além disso, temos um diferencial que são os vídeos de instalação dos principais produtos. Com isso, queremos deixar o processo ainda mais didático, tornando-nos facilitadores."

Mercado – "O mercado continua bom mesmo que com alguns períodos de fechamento (lockdown) em várias cidades, mas o nosso segmento se mostrou ainda mais importante na vida das pessoas. Ao ficarem em casa se deram conta da importância de consumir uma água de boa qualidade."

VIQUA

Além de possuir 12 anos de garantia e ser certificado pelo INMETRO, os purificadores Viqua possuem arejador econômico, que evita o desperdício de água e deixa o jato d'água muito mais suave.

Nosso filtro possui, tripla filtração, um elemento filtrante de carvão ativado, ideal para decloração e redução de odores e sabores desagradáveis da água.

Os sais de prata evitam a proliferação de bactérias enquanto o aparelho não estiver em uso. Elemento filtrante descartável. Não necessita limpeza ou retrolavagem. Fácil instalação e reposição.

A empresa aconselha a troca do elemento filtrante a cada 1.000 litros ou quando for observada a redução de fluxo de água.

Ao utilizar pela primeira vez o Purificador, é necessário deixar correr 15 litros de água até ficar cristalina para que o elemento filtrante libere o pó do carvão.

O que era bom, ficou ainda melhor!

Recentemente a linha de purificadores passou por melhorias e estão entregando ao mercado um produto com qualidade e robustez.

Houve alterações no copo e na tampa que passam a ter menor tensionamento nas regiões, melhoram a estanqueidade e minimizam o risco de quebra.



TOP OF MIND 2021
TOP 10
REVENDA CONSTRUÇÃO

A MAIOR DA CONSTRUÇÃO



DE NORTE A SUL, DE LESTE A OESTE.



8 VEZES CONSECUTIVAS

TAMBASA
ATACADISTAS ®



ABC NO FUTEBOL

A ABC da Construção, rede varejista omnichannel de materiais de acabamento para construção, assinou contrato de patrocínio com o São Paulo Futebol Clube, atual campeão paulista e time brasileiro com mais títulos internacionais. O acordo prevê a exposição da marca da empresa na parte de trás do calção do futebol masculino e nas mangas do futebol feminino até janeiro de 2023.

Tiago Moura Mendonça, CEO do empreendimento, afirma que está entusiasmado em se tornar patrocinador do SPFC em três equipes diferentes e promissoras, fortalecendo cada vez mais o laço da ABC com São Paulo.

"Desejamos ampliar nossa atuação em São Paulo. Fazer parte do uniforme de um dos times mais importantes do estado e o mais novo vencedor do Paulistão é uma forma muito simbólica de atingirmos esse objetivo", afirma.

Sobre o futebol feminino, Mendonça reforça a importância das marcas valorizarem os esportes femininos para que esse reconhecimento se traduza em um suporte prático, como patrocínios e investimentos. "A ABC da Construção, como uma empresa que celebra o futuro, quer ter atitudes cada vez mais concretas em relação à diversidade", conclui.

DURATEX INVESTE NA ABC

A Duratex anunciou o investimento de R$ 103 milhões para uma participação minoritária na ABC da Construção. Com mais de 150 lojas espalhadas por São Paulo, Minas Gerais e Rio de Janeiro, o investimento da construtech no futebol é parte do agressivo plano de marketing da empresa para acelerar sua expansão, que tem como objetivo chegar a mil lojas no Sudeste do país. Em São Paulo, um de seus principais mercados, a rede já contabiliza 24 unidades, entre aquelas em operação e em processo de abertura.

Em 60 anos de história, a ABC da Construção se tornou uma das maiores redes de acabamentos do Brasil. Ao adotar um modelo guide shop, com ecossistema digitalizado no entorno da loja, a rede permite que seus franqueados tenham escala e ao mesmo tempo flexibilidade para se adaptar a diferentes realidades, ampliando a capacidade de atendimento, ao mesmo tempo em que fortalecem o relacionamento local com pedreiros, arquitetos e mestres de obras.

Por seu modelo inovador, atualmente a empresa é considerada uma das principais construtechs do país. Anualmente, a ABC da Construção vende em torno de 5 milhões de metros quadrados de revestimentos e atende mais de 240 mil clientes em mais de 150 lojas (entre abertas e em abertura), espalhadas por São Paulo, Minas Gerais e Rio de Janeiro.

Para se tornar uma das maiores redes de acabamento do país, a empresa vem investindo pesado e começou a acelerar ainda mais a inauguração de novas unidades franqueadas desde julho de 2020, quando fechou uma rodada de investimentos de R$ 125 milhões com capital próprio dos sócios e dos fundos Spectra, Fir Capital e Redpoint eVentures.

A UNIVERSIDADE MARTINS DO VAREJO QUER AJUDAR NA EVOLUÇÃO DO PEQUENO E MÉDIO VAREJO BRASILEIRO!

Com mais de 30 anos de atuação, a UMV tem competência na execução de diversas soluções, como:

- Projetos de modernização de lojas
- Programas de treinamentos
- Consultorias
- Conteúdos e soluções digitais
- Eventos

Durante todos esses anos, já somamos mais de **20 mil** projetos de modernização de lojas e cerca de **340 mil** profissionais do varejo treinados.

A UMV ressalta a sua relevância em atendimento nos diversos segmentos, incluindo o Varejo da Construção e todas as soluções ideais para esse setor.



Conheça mais sobre a Universidade Martins do Varejo acessando o site:

www.umv.com.br

34 99945.2896

MARTINS

UNIVERSIDADE MARTINS DO VAREJO

O **varejo evolui** com a gente.

DISENSA INAUGURA PRIMEIRA LOJA EM MG



A Disensa inaugurou em julho sua primeira loja em Minas Gerais, na cidade de Juiz de Fora, no bairro Linhares. A rede já conta com outros oito contratos em implantação no estado. Os próximos municípios a receber unidades serão: Barroso, Cambuquira e Pedro Leopoldo. A rede de franquias de material de construção da Lafargeholcim inicia o segundo semestre de 2021 em plena expansão, com 240 lojas em seis estados, acompanhando a retomada da economia e a tendência de crescimento do setor de construção. A Disensa também está presente em São Paulo, Rio de Janeiro, Bahia, Paraíba e Pernambuco.

"A entrada da Disensa em Minas Gerais é estratégica para a expansão da rede no país. A construção civil é um setor primordial no estado e seguiu forte mesmo com a pandemia de Covid-19. A empresa vem apresentando resultados recordes em 2021 e nossa meta é fechar o ano com crescimento de 150% no número de lojas no Brasil. Acreditamos que o mercado mineiro vai representar uma fatia importante do nosso faturamento e do número de novos contratos este ano", afirma o gerente geral da Disensa no Brasil, Henrique Gutterrez.





SODIMAC DICICO **CAMPINAS**

Depois de uma grande reforma, a loja Dicico de Campinas foi inaugurada no dia 15 de julho como Sodimac Dicico.

Com 3.300 m² de área de vendas e localizada na Rodovia Dom Pedro I, Km 133, a loja preserva as características da Dicico, como atendimento personalizado, e agrega os diferenciais da Sodimac, que é a varejista líder do setor de construção, reforma e decoração na América Latina. Há novas categorias de produtos, como jardinagem, marcas exclusivas e comercialização de serviços (mão de obra) para instalação e pintura.

Além disso, a loja de Campinas passou a contar com o Pickup Zone, que é um grande espaço onde materiais básicos (como tijolos, cimento, telhas, entre outros) ficam estocados e à disposição para os clientes que precisam levar o produto na hora.

"Estamos prosseguindo a expansão do modelo de lojas Sodimac Dicico, pois queremos proporcionar uma experiência de compra superior aos clientes, que cada vez mais buscam praticidade e conveniência em suas compras", explica Eduardo de Vries, Diretor Presidente da Sodimac Brasil.

"A reformulação da loja já estava planejada antes desse momento que vivemos e decidimos manter o investimento por acreditarmos no potencial da região de Campinas, que concentra o segundo maior PIB paulista", completa o executivo.

Entre as novidades, a Sodimac Dicico de Campinas conta com um Centro de Cores, onde a marca exclusiva de tintas Kolor é preparada na hora e na cor da preferência do cliente, com mais de 100.000 cores vendidas no mesmo preço que a tinta branca.

Em relação ao portfólio, a nova área Jardinagem traz plantas, flores e utensílios para o jardim. Também são comercializadas as melhores marcas e tendências em pisos e revestimentos, acessórios para cozinhas e banheiros, materiais básicos, elétricos e hidráulicos, portas e janelas, equipamentos de proteção individual, itens de iluminação, climatização e organização da casa.

Além da ampla variedade de produtos disponíveis, no e-commerce (www.sodimac.com.br) e no App Sodimac, os clientes encontram um portfólio com cerca de 35.000 itens, que engloba desde materiais de construção e acabamentos até decoração, móveis, plantas e utensílios para o jardim. Os clientes podem realizar a compra pela internet e escolher se recebem em casa ou retiram posteriormente na loja.

Para atender quem tem uma vida agitada e solucionar suas preocupações com a mão de obra, os serviços oferecidos são pagos diretamente na loja e têm garantia de um ano. Há serviços de mão de obra para instalação de pisos, revestimentos, portas, janelas, ar-condicionado, louças sanitárias, metais, luminárias, ventiladores, chuveiros e churrasqueiras, além de mão de obra para pinturas em geral. Também são oferecidos cortes de tubos, correntes, fios, lonas, telas de mosquiteiro e passadeiras (tapetes).

Para completar, é possível alugar máquinas e ferramentas por um dia, uma semana ou um mês. Há desde parafusadeiras até andaimes.

DURATEX AGORA É **DEXCO**



No ano em que celebra 7 décadas de atuação e registra os melhores resultados de toda sua história, a Duratex - detentora das marcas Deca, Portinari, Hydra, Duratex, Ceusa e Durafloor - dá mais um importante passo em sua trajetória e passa a se chamar Dexco. A companhia consolida seu perfil centrado no consumidor final e em sua jornada. A promessa da nova marca - Viver Ambientes - concretiza o propósito de oferecer Soluções para Melhor Viver.

"Nasce uma empresa de 70 anos, que se orgulha de todas as conquistas do seu passado e de toda a transformação cultural vivida ao longo dos últimos quatro anos, cujos impactos na companhia nos fizeram alcançar resultados históricos. Essa jornada pavimentou o caminho para, agora, focarmos em um novo momento em que buscamos nos aproximar cada vez mais dos nossos consumidores, por meio de uma arquitetura de marcas inteiramente redesenhada. Dexco é, portanto, uma nova companhia: mais digital, aberta, dinâmica e integrada, com um portfólio de soluções para tornar cada vez melhor a experiência de construção e reforma", explica Antonio Joaquim de Oliveira, presidente da Dexco .

Parte fundamental deste movimento é o olhar atento para o significado de cada uma das marcas. De forma integrada, os negócios da companhia revisitaram suas identidades visuais e suas estratégias de marketing. Trouxeram novas promessas, novos posicionamentos, novos territórios e nova linguagem visual. Movimento alinhado à centralidade no consumidor. E, à medida que essa mensagem foi renovada, se fez mais necessária a revisão da marca corporativa. Estabeleceu-se, então, uma plataforma de marca que, sob o propósito de oferecer Soluções para Melhor Viver, cria ambientes que possam ser vividos em sua totalidade, pois é da convivência harmônica entre estética e funcionalidade que as soluções da Dexco serão capazes de oferecer bem-estar, conforto e cuidado para a vida das pessoas.

O novo posicionamento foi capitaneado pela Interbrand em um processo iniciado há cerca de 2 anos. A Dexco passa a ter uma plataforma de marcas com uma via de mão dupla entre marca corporativa e marcas de produto, que traduz características importantes e possibilita a alavancagem da vantagem competitiva da Dexco - estar em todos os ambientes com diferentes soluções.

Segundo Beto Almeida, CEO da Interbrand que conduziu o projeto desde o seu início, o grande desafio foi conseguir espelhar a transformação do negócio e da cultura da empresa em sua estratégia de marca. "A conexão que cada marca tem com seus consumidores foi a base para toda a evolução na estratégia de todo seu portfólio. No fim, Dexco foi uma evolução natural capaz de captar o que era essencial em sua história de grande sucesso, ao mesmo tempo que aponta a empresa para seu futuro criando uma convivência harmoniosa entre forma e função no seu melhor", afirma Almeida.

Para traduzir este movimento, a Africa desenvolveu uma campanha que convida todos a refletirem sobre as mudanças de suas vidas e apresenta a Dexco como uma marca que fez e faz parte das memórias afetivas e de todos esses momentos que são vividos nos ambientes todos os dias. Com locução de Denise Fraga, o filme tem criação da Africa, produção da Santeria e direção de We are Magnólias. Sua estreia está marcada para o próximo domingo (18), durante intervalo do programa Fantástico, da Rede Globo, e fica no ar até o final do ano.

"Para a Africa foi um enorme desafio apresentar a marca Dexco, uma empresa que faz parte da vida de milhões de brasileiros. Todo nosso conceito se baseou na ideia da Mudança, que é o principal motivo de compra de um produto de construção ou decoração. Nós procuramos retratar, de uma forma humana e sensível, as pequenas ou grandes mudanças de vida que acontecem todos os dias em nossas casas", comenta Aaron Sutton, Diretor de Criação da Africa.

Em breve, a companhia anunciará outra importante ação, a criação da flagship store da Dexco, que conta com o apoio de consultoria especializada em varejo e tem previsão de inauguração em 2022.

O mercado varejista de materiais para construção tem enfrentado diversos desafios nos últimos tempos. Embora haja uma previsão de crescimento nas vendas em 2021, a falta de alguns produtos, a alta nos preços e toda a instabilidade econômica causada pela pandemia do novo Coronavírus tem afetado o mercado – principalmente o pequeno lojista.

Ter um parceiro estratégico que agregue valor, tenha um mix atualizado e capacidade logística para entregas em tempo hábil são itens fundamentais que o pequeno lojista precisa em um fornecedor para sobreviver em meio a este cenário e, ao mesmo tempo, promover o crescimento do seu negócio. É por isso que a Ótima Distribuidora tem se mostrado uma parceira estratégica ideal seja para o pequeno ou para o grande varejista.

São 16 anos de história com o compromisso de oferecer produtos de alta qualidade com ótimo custo-benefício, sempre em prol da satisfação dos seus clientes.

A Ótima se consolidou como a maior distribuidora de materiais para construção em todo o estado do Espírito Santo, investindo em tecnologia para proporcionar mais comodidade, rapidez e confiança para os clientes efetuarem as suas compras. Além disso, dispõe de estrutura comercial completa com representantes comerciais que realizam o atendimento presencial, uma central de negócios com televendas, SAC, uma plataforma de e-commerce que funciona 24 horas por dia, 7 dias por semana e a entrega mais rápida do mercado.

Se você procura um parceiro de confiança, conte com a Ótima Distribuidora. Entre em contato e saiba como: Tel/WhatsApp: 27 3089-3888.

ÓTIMA



MACTRA CRESCE 15% EM 2020

A Mactra, empresa brasileira fabricante de produtos impermeabilizantes, cresceu 15% no ano passado e expandiu sua área de atuação, levando seus produtos para novos mercados, como Rio de Janeiro, Goiás, Tocantins, Mato Grosso e Paraná. Além disso, consolidou ainda mais sua participação em São Paulo, Minas Gerais e Santa Catarina.

A entrada dos produtos Mactra na prateleira de grandes atacadistas em 2020 e o crescimento nas redes e lojas especializadas trouxeram resultados que superaram as expectativas da direção. Essa expansão está sendo implantada pelo novo diretor comercial da Mactra, Rodrigo Ramos Dece.

"Essa estratégia, com foco no cliente, permitiu à Mactra oferecer soluções sob medida, com margens mais saudáveis, aumentando e tornando mais significativa a participação do segmento da impermeabilização para o varejo de pequeno, médio e grande portes de tintas e materiais de construção", destaca Rodrigo.

Fabíola de Vasconcellos Cecon, proprietária e diretora de marketing, ressalta que a Mactra trabalha forte, para além da venda, atuando e dando apoio para as revendas por meio da equipe de suporte técnico, com visitas em obras. "O objetivo é levar para o lojista e, principalmente para os profissionais e consumidores, a melhor solução para cada caso. Dentre as ações, estão campanhas customizadas e visitas às obras para verificar in loco a aplicação do produto e as necessidades dos clientes", diz.



Fabíola de Vasconcellos Cecon

A linha de produtos Mactra é formada por 33 famílias, que vão de impermeabilizantes e tratamentos de superfície a selantes. Esse portfólio atende a todas as etapas da construção e tem como principais diferenciais o uso dos mais avançados processos tecnológicos, que garantem produtos com maior durabilidade, resistência e melhor custo-benefício.

A Mactra é uma das empresas fundadoras do Movimento Construção Saudável, uma ação de cidadania que conta com o apoio inicial de empresas fabricantes de impermeabilizantes, como a Vedacit, Viapol e Sika. "Esse movimento foi criado 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 e do bolor que afetam as construções e a saúde das pessoas que vivem e trabalham nelas", informa Fabíola.

E destaca, que preocupada com a sustentabilidade e a preservação ambiental, toda linha de produtos da Mactra é à base de água - não levam solventes químicos em sua composição. "Além disso, a empresa controla e monitora todo o seu processo produtivo para reduzir a quase zero a geração de resíduos", diz Fabíola.

Para 2021, a expectativa da empresa é aumentar a participação no mercado da América Latina e, também, a participação nos importantes atacadistas brasileiros, ampliando sua atuação em todas as regiões do Brasil.

Outra importante conquista da empresa é a presença no Mercosul, um dos motivos do crescimento experimentado desde o ano passado, com salto considerável no primeiro trimestre de 2021, e que já conta com projetos para ampliar sua participação no mercado externo.

UM POUCO DE HISTÓRIA

A história da Mactra tem início em 1993, quando o empreendedor Luiz José de Vasconcellos Filho, decide oferecer ao mercado uma nova linha de impermeabilizantes e inaugura a Mactra Impermeabilizantes, em Itatiba, SP. Com o

propósito de incentivar o uso correto dos produtos para cada solução, a Mactra se destaca no mercado da construção pelo comprometimento em oferecer as melhores soluções em produtos impermeabilizantes, aditivos para argamassas, selantes e adesivos entre outros, aliando inovação com simplicidade de aplicação e completa orientação técnica.

Com o foco em pesquisa e desenvolvimento, desde 2003 a Mactra aboliu o uso de solventes químicos, passando a usar água como solvente em 100% de sua produção. Em 2014, a empresa amplia seu leque de produtos, com o lançamento da linha de acabamentos, como tintas e complementos.

A MACTRA se inspira em sua história e utiliza a tecnologia para avançar cada vez mais no desenvolvimento de produtos inovadores e eficazes, com excelência no atendimento, visando atingir as reais necessidades do mercado em que atua, garantindo assim a confiança e o respeito que a caracterizam.



Rodrigo Ramos Dece







STAM 50 ANOS. E CRESCENDO

A Stam, uma das mais tradicionais e conceituadas fabricantes de fechaduras e cadeados do Brasil, comemorou, no dia 01 de março, 50 anos de mercado e de uma história marcada pelo empreendedorismo, quando em 1971, em Nova Friburgo, estado do Rio de Janeiro, Francisco Faria deu início a seu sonho no pequeno galpão da família.

A empresa completa meio século de atuação, carregando em seu DNA os valores de seu fundador, conhecido por sua simplicidade e dedicação. Esses mesmos valores permeiam a cultura da Stam e se transformaram num verdadeiro legado que continua inspirando gerações e que fazem da Stam uma empresa reconhecida por sua excelência em Governança Corporativa, priorizando sempre a transparência, a ética e a valorização de seus mais de 1400 colaboradores e mais de 100 representantes comerciais em todo o Brasil.

Hoje, a empresa que começou pequena é detentora de um portfólio diversificado de produtos, com mais de 4.000 itens criados com foco na segurança e satisfação do cliente. Quem viu e viveu essa história de perto, como o diretor administrativo José Maria Campos Nogueira, que tem 47 anos de Stam e é um dos mais antigos funcionários da empresa, sente muito orgulho de fazer parte dessa trajetória de sucesso.

"O fundador da Stam, Francisco Faria, jamais poderia imaginar que uma empresa criada em 1971, com todas as dificuldades existentes na época e com poucos recursos financeiros, pudesse conquistar o sucesso de conseguir completar 50 anos de existência com tantas conquistas memoráveis, principalmente se levarmos em conta a complexidade de ser empresário no país. Foi uma luta árdua entrar num mercado altamente competitivo e se tornar a maior empresa fabricante de cadeados e fechaduras do Brasil. É com muito orgulho que eu participo desta história magnífica, numa empresa que gera milhares de empregos, e é tão importante para a cidade de Nova Friburgo e para o Brasil".

PIONEIRISMO E INOVAÇÃO INDUSTRIAL

Não se pode falar em vanguarda sem pensar em políticas de sustentabilidade e a Stam sempre esteve à frente, também nesse tema. A empresa mantém políticas e programas voltados para a preservação do meio ambiente e dos recursos naturais.

Além disso, investiu na aquisição de tecnologias que permitem a descontaminação e reaproveitamento de toda a água da produção, gerando uma economia de até 60 milhões de litros, o que equivale a cerca de 6 mil famílias com quatro pessoas. Seu projeto de reuso de água na galvanoplastia e vibroacabamento com utilização de resinas de troca iônica foi premiado pela Firjan.

Investiu também em projetos para geração de energia limpa das unidades fabris. A composição da energia consumida pelas fábricas que foi contratada no Mercado Livre consiste em: 27% de Parque Eólicos, 30% de Parques Solares e 43% Usinas Hidroelétricas. Através dessas fontes, a Stam e sua filial, Stamp & Molde, economizaram 139 toneladas de CO_2 por mês em média. Investiu em sistema fotovoltaico com capacidade de geração de 450kWp, gerando uma energia média mensal de 50.000kWh e 600.000kWh anual. Isso corresponde a mais ou menos 5% do consumo mensal da planta industrial da Stam Metalúrgica. Ele está ocupando uma área de 3.650m² (sobre o telhado da expedição, tornearia e cadeado de latão).

A responsabilidade social também faz parte da essência da empresa, e um de seus maiores cases é o Projeto Gol de

Placa, onde é mantenedora desde o ano de 2006. O Gol de Placa é organização sem fins lucrativos, que utiliza o futebol como instrumento de transformação de pessoas, de formação cidadã e de inclusão social e atualmente atende a mais de 200 meninos e meninas, entre 05 e 16 anos.

PASSADO, PRESENTE E FUTURO

Com 50 anos de história, a Stam hoje é comandada por Helena Herdy Faria, que ocupa a posição de Presidente desde a morte do marido e fundador da marca, Francisco Faria. Ela divide a administração com Rogério Faria, filho do casal e atual Vice-Presidente e Diretor Industrial. Antes disso, no entanto, a administração passou por grandes momentos, primeiro com Francisco Faria e seu sócio, Pegaitaz Irenee Rene, que ficaram à frente da empresa de 1971 até 2004, quando a família Faria adquiriu o negócio por completo, realizando diversas mudanças estruturais que fariam a Stam alcançar seu lugar de destaque no segmento.

Desde sempre, o trabalho da Stam foi construído com base na dedicação e deu tão certo que hoje a marca está presente nos lares de um Brasil continental. Entre o pequeno galpão da família Faria onde tudo começou e o presente, meio século se passou, mas na essência, a Stam carrega um valor essencial: o amor pelo que faz, seja na beleza da fabricação de cada produto, seja na sua principal função: criar qualidade e levar satisfação total a seus clientes. Com esses princípios, a empresa conquistou a confiança dos brasileiros e a liderança no segmento.

Marcio Luiz Tavares da Silva, gerente comercial da marca faz questão de destacar, ainda, a importância do time de colaboradores para 5 décadas de sucesso. “Essa história não seria possível sem a participação de nossos colaboradores, com quem temos uma relação baseada no respeito. A dedicação deles nos trouxe até aqui e temos a certeza de que é no sorriso deles que vemos toda a grandeza da nossa empresa. Para os próximos 50 anos, nossa expectativa é a de continuar liderando o mercado, gerar e manter empregos, além de seguir em nosso propósito de crescimento sustentável e de inovação no que diz respeito à fechamento e segurança de ambientes, integrados e conectados”, finaliza.



SOLVENTEX COMPLETA 58 ANOS

A Solventex Tintas completa 58 anos, consolidada como líder no setor serralheiro e reconhecida como uma das mais importantes empresas no segmento de tintas industriais. A história da companhia começou com o perfil empreendedor de seu fundador, José Olio. O executivo também fez parte da trajetória da indústria de tintas no Brasil, onde começou sua carreira profissional como aprendiz e, orgulhosamente, chegou a empresário.

José Olio contribuiu para o desenvolvimento da cidade de São Paulo, mais precisamente para a Zonal Sul, onde a fábrica está localizada. Na época em que fundou a Solventex, a região não tinha qualquer infraestrutura e o empresário foi responsável por levar empregos para as famílias locais, impulsionando o desenvolvimento industrial e comercial. O reconhecimento do pioneirismo e espírito arrojado de José Olio foi eternizado no bairro de Santo Amaro, em 2004, quando uma praça foi batizada com seu nome.

"A Solventex se sente honrada por completar 58 anos de atuação no mercado, os valores e a visão empreendedora de nossa origem estão enraizados na organização e ditam os caminhos vitoriosos pelos quais trilhamos a nossa história. Temos grandes desafios no Brasil, em especial, nesse momento de pandemia, que resultou em uma grave crise econômica. Por outro lado, procuramos sempre analisar as oportunidades que essas situações nos trazem e conservar o empreendedorismo e otimismo. É preciso planejar, mas sempre manter a flexibilidade para acompanharmos as mudanças e atendermos as necessidades dos nossos clientes", comenta Mauricio Olio, Diretor Presidente da Solventex.

Em 2020, o setor de tintas mostrou uma grande capacidade de adaptação e resiliência. Foi um ano muito atípico, mas no segundo semestre o segmento da construção mostrou sinais de recuperação, ainda que gradativa. Para este ano, a perspectiva é que 86% das empresas mantenham investimentos em modernização tanto dos meios de produção quanto na expansão da capacidade. Com essa



tendência apontada pelo mercado, a Solventex segue com investimentos na capacitação e aperfeiçoamento de suas equipes, tecnologia e digitalização de processos, além de reforçar sua capacidade produtiva com novos maquinários e sistemas industriais.

Olio reforça que o objetivo da empresa é dar continuidade às ações iniciadas no ano passado, com foco na melhoria contínua para atingir novos mercados, estreitando ainda mais as parcerias e a comunicação com o consumidor. "Temos uma preocupação constante com a excelência, tanto em relação aos nossos produtos como no atendimento aos nossos clientes, fundamentada pelos 14 anos de certificação ISO 9001. Por um lado, buscamos contribuir com o desenvolvimento de soluções de alta performance, que ofereçam grande proteção, durabilidade e a melhor relação custo-benefício. Por outro, estamos trabalhando para otimizar nossa operação logística e tornar nossos preços ainda mais competitivos para nossos parceiros comerciais, adotando estratégias de centros de distribuição. Além disso, disponibilizamos uma consultoria com profissionais especializados, fornecendo informações e suporte, por meio de pré-venda, pós-venda e assistência técnica."

Entre outras iniciativas, a Solventex segue com os investimentos em capital humano, a partir de uma série de treinamentos de liderança e técnicos, para o aperfeiçoamento de suas equipes, assim como as ações de comunicação interna, valorizando os colaboradores e seu potencial de evolução.

Em relação aos investimentos em tecnologia e maquinário, a empresa está concluindo a implementação do ERP TOTVS Protheus, para otimizar os controles e a operação como um todo, e iniciará neste ano a implantação do sistema de gestão de compliance baseado nas normas ISO 19600 e ISO 37001. Também são constantes os investimentos na capacidade produtiva, com a aquisição de novas máquinas para fabricação de tintas, como mexedores, envasadoras, tanques e moinhos, a fim de automatizar os processos industriais, tornando-os ainda mais seguros e capazes de agregar qualidade superior aos produtos.

Ao longo de seus 58 anos, a Solventex se consolidou como uma das mais importantes empresas no setor de tintas industriais. Atualmente, a companhia conta com um catálogo com mais de 30 itens distribuídos em duas linhas - Industrial e Industrial Especial -, com soluções voltadas para os mais diversos segmentos, como indústria e manutenção de máquinas agrícolas, serralherias, usinas, estruturas metálicas, postos de combustível, esquadrias de metal, caldeirarias, contêineres, reservatórios de água potável, plataformas elevatórias e pisos de alto fluxo e tráfego.

VEDACIT 85 ANOS

Para marcar a celebração dos 85 anos de história, a Vedacit, líder no mercado de impermeabilização, lançou uma identidade visual especial. Com elementos característicos da marca, como as cores amarela e preta e o sorriso onipresente, o branco foi acrescentado, em referência à tecnologia, e as formas fazem um paralelo à geometria natural da construção civil de uma cidade sempre em transformação. A identidade ganha vida por meio de diversos elementos em 3D, que serão utilizados na comunicação da marca durante todo o ano de 2021.

Desenvolvida pela agência Empathy, a marca comemorativa conta com um selo de 85 anos, que poderá ser visto nas embalagens dos produtos Vedacit, nas publicações institucionais e comerciais, nas redes sociais e nas camisas de jogo da equipe do Vedacit Vôlei Guarulhos. A assinatura "Sempre a sorrir", uma alusão ao sorriso que estampa a comunicação da marca, acompanha o selo.

"A identidade visual foi pensada para transmitir a ideia de consolidação de nossa rica história de compromisso com o desenvolvimento do mercado da construção civil do Brasil ao longo das últimas oito décadas e meia, com enorme presença em todo o território nacional, tanto em obras domésticas quanto nas principais construções de infraestrutura de grande porte no país", afirma Bruno Pacheco, executivo de Marketing da Vedacit.

FATURAMENTO RECORDE

A Vedacit encerra 2020 com faturamento bruto acima do esperado: R$ 542.300.000. Em um ano atípico, a empresa refez projeções, reduziu despesas e, principalmente, priorizou os colaboradores, aderindo ao Movimento Não Demita e mantendo o funcionamento com todas as medidas de segurança. O crescimento foi de 10% nas vendas,

com mais de 92.700 toneladas de volume.

Outro recorde do período foi o Índice de Desenvolvimento de Novos Produtos, calculado pela porcentagem dos produtos lançados nos últimos cinco anos representam no faturamento. A porcentagem no período foi de 35%, correspondente à mais de 30 lançamentos. “O Índice denota como a empresa está se reinventando e contribuindo para a inovação do setor. Comemoramos os 85 anos revisando nosso portfólio e oferecendo cada vez mais soluções para o mercado de construção civil. Nossa expectativa é garantir que pelo menos 30% da receita venha de novos produtos, anualmente”, afirma Marcos Bicudo, presidente da Vedacit.

Diversos fatores contribuíram para o bom desempenho no ano. O investimento de R$15 milhões na área de Marketing foi mantido para anunciar o novo posicionamento de marca, o lançamento de produtos e o apoio ao esporte nacional. Após realizar um aprofundado estudo de branding, a Vedacit apresentou uma mudança importante no posicionamento: a marca única. Cerca de 90% do portfólio passa a ter Vedacit junto à nomenclatura funcional dos produtos. A novidade veio acompanhada da reformulação das embalagens.

O investimento em inovação permaneceu entre as prioridades da empresa. O programa de Inovação Aberta, Vedacit Labs, acelerou mais cinco startups em seu segundo ciclo. Primeira empresa do segmento a lançar um programa de aceleração corporativa, a Vedacit quer ser referência no campo do empreendedorismo voltado para as construtechs no Brasil. A cada ciclo, são investidos cerca de R$2 milhões no Programa.

Com investimento de R$ 5 milhões, a Trutec, empresa que pertence ao grupo Vedacit, chegou ao mercado da Construção Civil com tecnologias para atender os segmentos B2B e B2C. A empresa leva soluções tecnológicas para a construção civil, com foco em servitização e em sistemas de construção. O objetivo é oferecer soluções para aumentar a produtividade na construção civil, contribuindo para a saúde das edificações, com velocidade de execução, redução de custos e desperdícios nas obras.

A sustentabilidade teve destaque em 2020 e é a grande iniciativa deste ano. O objetivo é alinhar gestão e práticas às recomendadas pelo Sistema B. Para isso, a empresa definiu metas para atingir até 2025. “Em 2020, parte da remuneração variável de todos os nossos executivos foi atrelada à implantação de práticas do Sistema B e aumentaremos a importância desta agenda nos contratos de desse ano”, conta Bicudo.

Entre as práticas que entraram em vigor, está o investimento no Mercado Livre de Energia, para comprar eletricidade somente de fonte renováveis. A fábrica de São Paulo é a primeira a ter a eletricidade consumida gerada totalmente por fontes renováveis, como usinas eólicas, hidrelétricas e solares. Até o final de 2021, Itatiba também migrará para o sistema. O objetivo é consumir 45% de energias renováveis e reduzir em 37% as emissões de gases de CO^2 até 2025, evitando a emissão anual de 420,33 toneladas de CO2 em 2021.


Marcos Bicudo, CEO da Vedacit

Outra novidade foi o investimento em carro elétrico. Menos poluente e mais eficiente, algumas das entregas na cidade de São Paulo são realizadas com o furgão BYD T3. O automóvel é 100% elétrico, tem boa autonomia - circula até 150 km com apenas uma recarga - e gasta apenas 20% do que um modelo semelhante abastecido com diesel. Além do consumo de energia mais eficiente, o carro elétrico tem um rendimento próximo a 90% (enquanto o convencional fica em torno de 40%), o motor é mais leve e silencioso.

Em diversidade e inclusão o primeiro passo foi dado com a formação do Comitê de Diversidade e Inclusão. Colaboradores voluntários de todas as regiões do país, de todas as áreas, das três unidades, se reúnem periodicamente para promover a discussão e definir as próximas iniciativas na empresa.

A Vedacit tem um projeto de desenvolvimento robusto, com objetivo de dobrar o faturamento até 2023, em relação a receita bruta registrada em 2018. Para isso, o plano desenhado inclui as fases de estruturação, que aconteceu em 2018 e 2019, de maturação, em 2020 e 2021, com mais inovações e incrementos nas soluções, e finalmente a excelência, em 2022 e 2023.

A expectativa para 2021 é de crescimento de 23% no faturamento anual. “Esperamos um ano positivo. Acreditamos que o setor de construção civil deve se manter aquecido. O trabalho em equipe, a colaboração e a união de todo o time foram fundamentais para o bom desempenho de 2020 e, sem dúvida, é o que continuará fazendo a diferença para conquistarmos os resultados que almejamos para o ano”, ressalta Bicudo.



ONDE TUDO COMEÇOU

1998

A **semente** de um **sonho** era alimentada.

Quattromani

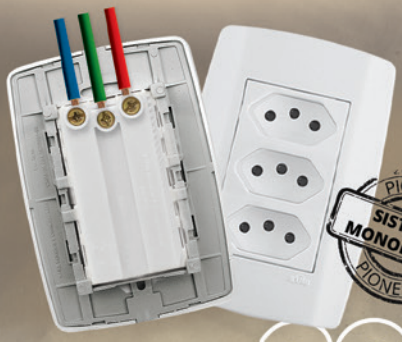
2003

A **ILUMI** inicia sua operação em Leme, interior de São Paulo.



2007

Mudança para o prédio **próprio.**
35.000m² de área construída.



2014

Monobloco
Sistema que **reduz 70% o tempo** de instalação das tomadas.



2020

Lançamento da **linha Vivaz.**

A história e inovação continuam...

ILUMI 23 anos



Tudo isso foi possível graças ao nosso time, clientes e fornecedores.

www.ilumi.com.br
ilumibrasil


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