REVENDA 360°

ED. 386 | NOV 2022 | ANO XXXIV
www.gruporevenda.com.br

vonder

vonder®

A marca de ferramentas
mais completa do mercado
é também a **mais premiada**!


vonder
vonder
vonder

TEK BOND
SAINT-GOBAIN

MAIS UMA VEZ, COLADOS NA PREMIAÇÃO DE MELHORES DO ANO.

E A CADA RECONHECIMENTO, COM MAIS PRODUTOS. OBRIGADA PELA PREFERÊNCIA.



MAIS UMA VEZ, COLADOS NA PREMIAÇÃO DE MELHORES DO ANO. E A CADA RECONHECIMENTO, COM MAIS PRODUTOS. OBRIGADA PELA PREFERÊNCIA.

Baixe os nossos Catálogos Digitais

2º LUGAR EM DESENGRIPANTE LUB 2022

1º LUGAR EM COLA INSTANTÂNEA, SILICONE E EXPUMA EXPANSIVA

DESTAQUE PARA AS LINHAS DE SPRAY SUPER COLOR E FITA CREPE 2022

REVENDA 360° construção

Edição 386 | NOV 2022
Tiragem: 60.000 exemplares

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

REPÓRTER
Clayton Gallo
claytongallo@gmail.com

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

GERENTES DE CONTAS
Jéssica Santos
jessica.santos@revenda.com.br
(11) 97197-8025
Mileni Alexandre
mileni.alexandre@revenda.com.br
(11) 94632-2021
Regina Mallol
regina.mallol@revenda.com.br
(11) 98896-8875
Simone Abreu
simone.abreu@revenda.com.br
(11) 98936-8997
Solange Castilho
solange@revenda.com.br
(11) 96927-6555

EDITOR DE ARTE
Herbert Allucci
arte@revenda.com.br

ADMINISTRATIVO
Mislene Fernandes
mislene@revenda.com.br

TECNOLOGIA
Carlos Contucci
carlos@revenda.com.br

DEPARTAMENTO JURÍDICO
Dr. José Paulo Palo Prado

ASSINATURAS
Vera Lúcia M. Lopes
vera@revenda.com.br

REDAÇÃO, ADMINISTRAÇÃO E PUBLICIDADE
Rua Geraldo Flausino Gomes, 78 - conj. 53
(sede própria)
(11) 5990.1598
Brooklin - CEP 04575-060 - São Paulo - SP

A Revista Revenda Construção 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.

OS BONS NÚMEROS DA CONSTRUÇÃO



A Câmara Brasileira da Indústria da Construção (CBIC) projetou um crescimento de 3% para esse ano, maior que o PIB estimado para o país neste ano. A confiança na projeção dos números se dá pela retomada de construções, obras e reformas particulares que estavam paradas desde a pandemia e foram impulsionadas em 2022. Além disso, ações governamentais, como programas habitacionais que buscam facilitar o financiamento de moradias próprias, são importantes e contribuem para a alta da construção civil.

O crescimento e expansão do setor movimenta toda a cadeia, como os fabricantes de materiais de construção, por exemplo, tijoleiras, empresas de pisos, cimento, revestimento, tintas, acessórios importantes para uma obra, entre outros. Com isso, postos de empregos são criados, lojas ganham mais força, expandem ou até mesmo são abertas por novos empreendedores.

Esse movimento não apenas beneficia as grandes construtoras, mas toda área do mercado e negócios. Torcer para a construção civil alavancar e trazer resultados ainda melhores é também torcer por lojistas, varejistas, pedreiros, engenheiros e outras profissões e demandas que são importantes para essa área.

Por isso, é de se comemorar que o setor esteja em alta há sete trimestres consecutivos, de acordo o IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística). E mais, segue com otimismo para 2023, com a expectativa de uma expansão de 4,5%. Para o próximo ano, espera-se ainda a continuidade em incentivos governamentais com o objetivo de atrair ainda mais o público de baixa renda.

Boa leitura!

Roberto Ferreira

MOFO NO RODAPÉ?



SAIBA MAIS
SOBRE O PRODUTO

O 1º impermeabilizante 100%
certificado pela NBR11905

DENVER IMPER AGORA É SOPREMA

FÁCIL APLICAÇÃO

MELHOR PRODUTO 26º DO ANO

DENVERTEC 100 É A SOLUÇÃO



Elimina infiltração e umidade em banheiro, cozinha, lavanderia, rodapé, paredes internas e externas, baldrame, cortina e estruturas de concreto armado enterradas como piscina, tanque e reservatório de água potável.



Imagem ilustrativa

soprema.com.br

SOPREMA

GOZILLA®

Não existe maneira melhor para encerrar o ano de 2022 para nós. 2 premiações, na revista Revenda Construção, fortalecendo e deixando claro que estamos no caminho certo e o reconhecimento disso é muito gratificante. Encerramos o ano com a sensação de dever cumprido, fortes, e com a certeza de que 2023, será ainda melhor. Fazemos nosso agradecimento à toda equipe de funcionários, parceiros e de todos que estão envolvidos direta e indiretamente com essa empresa que a cada dia cresce mais e ganha mais seu espaço no mercado!

26º MELHOR PRODUTO DO ANO



www.gozilla.com.br



REVENDA 360° construção

Edição 386 | NOV 2022 | ANO XXXIV



60 MIL EXEMPLARES

12 26º MELHOR PRODUTO ANO
Apresentamos os produtos mais votados pelos lojistas

38 ARTIGO CECÍLIA TROIANO

60 ACESSÓRIOS PARA PINTURA
O bom acabamento vai depender da qualidade das ferramentas

74 ENTREVISTA MATHEUS CONTIERO
O novo presidente da Bosch Ferramentas Brasil fala do mercado brasileiro

82 ADESIVOS
Colas, Silicones e Espuma de Poliuretano que não podem faltar na sua prateleira

96 PORTAS E FORROS DE PVC
Práticos, duráveis e à prova de som

100 ARTIGO PATRÍCIA ZANLORENCI

102 ARTIGO ANDREA BASTOS

103 ARTIGO ANGELITA FERRAZ

104 ARTIGO PAULO JOSÉ

106 SUA LOJA

108 PAINEL

114 AGENDA



40 TINTAS IMOBILIÁRIAS
As novidades coloridas que chegam ao mercado

Grupo Perlex

Tradição e Qualidade

Linha | Embutir

NOVA AROS

Produto modular!

Você pode montar de acordo com suas necessidades.

Sem parafusos aparentes

Garras fixadoras individuais

Termoplástico de engenharia



ACESSE

CONHEÇA MAIS PRODUTOS

60 anos

perlex produtos plásticos

@grupoperlex @grupoperlex

85
anos de
história





SAINT-GOBAIN



innova

Tá na sua vida. Tá na história do Brasil.



A nossa trajetória foi construída à base de muitas outras histórias e, com toda a certeza, a sua não pode faltar.

Neste fim de ano, queremos conhecer as vozes dos clientes e parceiros de todo o país que fizeram da **Quartzolit** e de suas argamassas líderes de mercado, e da **Brasilit** e de suas renomadas telhas de fibrocimento, um sinônimo de qualidade.

A sua narrativa vai ajudar a contar como foram os **nossos 85 anos**, construindo sonhos e cobrindo lares pelo Brasil.

PARTICIPE DA NOSSA COMEMORAÇÃO DE 85 ANOS.

CONTE SUA HISTÓRIA.
Envie um áudio pelo ZAP.

Confira as histórias que construíram nossos 85 anos em tanasuahistoria.com.br

quartzolit
SAINT-GOBAIN

brasilit
SAINT-GOBAIN

Contar com um **mix completo** e **premiado** no ponto de venda **faz toda a diferença**!

O nosso **agradecimento** a todos os lojistas e distribuidores pela sua **preferência** e **confiança** em nossos produtos!



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

*Há **25 anos** nosso **compromisso** é oferecer um mix de **alta performance** para as mais diversas **atividades profissionais** e quando o resultado é estar entre os **Melhores Produtos do Ano** na opinião de quem mais entende do assunto, nada é mais **gratificante**!*

Continue contando sempre com a gente!



Confira nossos produtos premiados:

- MEDIDOR DE DISTÂNCIA A LASER, VD 44
- BUCHAS DE NYLON
- MANGUEIRA PARA JARDIM
- CORTADOR DE CERÂMICAS E AZULEJOS MANUAL
- PARAFUSADEIRA/FURADEIRA A BATERIA, PFV 012
- SERRA DE ESQUADRIA, SEV 857
- TRENA DE AÇO
- BOTA DE PVC PRETA COM SOLADO AMARELO
- TELA METÁLICA HEXAGONAL
- BROCA DE AÇO RÁPIDO
- BANQUETA PLÁSTICA DOBRÁVEL
- PARAFUSOS AUTOBROCANTES SEXTAVADOS
- PISTOLA ELÉTRICA PARA PINTURA, PEV 400
- MANTA ASFÁLTICA POLIETILENO
- DISCO DE CORTE DIAMANTADO PARA PORCELANATO
- LUBRIFICANTE EM SPRAY

Assista aos vídeos e siga a VONDER nas redes sociais!

/vonderferramentas

Obrigado por escolher e trabalhar com a

vonder®



OS LOJISTAS VOTARAM; EIS OS VENCEDORES

O Melhor Produto do Ano é atribuído às empresas cujos produtos apresentam maior rentabilidade e giro no ponto de venda para os lojistas de materiais de construção.

Concorreram produtos das categorias: Tintas e Acessórios, Material Hidráulico, Material Elétrico, Material de Acabamento, Material Básico, Itens para Banheiro, Itens para Cozinha, Ferramentas e Esquadrias e Ferragens. No total, são premiados os produtos de 81 categorias.

As empresas mais votadas no Top Of Mind indicam os produtos para concorrer ao Melhor Produto do Ano. E esta votação é exclusiva para os lojistas. A cerimônia de premiação acontece no dia 7 de dezembro, no Espaço Millenium, em São Paulo.

A seguir, o resultado completo dos produtos mais votados em cada categoria.

ESQUADRIAS E FERRAGENS

BUCHA PARA FIXAÇÃO

BUCHAS DE NYLON (VONDER)	46,7%
BUCHA SX8 (FISCHER BRASIL)	20,0%
BUCHA PLÁSTICA CISER (CISER)	20,0%
BUCHA DE FIXAÇÃO IV PLAST (IV PLAST)	6,7%
BUCHA UNIVERSAL (BEMFIXA)	6,7%

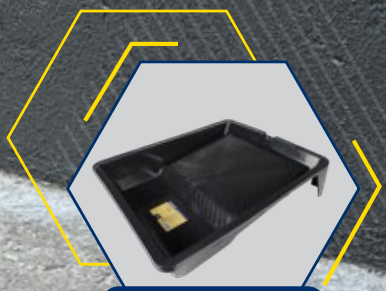
CADEADO

CADEADO DE LATÃO PADO (PADO)	50,0%
CADEADO 20MM ZAMAC (STAM)	25,0%
CADEADO CLÁSSICO DE LATÃO (PAPAIZ)	9,4%
CADEADO GOLD (GOLD)	9,4%
CADEADO DE ALTA SEGURANÇA LATÃO SOPRANO (SOPRANO)	6,3%

PARCEIROS DO PROJETO REVENDA 360°

Linha de pintura

Seu cliente merece o melhor! Inclua no seu mix os produtos da nossa categoria de Pintura.



Bandejas para Pintura



Misturadores de Aço Sextavado | SDS Plus



Raspador de Rejunte

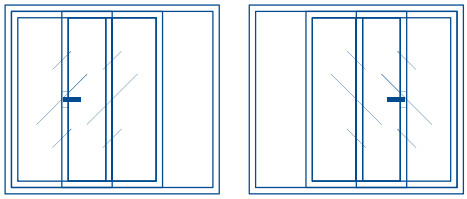
Acesse nosso site:

BRASFORT

GRUPO BRAFT

BRASFORT_BRASIL

www.brasfort.net.br



ESPUMA DE POLIURETANO

ESPUMA EXPANSIVA MP90 MUNDIAL PRIME (MUNDIAL PRIME/AEROFLEX)	26,7%
ESPUMA EXPANSIVA TEKBOND (TEKBOND)	26,7%
ESPUMA EXPANSIVA QUARTZOLIT (QUARTZOLIT)	19,9%
VEDACIT ESPUMA EXPANSIVA (VEDACIT)	13,3%
SIKA BOOM® (SIKA)	13,3%

FECHADURA

FECHADURA 803/03 (STAM)	46,4%
FECHADURA PADO 55MM (PADO)	20,0%
FECHADURAS DE INOX (ASSA ABLOY/PAPAIZ)	16,6%
FECHADURAS NANO (HAGA FECHADURAS)	7,0%
FECHADURA DE ALTO PADRÃO (SOPRANO)	5,0%
MODELO INOX PREMIUM (ALIANÇA METALÚRGICA)	5,0%

FERRAGENS

DOBRADIÇAS MÉDIA /LEVE - STAM (STAM)	40,0%
GANCHO DE REDE (ALIANÇA METALÚRGICA)	20,0%
SERROTE BI-MATERIAL/IWHT20378-LA/20 500MM (IRWIN)	16,7%
BANQUETA PLÁSTICA DOBRÁVEL, BRANCA, ALTURA 220MM (VONDER)	16,7%
ENXADA PARABONI COM CABO (PARABONI)	6,7%

PARAFUSO

CHIPBOARD CISER (CISER)	36,7%
PARAFUSO TELHEIRO KIT COMPLETO (JOMARCA)	28,9%
PARAFUSOS AUTOBROCANTES SEXTAVADOS (VONDER)	20,0%
PARAFUSO CABEÇA CHATA 5X50 (FISCHER BRASIL)	14,4%

PORTA E JANELA DE AÇO

PORTA PIVOTANTE COR MADEIRA COM PUXADOR DE ALUMÍNIO DE 80CM MD9181.1 E A JANELA VENEZIANA COM PERSIANA BLACKOUT INTEGRADA COR PRETA P9241.0 (ULLIAN)	33,3%
JANELA VENEZIANA DE CORRER 6 FOLHAS (KOMPACTA) GRADE QUADRICULADA 100X150 (SASAZAKI)	26,7%
MINAS SUL PORTA LAMINADA DE AÇO (MGM CORP)	20,0%
PORTA DE CORRER QUALITYSOL 3 FOLHAS (GRUPO RAMASSOL)	20,0%

PORTA E JANELA DE ALUMÍNIO

JANELA DE CORRER 2F MÓVEIS COM PERSIANA DE ALUMÍNIO INTEGRADA MODELO GIUSTO (16) (ALUMASA)	35,7%
SOFT JANELA DE CORRER DE ALUMÍNIO (MGM CORP)	28,6%
JANELA DE CORRER CENTRAL 4 FOLHAS COM GRADE QUADRADA COR PRETA P3546.0 E A PORTA DE CORRER CENTRAL COM POSTIGO 4 FOLHAS COM GRADE MOSAICO COR PRETA P1776.0 (LUCASA)	14,3%
JANELA VENEZIANA DE CORRER GRADE HORIZONTAL 100X150 - 6 FOLHAS (ALUMISLIM) (SASAZAKI)	14,3%
VENEZIANA CENTRAL COM GRADE HORIZONTAL CLASSIC EM ALUMÍNIO E PORTA EM ALUMÍNIO COM PREENCHIMENTO TERMOACÚSTICO (VITROLAR)	7,1%

PORTA E JANELA DE PVC

PORTAS SANFONADAS DECOR (PLASBIL)	41,7%
PORTA SANFONADA BRANCA DE 80CM (NOVAFORMA/FORTLEV)	25,0%
PORTA DE PVC PRÁTICA (ARAFORROS)	16,7%
PORTA SANFONADA BRANCO NEVE 60CMX210CM (PLASTILIT/POLIFORT)	8,3%
PORTA SANFONADA DUDA (DUDA)	8,3%

FERRAMENTAS

BROCA

BROCA IRWIN - IW904 (STANLEY BLACK & DECKER)	44,4%
BROCA MULTICONSTRUCTION (BOSCH)	38,9%
BROCA DE AÇO RÁPIDO 10,00 MM DIN 338 HSS (VONDER)	11,1%
BROCAS GOZILLA - VÍDEA, AÇO RÁPIDO, PORCELANATO, GRANITO (GOZILLA)	5,6%



CORTADOR MANUAL DE REVESTIMENTO CERÂMICO

CORTADORES DE CERÂMICA E PORCELANATO CORTAG (CORTAG)	56,0%
CORTADOR DE CERÂMICAS E AZULEJOS MANUAL (VONDER)	16,5%
CORTADORA DE PORCELANATO NORTON CLIPPER TR232 (NORTON)	16,5%
CORTADOR MANUAL DE REVESTIMENTO CERÂMICO TH50 LONGO ANTIGO (THOMPSON)	11,0%

MELHOR PRODUTO DO ANO 2022



2º LUGAR
PINO 3 SAÍDAS

1º LUGAR
FILTRO DE LINHA PROFISSIONAL

3º LUGAR
VIVAZ MONOBLOCO

A ILUMI É HEPTACAMPEÃ!

São sete anos consecutivos sendo uma das marcas mais lembradas nessas três categorias.
Muito obrigado a todos os nossos clientes e colaboradores!

MELHOR PRODUTO 26º DO ANO

2022 MIX dos melhores produtos do ano

ILUMI

ilumibrasil GRUPO ILUMI: ILUMI itec

DISCO DE CORTE

DISCO DE CORTE BNA 115X1,0X22,23 (NORTON)	28,3%
DISCO DE CORTE ABNT NBR 15230 AGOTBF (THOMPSON)	23,4%
DISCO DE CORTE D 20002-10 (MAKITA)	15,8%
DISCO DE CORTE DIAMANTADO CORTAG (CORTAG)	15,8%
DISCOS DE CORTE PREMIUM SECUR (TYROLIT)	11,1%
DISCO DE CORTE IRWIN - IW401451 (STANLEY BLACK & DECKER)	5,6%

DISCO DIAMANTADO

DISCO DIAMANTADO MAKITA D-08791 (MAKITA)	25,6%
DISCO DIAMANTADO TURBO PRO 110MM X 20MM (NORTON)	25,6%
DISCOS DIAMANTADOS BASIC PARA CONSTRUÇÃO CIVIL (TYROLIT)	15,0%
TURBO AZUL (DIAMANTE AZUL)	15,0%
DISCO DIAMANTADO STARRETT (STARRETT)	8,5%
DISCO DE CORTE DIAMANTADO, 110MM PARA PORCELANATO, ULTRAFINO (VONDER)	6,0%
DISCO DIAMANTADO TURBO SECO REFRIGERADO 110MM, 180MM E 230MM (THOMPSON)	4,3%

FERRAMENTA ELÉTRICA

PARAFUSADEIRA E FURADEIRA DE IMPACTO A BATERIA GSB 18 V 50 (BOSCH)	27,8%
FERRAMENTA ELÉTRICA BLACK E DECKER MTX20K3B BR MATRIX (STANLEY BLACK E DECKER)	22,2%
PARAFUSADEIRA/FURADEIRA A BATERIA, 12 V, FONTE BIVOLT AUTOMÁTICA, PFV 012 (VONDER)	22,2%
G1935/BR1 I G1935/BR2: SOPRADOR TÉRMICO (GAMMA FERRAMENTAS)	16,7%
FERRAMENTA ELÉTRICA SERRA MÁMORE 4100NH2 (MAKITA)	11,1%

FERRAMENTA MANUAL PARA CONSTRUÇÃO

MARTELO DE UNHA (TRAMONTINA)	28,7%
TORQUÊS ARMADOR 12" (FERRAMENTAS SÃO ROMÃO)	28,7%
NÍVEL DE ALUMÍNIO (GRUPO VELLORE)	16,3%
COLHER DE PEDREIRO PACETTA (PACETTA)	16,3%
8215 CHAVE HEXAGONAL COM 6 PEÇAS (BRASFORT)	5,0%
VASSOURA ANCINHO MODELO FJ1011 (TRAPP)	5,0%

INSTRUMENTO DE MEDIÇÃO A LASER

MEDIDOR DE DISTÂNCIA A LASER 40,0 M, VD 44 (VONDER)	64,7%
MEDIDOR DE DISTÂNCIA A LASER STARRETT (STARRETT)	17,6%
NIVELADOR LASER VERDE GCL 2-15 G (BOSCH)	11,8%
MEDIDOR DE DISTÂNCIA A LASER 80 M (TRAMONTINA)	5,9%

MÁQUINA ELÉTRICA DE BANCADA

G2353/BR1 I G2353/BR2: SERRA ESQUADRIA 10" – 1.800W (GAMMA FERRAMENTAS)	30,0%
SERRA DE ESQUADRIA 7.1/4", 850W, 220V~, SEV 857 (VONDER)	22,0%
MÁQUINA ELÉTRICA DE BANCADA E MESA GST 254 (BOSCH)	12,5%
MÁQUINA ELÉTRICA DE BANCADA DEWALT DWE7492 B2 (STANLEY BLACK & DECKER)	12,5%
SERRA CIRCULAR DE BANCADA MLT 100 (MAKITA)	12,5%
MOTO ESMERIL 6 (TRAMONTINA)	10,5%

TRENA

TRENA DE BOLSO STARRETT (STARRETT)	41,2%
TRENA DE AÇO 5 MX19 MM (VONDER)	29,4%
TRENA EMBORRACHADA – REF.: AT180 (ATLAS)	17,6%
TRENA PROFISSIONAL 7,5 MX25 MM (THOMPSON)	11,8%



ITENS PARA BANHEIRO

ACESSÓRIOS PARA BANHEIRO

ACESSÓRIO PIX (DECA)	47,0%
KIT PARA BANCADA BRANCO MARMORIZADO (KBB1/2) (ASTRA)	15,5%
ACESSÓRIOS LOREN LOFT (LORENZETTI)	11,3%
ACESSÓRIOS DOCOLFLAT (DOCOL)	10,7%
17300 KIT 5 PEÇAS STANDER AL AÇO 430 (METAIS LEÃO)	7,1%
KIT DUDA MONACO CR CRISTAL (DUDA)	6,0%
CABIDE 2040 215 PRETO MATTE (MEBER METAIS)	2,4%

ARMÁRIO PARA BANHEIRO EM MDF, BP, FF

KIT MODENA SUSP 2GAV + GAVETÃO (A. J. RORATO)	31,6%
CONJUNTO CECÍLIA 80 – NOGAL (FABRIBAM)	19,0%
ARMÁRIO PARA BANHEIRO MARGARIDA (COZIMAX)	19,0%
MODELO HORTÊNCIA (55X31,5) 100% EM MDF (MGM MÓVEIS)	15,6%
CONJUNTO ONIX (GAAM)	14,8%

FORTALEZA



OVERCOLL E REJUNTA ACRÍLICO, ELEITOS ENTRE OS MELHORES PRODUTOS DE 2022

NAS CATEGORIAS DE ARGAMASSAS E REJUNTES



BAIXE NOSSO APP E CONFIRA
TODOS OS NOSSOS PRODUTOS

BOSTIK BRASIL

Disponível na App Store

DISPONÍVEL NO Google Play

Clique para baixar



Clique para acessar
Produtos Fortaleza

Clique para acessar
Produtos Fortaleza

BOSTIK

ASSENTO SANITÁRIO

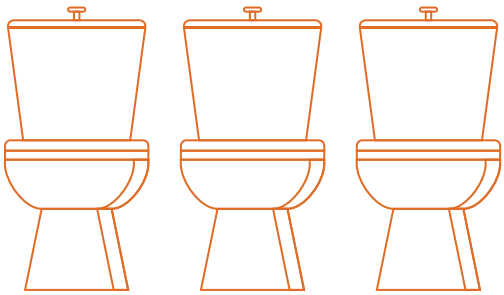
ASSENTO SANITÁRIO OVAL ALMOFADADO PERFUMADO BRANCO (ASTRA)	26,6%
THEMA (MARCA INCEPA) (ROCA BRASIL)	18,7%
ASSENTO COMFORT OVAL AMANCO WAVIN (AMANCO WAVIN)	12,2%
ASSENTO ALMOFADADO DUDA (DUDA)	10,1%
ASSENTO SANITÁRIO ALMOFADADO THEMA (DURÍN)	9,4%
ASSENTO SANITÁRIO PREMIER KRONA (KRONA)	8,6%
SOFT CLOSE CONVENCIONAL COM FIXAÇÃO LIMPEZA FÁCIL - COD. DE REF. DA CENSI: 7602 (CENSI)	8,6%
ASSENTO ENVOLVENTE (HERC)	5,8%

CHUVEIRO ELÉTRICO

ADVANCED (LORENZETTI)	49,6%
CHUVEIRO ELÉTRICO FAMINHO FAME (FAME)	27,4%
CHUVEIRO OPTIMA HYDRA (HYDRA)	12,6%
DUCHA ELETRÔNICA SUBLIME (ZAGONEL)	8,1%
DUCHA TOP BANHO SINTEX (SINTEX)	2,2%

LOUÇA SANITÁRIA

ELITE (MARCA CELITE) (ROCA BRASIL)	54,3%
CUBAS SLIM (DECA)	15,5%
KIT BACIA LOREN ONE (LORENZETTI)	12,4%
BACIA COM CAIXA ACOPLADA MISTI (ICASA)	10,1%
BACIA LÓGGICA CONVENCIONAL OU COM CAIXA ACOPLADA (DOCOL)	4,7%
CONJUNTO ACOPLADO ARAXÁ (SANTA CLARA)	3,1%



METAL SANITÁRIO

MONOCOMANDO LOREN KITCHEN 2266 C-76 (LORENZETTI)	50,0%
FLOW (MARCA CELITE) (ROCA BRASIL)	11,2%
CHUVEIRO DECA FLEX RETANGULAR (DECA)	10,4%
MONOCOMANDO PARA BANHEIRO LIFT (DOCOL)	10,4%
MISTURADOR MONOCOMANDO MESA BLACK/BRONZE (ÁGUIA METAIS)	9,0%
TORNEIRA LAVATÓRIO BANCA GIOIA CR DN15 (FABRIMAR/TIGRE)	5,2%
MONOCOMANDO LAVATÓRIO BANCADA 2879 52 PRETO MATTE (MEBER METAIS)	3,7%

SISTEMA DE AQUECIMENTO A GÁS

LZ 1600DE (LORENZETTI)	42,9%
REU - E210/E211 FEH (RINNAI)	27,7%
20 LITROS BLACK (RHEEM)	16,1%
KO 20 PRIME (KOMECO)	13,4%

ITENS PARA COZINHA

ARMÁRIO PARA COZINHA EM MDF, BP, FF

ARMÁRIO TÓQUIO A. J. RORATO (A. J. RORATO)	37,7%
COZINHA ATENAS (MM GABINETES)	28,3%
ARMÁRIOS PARA COZINHA FLAMINGO COZIMAX (COZIMAX)	15,1%
GABINETE NEVADA (IRMÃOS CORSO)	11,3%
PIA PLENA 1.20 - BRANCO C/ CARVALHO (FABRIBAM)	7,5%

FILTRO E PURIFICADOR DE ÁGUA

ACQUA BELLA (LORENZETTI)	32,7%
TORNEIRA BICA MÓVEL COM PURIFICADOR MARUJÁ (VÍQUA)	20,4%
PURIFICADOR COM TORNEIRA NEW (ACQUABIOS)	18,4%
PURIFICADOR FACILE C3 (HIDROFILTROS)	18,4%
PURIFICADOR DE PAREDE - MODELO PLUS (HERC)	6,1%
FILTRO E PURIFICADOR DE AGUA 100% ABS (DURÍN)	4,1%

PIA DE MATERIAL SINTÉTICO

PIA ISOCRIL (IRMÃOS CORSO)	30,2%
PIA SINTÉTICA STD GRAN 120 X 55CM A. J. RORATO (A. J. RORATO)	30,2%
PIA DE MATERIAL SINTÉTICO DECORALITA (DECORALITA)	27,9%
PIA SINTÉTICA 1,20 - DURALEVI (DURALEVI)	11,6%

PIA E CUBA DE INOX

MORGANA COMPACT 48 FX (TRAMONTINA)	35,7%
PIA INOX PLUS 30 (GHELPLUS)	26,2%
PIA E CUBA DE INOX PADRÃO 1,20M (FABRINOX)	19,0%
CUBA DE EMBUTIR E SOBREPOR LÍNEA FRANKE 50X40 C/ VÁLVULA 4,5 (FRANKE)	16,7%
TANQUE INOX TECNOCUBA 40X40CM - 22 LITROS (TECNOCUBA)	2,4%

Couché

TODO ELETRICISTA USA, **INCLUSIVE O ZÉLETRICO.**





LAMESA

FIOS E CABOS ELÉTRICOS

*Quem compara **QUALIDADE** sempre pede e usa **LAMESA**!*

www.**lamesa**.com.br

VEDACIT: VENCEDORA DO PRÊMIO MELHOR IMPERMEABILIZANTE DO ANO

Está no DNA construir o futuro! E, geração após geração a **VEDACIT** continu
Líder no Mercado de Impermeabilização. Mais uma vez fomos eleitos esponta
pelos lojistas, leitores da Revenda Construção pelo prêmio de Melhor Imperm
do Ano. Queremos agradecer aos profissionais que, junto de nossos produtos
transformar a vida de milhões de pessoas.



www.vedacit.com.br

2022

ua sendo a
aneamente
eabilizante
s, ajudam a

Saiba mais



MELHOR PRODUTO DO ANO

TORNEIRA ELÉTRICA

LOREN EASY (LORENZETTI)	27,3%
TORNEIRA ELÉTRICA DE BANCADA ELEGANCE BLACK FAME (FAME)	18,2%
TORNEIRA ELÉTRICA ASTRA 4.500 W 127V (ASTRA)	15,9%
TORNEIRA ELETRÔNICA PRIMA TOUCH (ZAGONEL)	15,9%
TORNEIRA ELÉTRICA DE COZINHA PLUS (DURÍN)	13,6%
TORNEIRA ELETRÔNICA SINTEX (SINTEX)	9,1%

TORNEIRA PARA COZINHA

TORNEIRA LOREN FLEX (LORENZETTI)	55,3%
TORNEIRA DE COZINHA START (DECA)	15,8%
TORNEIRA COZINHA PAREDE NOVA GYRO CR DN15 (TIGRE)	7,9%
TORNEIRA DE PAREDE BICA MÓVEL PARA COZINHA LAGUNE (VÍQUA)	7,9%
MONOCOMANDO PARA COZINHA BICA ALTA LIFT (DOCOL)	5,3%
TORNEIRA COZINHA PREMIUM (ACQUABIOS)	5,3%
MONOCOMANDO COZINHA COM FLEXÍVEL MÓVEL 2885 C 75 (MEBER METAIS)	2,6%

MATERIAL BÁSICO

BETONEIRA

BETONEIRA PROFISSIONAL 400L CSM (CSM)	39,4%
BETONEIRA FISCHER MOB PRO 400L (IRMÃOS FISCHER)	21,2%
BETONEIRA MOTOMIL MB-150P 1 50 LITROS MOTOR E CHAVE DE SEGURANÇA (GMEG)	18,2%
BETONEIRA PRIME 400 LITROS (MENEGOTTI)	18,2%
ALZA M-400 (ALZA)	3,0%

CARRINHO DE MÃO

CARRINHO DE MÃO EXTRAFORTE COM CAÇAMBA METÁLICA REFORÇADA DE 65 L (TRAMONTINA)	36,4%
CARRINHO DE MÃO FISCHER 60L CAÇAMBA AÇO VERMELHO (IRMÃOS FISCHER)	25,5%
CANAL EXPORTAÇÃO (CANAL)	18,0%
CARRINHO DE MÃO 5.0 (METALOSA)	11,0%
CARRINHO DE MÃO 60 LITROS METASUL (METASUL)	9,1%

CIMENTO

VOTORAN/POTY/ITAÚ/TOCANTINS (VOTORANTIM CIMENTOS)	41,7%
CIMENTO CP III 32 RS - 50 KG (CSN)	29,2%
INTERCEMENT/CAUE/ZEBU/GOIÁS (INTERCEMENT - CAUÊ/ZEBU/GOIÁS)	12,5%
MAUÁ ULTRA FORTE (HOLCIM)	12,5%
CIMENTO CPIIF32 - MAXIFORT (SUPREMO)	4,2%

IMPERMEABILIZANTE

VEDACIT ADITIVO IMPERMEABILZANTE (VEDACIT/OTTO BAUMGART)	25,5%
TECPLUS TOP QUARTZOLIT (QUARTZOLIT)	25,5%
SIKATOP® (SIKA)	15,0%
VIAPLUS 7000 (VIAPOL)	12,5%
DENVERTEC 100 (GRUPO SOPREMA/DENVER)	12,5%
DRYKOMANTA LÍQUIDA (DRYKO)	9,0%

MANTA ASFÁLTICA

MANTAS ASFÁLTICAS QUARTZOLIT (QUARTZOLIT)	34,6%
VEDACIT MANTA ASFÁLTICA (VEDACIT/OTTO BAUMGART)	19,2%
VIAMANTA (VIAPOL)	11,5%
IMPERMANTA (GRUPO SOPREMA/DENVER)	11,5%
DRYKOFITA VEDATUDO (MANTINHA ASFÁLTICA) (DRYKO)	7,7%
MANTA ASFÁLTICA POLIETILENO 1MX10M , 2,5MM (VONDER)	7,7%
SIKA® MANTA (SIKASHIELD®) (SIKA)	7,7%

TELA, TRELIÇA E ARAME RECOZIDO

TELA GERDAU, TRELIÇA GERDAU E ARAME RECOZIDO GERDAU (GERDAU)	54,5%
ARAME RECOZIDO MULTILIT (MULTILIT)	22,7%
TELA METÁLICA HEXAGONAL, MALHA 2", 23 BWG X 1,5M, COM 50M, GALINHEIRO (VONDER)	13,6%
TELLACOR MORLAN (MORLAN)	9,1%

TELHA DE FIBROCIMENTO

TELHA DE FIBROCIMENTO TROPICAL (ETERNIT)	31,8%
TELHA RESIDENCIAL 5MM BRASILIT (BRASILIT)	22,7%
TELHAS DE FIBROCIMENTO ECONOFLEX INFIBRA (INFIBRA)	22,7%
TELHA DE FIBROCIMENTO MULTILIT (MULTILIT)	13,6%
TELHA DE FIBROCIMENTO DVG PRECON (DVG PRECON)	9,1%

TELHA DE PVC

TELHA DE PVC DVG PRECON (DVG PRECON)	34,5%
TELHA DE PVC COLONIAL PLAN (AFORT/FORTLEV)	21,2%
TELHA DE PVC PERMATEX (INFIBRA)	21,2%
TELHA EM PVC - MODELO COLONIAL COR CERAMICA (ITEC FABRIL)	18,1%
TELHA DE PVC DECOR (ARAFORROS)	5,0%

VERGALHÃO

VERGALHÃO GERDAU (GERDAU)	100%

ASTRA

PRÊMIO MELHOR PRODUTO DO ANO

LÍDERES EM VENDA E EM QUALIDADE.

26º MELHOR PRODUTO DO ANO



1º
ASSENTO SANITÁRIO OVAL ALMOFADADO PERFUMADO

2º
KIT DE BANCADA MARMORIZADO

3º
TORNEIRA ELÉTRICA



4º
Japi
TORNEIRA PLÁSTICA PARA COZINHA

/ japi.br
/canaljapi

/astraoficialbr
www.astra-sa.com

COM
TRAMONTINA

tramontina.com.br

DÁ PRA FAZER





DO PROJETO AO ACABAMENTO.

Fazer bem feito é fazer com Tramontina. Produtos de qualidade e parceria para cada etapa da obra.

TRAMONTINA

parceria para fazer bem feito

MATERIAL DE ACABAMENTO

ARGAMASSA

CIMENTCOLA INTERNO QUARTZOLIT (QUARTZOLIT)	41,6%
VOTOMASSA (VOTOMASSA/VOTORANTIM CIMENTOS)	36,0%
OVERCOLL FORTALEZA (FORTALEZA)	12,4%
ACIII DUO TECH (CERAMFIX)	9,0%
REVESTIMENTO FINO SKIM COAT (DVG PRECON)	1,1%

FORRO DE PVC

FORRO GEMINI (NOVAFORMA/FORTLEV)	25,6%
FORRO EM PVC DECOR PRATIC (ARAFORROS)	21,4%
FORRO EM PVC GEMINI 20CM (PLASTILIT/POLIFORT)	21,4%
FORRO VINÍCULO REVID (PLASBIL)	11,5%
FORRO PVC BRANCO GELO (MULTILIT)	11,5%
FORRO CLEAN DUDA (DUDA)	8,6%

PORCELANATO

CONFETE (CEUSA)	41,7%
BARCELONA - FORMATO 84X84 (DELTA)	12,6%
PORCELANATO POLIDO EMBRAMACO: "ATLANTIS LUX P60574 – 62CMX121CM" (EMBRAMACO)	12,6%
ROYAL BLACK SATIN 60X120 – PRODUTO TAMBÉM NAS VERSÕES POLIDAS E 90X180 (BIANCOGRES)	12,6%
SAHARA AR 24193 121CMX121CM (DAMME)	9,7%
CALACATTA GOLD POLIDO 101X101 (ELIZABETH)	6,8%
MUNARI CIMENTO AC 90X90CM (ELIANE)	4,0%

REJUNTAMENTO

REJUNTE CERÂMICAS QUARTZOLIT (QUARTZOLIT)	38,5%
REJUNTA ACRÍLICO FORTALEZA (FORTALEZA)	32,3%
REJUNTE ACRÍLICO BICOMPONENTE EXTRALISO 1KG (CERAMFIX)	13,8%
VOTOMASSA (VOTOMASSA/VOTORANTIM CIMENTOS)	13,8%
LIGAMAX GOLD JUNTAPLUS EP 500 (SIKA)	1,5%

REVESTIMENTO CERÂMICO

BOULEVARD (PORTINARI)	47,5%
CERÂMICA POLIDA: "ÔNIX BIANCO LUX P45530 – 45CMX100CM" (EMBRAMACO)	13,6%
BOLOGNA ROSSO TA 07X26 (ELIZABETH)	11,9%
AZULEJOS METRÔ 10X20CM (ELIANE)	10,2%
BOTANIC – 45X90 (BIANCOGRES)	8,5%
REVESTIMENTO CERÂMICO	
FORMATO 70X70 (DELTA)	6,8%
TERRAZZO GELO (CEDASA)	1,7%

MATERIAL ELÉTRICO

DISJUNTOR

DISJUNTOR DIN FAME (FAME)	47,7%
DISJUNTOR CURVA C 3KA (MARGIRIUS)	16,6%
DISJUNTOR SIEMENS (SIEMENS)	13,5%
MINIDISJUNTORES RESIDENCIAIS SHB (SOPRANO)	10,9%
MINIDISJUNTOR STECK (SDD 3KA) (STECK)	4,1%
MINIDISJUNTOR TDJ3-1C25 1P 25A 3KA (TRAMONTINA)	4,1%
MINIDISJUNTORES G30SL DA GEIS BY ABB (ABB)	2,6%
DISJUNTOR DIN RX3 (GRUPO LEGRAND)	0,5%

EXTENSÃO ELÉTRICA/FILTRO DE LINHA

FILTRO DE LINHA PROFISSIONAL (34002) (ILUMI)	36,8%
EXTENSÃO/FILTRO DE LINHA MARGIRIUS (MARGIRIUS)	16,0%
EXTENSÃO ELÉTRICA FAME (FAME)	16,0%
EXTENSÃO SORT DANEVA MULTI (GRUPO LEGRAND)	10,4%
STYLUS 9085 (GRUPO PERLEX)	10,4%
EXTENSÃO 2P T (MEGATRON)	10,4%

FIO E CABO ELÉTRICO

CABO FLEXÍVEL ATOXSIL 750 V (SIL)	25,4%
CABO FLEXICOM (COBRECOM)	22,0%
CABO FLEXÍVEL 2,5MM (MEGATRON)	20,9%
CABO PP HEPR FLEXÍVEL 1 KV LAMETIL FLEX (LAMESA)	13,6%
CABO FLEXÍVEL SOLAR CORFITOX 120°C 0,6/1 KV (CORFIO)	12,4%
CABO NAMBEIFLEX 450/750 V (NAMBEI)	5,6%

FITA ISOLANTE

3M FITA ISOLANTE SCOTCH 33 (3M)	74,7%
FITA ISOLANTE TIGRE USO GERAL – 54502630 (TIGRE)	12,4%
FITA ISOLANTE ANTICHAMA KRONA (KRONA)	6,7%
FITA ISOLANTE 0,15MM (NORTON)	3,9%
FITA ISOLANTE AMANCO WAVIN (AMANCO WAVIN)	2,2%

LÂMPADA DE LED

PERA LED 9W 6500K (AVANT)	25,4%
CONTROLED SENSOR DE PRESENÇA (OUROLUX)	24,9%
LÂMPADA LED TKLS (TASCHIBRA)	16,9%
BULBO 20W (GALAXY LED)	16,4%
LED CLASSIC 9W (KIAN)	10,7%
LED BULBO 12W 6500K (FOXLUX/GRUPO VELLORE)	5,6%


www.adere.com
FITA CREPE
TOP OF MIND?
PODE COLAR
COM A ADERE!
TOP OF MIND
Revenda Construção
O nosso obrigado aos clientes e parceiros que votaram na Fita Crepe da ADERE! Com ela, vencemos a 26ª edição do Prêmio Melhores Produtos do Ano.
423 USO GERAL
ADERE
Colou, tá colado.

LÂMPADA FLUORESCENTE (COMPACTA E TUBULAR)

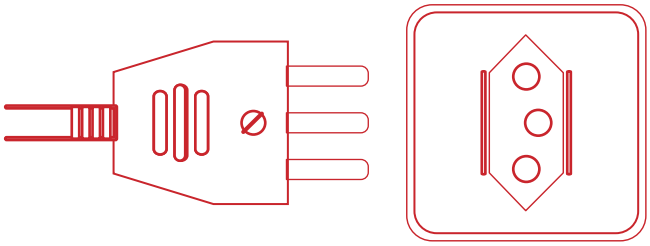
LÂMPADA ELETRÔNICA 3U 20W (OUROLUX)	27,0%
LÂMPADA FLUORESCENTE COMPACTA 3U E FULL SPIRAL (TASCHIBRA)	27,0%
FLUORESCENTE COMPACTA 20W (GALAXY LED)	19,7%
LÂMPADA FLUORESCENTE COMPACTA U 15W 6400K 220V (FOXLUX/GRUPO VELLORE)	16,8%
LÂMPADA FLUORESCENTE COMPACTA ESPIRAL (ELGIN)	9,5%

LUMINÁRIA DE LED

LUMINÁRIA SLIM BRILHARE LUMFÁCIL MULTIÚSO LED (TASCHIBRA)	25,6%
LUMINÁRIA LED SLIM 6500K BIVOLT (FOXLUX/GRUPO VELLORE)	25,6%
STYLETUBE 36W (GALAXY LED)	18,0%
PAINEL LED 24W (OUROLUX)	11,5%
PAINEL LED SLIM DE SOBREPOR QUADRADO 24W (BLUMENAU ILUMINAÇÃO)	11,5%
LUMINÁRIA DE LED - LUMINÁRIA DE MESA ASTERIANA/PRETO/BRANCO (ILUMI)	7,8%

PINO ADAPTADOR DE TOMADA

PLUGUE MULTIPLICADORES FAME (FAME)	35,0%
BENJAMIM/PINO T (MARGIRIUS)	18,8%
PINO 3 SAÍDAS (12270) (ILUMI)	18,8%
PLUGUE MACHO 2P 10A - 250V~ (TRAMONTINA)	9,9%
PINO 345 (GRUPO PERLEX)	9,9%
PLUGUES E ADAPTADORES DAVENA CONECTA (GRUPO LEGRAND)	7,2%
1501.155 – PLUGUE 3 SAÍDAS 2 POLOS TERRA (RADIAL)	0,4%



QUADRO DE DISTRIBUIÇÃO

QUADRO DE DISTRIBUIÇÃO AMANCO WAVIN (AMANCO WAVIN)	40,5%
QUADRO DE DISTRIBUIÇÃO FAME (FAME)	22,6%
QUADRO DE DISTRIBUIÇÃO KRONA (KRONA)	10,1%
QUADRO DE DISTRIBUIÇÃO TIGRE (QD DIST EMB 12/16 DISJ PTA BR S/BAR CB - 33046995) (TIGRE)	8,9%
QUADRO DE DISTRIBUIÇÃO STECK (OURO BOX) (STECK)	8,9%
QUADRO DE DISTRIBUIÇÃO SOPRANO (SOPRANO)	8,9%

TOMADA, PLUGUE E INTERRUPTOR

TOMADAS, PLUGUES E INTERRUPTORES EVIDENCE FAME (FAME)	32,1%
CONJUNTO MONTADO LIZ 1 INTERRUPTOR SIMPLES 1 TOMADA 2P T 10A 250V~ (TRAMONTINA)	20,9%
INTERRUPTOR DIFERENCIAL RESIDUAL/DISPOSITIVO DE PROTEÇÃO CONTRA SURTOS (SOPRANO)	12,3%
VIVAZ MONOBLOCO (78123) (ILUMI)	12,3%
NOVA AROS 7381/11 (GRUPO PERLEX)	12,3%
TOMADA E INTERRUPTOR PETRA (MEC-TRONIC)	5,3%
1803.113 – TOMADA 2 POLOS TERRA (RADIAL)	2,7%
TOMADAS PLUZI BRANCA (MODULAR) (PLUZIE)	2,1%

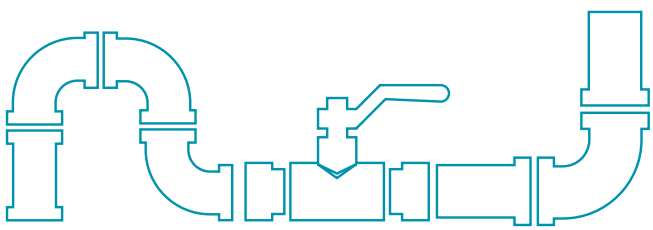
MATERIAL HIDRÁULICO

CAIXA D'ÁGUA DE POLIETILENO

CAIXA D'ÁGUA DE POLIETILENO FORTLEV (FORTLEV)	47,2%
CJ CORPO/TAMPA CAIXA D'ÁGUA 500L V4 – 100017470 (TIGRE)	27,5%
CAIXA D'ÁGUA DE POLIETILENO BAKOF TEC (BAKOF TEC)	12,7%
CAIXA D'ÁGUA DE POLIETILENO ÁGUA PROTEGIDA (ACQUALIMP)	12,7%

CISTERNA

CISTERNA ESTRUTURAL FORTLEV (FORTLEV)	67,0%
CISTERNA BAKOF TEC (BAKOF TEC)	24,1%
CISTERNA INFIBRA (INFIBRA)	7,1%
CISTERNA EM POLIETILENO DE 5.000 LITROS (FIBROMAR)	1,8%



FITA VEDA ROSCA

FITA VEDA ROSCA KRONA (KRONA)	32,7%
POLYFITA (VEDAH/SEALTAPE)	20,0%
FITA VEDA ROSCA TIGRE 18MMX10M - 54501854 (TIGRE)	20,0%
FITA VEDA ROSCA AMANCO WAVIN (AMANCO WAVIN)	18,2%
FITA VEDA ROSCA CENSI - 18 MMX10 M – PFFE (REF. 7581) (CENSI)	9,1%

PRODUTOS INOVADORES

COM A QUALIDADE DA MARCA QUE VOCÊ CONFIA



ACQUA DUO
ULTRA ELETRÔNICO

MELHOR PRODUTO 26º DO ANO

CHUVEIRO ELÉTRICO

1º LUGAR
ADVANCED

SISTEMA DE AQUECIMENTO A GÁS

1º LUGAR
LZ 1600DE

FILTRO E PURIFICADOR DE ÁGUA

1º LUGAR
ACQUA BELLA

TORNEIRA ELÉTRICA

1º LUGAR
LOREN EASY

METAL SANITÁRIO

1º LUGAR
LOREN KITCHEN

TORNEIRA EM ABS

1º LUGAR

TORNEIRA DE COZINHA

1º LUGAR
LOREN FLEX

TORNEIRA DE PLÁSTICO

2º LUGAR

lorenzettioficial

0800 015 02 11 www.lorenzetti.com.br

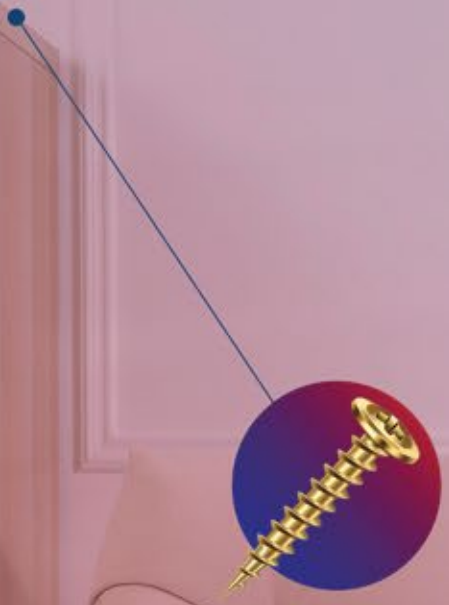
LORENZETTI

Mais do que você imagina

FIXAMOS QUALIDADE



2º lugar: Bucha Plástica
na categoria Bucha para Fixação



1º lugar: Parafuso Chipboard
na categoria Parafuso

MELHOR PRODUTO DO ANO 26º

Agradecemos aos nossos clientes e parceiros que constroem uma relação de confiança com a Ciser, tornando-nos uma das marcas mais lembradas do segmento.

CISER FIXAMOS TUDO.





MANGUEIRA PARA JARDIM

MANGUEIRA FLEX PARA JARDIM 25M COM ENGATES ROSQUEADOS E ESGUICHO (TRAMONTINA)	34,2%
MANGUEIRA PARA JARDIM, ANTITORÇÃO, 1/2" (VONDER)	18,0%
MANGUEIRA SILICONADA 1/2X2,0MM COR LARANJA C/ 300 MTS (ACQUAFLEX MANGUEIRAS)	15,3%
BOBINA MANGUEIRA TOPFLEX (VÍQUA)	14,4%
MANGUEIRAS PARA JARDINAGEM PLASBOHN (PLASBOHN)	10,8%
CONJUNTO PARA JARDIM CRISTAL TRANÇADO (ARQUA)	7,2%

RALO LINEAR

RALO SLIM (TRAMONTINA)	30,3%
RALO LINEAR INVISÍVEL 70CM BRANCO - 100018897 (TIGRE)	21,1%
RALO LINEAR AMANCO WAVIN (AMANCO WAVIN)	19,3%
RALO SQUARE OCULTO (GRUPO LINEAR)	19,3%
RALO LINEAR MODULÁVEL (HERC)	10,1%

TORNEIRA DE PLÁSTICO

TORNEIRA DE JARDIM (HERC)	19,2%
TORNEIRAS DE PLÁSTICO KRONA (KRONA)	18,3%
TORNEIRA DE PLÁSTICO LORENZETTI (LORENZETTI)	18,3%
TORNEIRA PARA TANQUE COM DERIVAÇÃO MÁQUINA DE LAVAR (VÍQUA)	15,0%
TORNEIRA TEMPORIZADA CURVA REF.: 90232 PRETO (BLUKIT)	15,0%
TORNEIRA PARA COZINHA PAREDE BICA ALTA MÓVEL CROSS - 300000470 (TIGRE)	14,2%

TORNEIRA EM ABS

TORNEIRA EM ABS LORENZETTI (LORENZETTI)	31,8%
TORNEIRA DE COZINHA PAREDE ALTA CROSS BRANCA - 300000470 (TIGRE)	22,4%
TORNEIRA DE MESA PARA COZINHA ALLURE MOUVE (VÍQUA)	20,6%
TORNEIRA PARA PIA DA COZINHA, PAREDE ABS-BRQ (ASTRA)	11,2%
TORNEIRA DE PAREDE - SICÍLIA (HERC)	10,3%
1068 TORN COZINHA PAREDE B.ALTA 1/4 VOLTA 1/2 DN 15 C63 BRANCA/ CROMADA PLASTIC (METAIS LEÃO)	3,7%

TUBO E CONEXÃO DE COBRE

TUBO DE COBRE CLASSE E 22,00X0,60MM E COTOVELO 90° DE 22MM (ELUMA)	100,0%

TUBO E CONEXÃO PARA ÁGUA FRIA

TUBOS E CONEXÕES DE PVC PARA ÁGUA FRIA KRONA (KRONA)	31,5%
JOELHO 90° 25MM SOLDÁVEL - 22150251 (TIGRE)	21,6%
TUBO SOLDÁVEL PARA ÁGUA FRIA AMANCO WAVIN/ CONEXÃO SOLDÁVEL AMANCO WAVIN PARA ÁGUA FRIA (AMANCO WAVIN)	17,1%
TUBO ÁGUA FRIA (SOLDÁVEL) MULTILIT (MULTILIT)	11,7%
TUBO SOLDÁVEL PARA ÁGUA FRIA PLASTUBOS/CONEXÃO SOLDÁVEL PARA ÁGUA FRIA PLASTUBOS (PLASTUBOS)	8,1%
TUBOS E CONEXÕES PARA ÁGUA FRIA – PREDIAL- DVG TUBOZAN (DVG TUBOZAN)	5,4%
TUBOS E CONEXÕES SOLDÁVEIS FORTLEV (FORTLEV)	4,5%

TUBO E CONEXÃO PARA ÁGUA QUENTE

TUBOS E CONEXÕES PARA ÁGUA QUENTE KRONA (KRONA)	38,7%
JOELHO 90° 22MM AQUATHERM - 22850954 (TIGRE)	29,0%
TUBO SUPER CPCV AMANCO WAVIN/CONEXÃO SUPER CPCV AMANCO WAVIN (AMANCO WAVIN)	18,3%
TUBOS E CONEXÕES TOPHIDRO (TOP FUSION)	14,0%



TINTAS E ACESSÓRIOS PARA PINTURA

ACESSÓRIOS PARA PINTURA

ROLO PARA MASSA ROLADA (ATLAS)	32,2%
TRINCHAS PROFISSIONAIS 312/313 (ROMA PINCÉIS)	20,3%
ROLO DE LÃ SINTÉTICA ANTIRRESPINGO - 61374230 (TIGRE ACESSÓRIOS PARA PINTURA)	16,9%
PISTOLA ELÉTRICA PARA PINTURA, 400 W, PEV 400, 127 V~ (VONDER)	15,3%
ROLO 964 FINOX (CONDOR PINCÉIS)	15,3%



COLA INSTANTÂNEA

COLA INSTANTÂNEA 793 TEKBOND (TEKBOND)	37,9%
SUPER BONDER ULTRA 20G (SUPER BONDER LOCTITE/HENKEL)	27,6%
POLYFORT COLABOND (PULVITEC)	13,8%
COLA ADESIVO INSTANTÂNEO 993 ADELBRAS (ADELBRAS)	8,6%
COVULFIX COLA INSTANTÂNEA (BRASCOLA)	6,9%
COLA INSTANTÂNEA TYTAN (TYTAN/SELENA)	5,2%

CUPINICIDA

JIMO CUPIM (JIMO)	34,5%
VEDACIT INSETICIDA PARA CUPINS (PENETROL CUPIM (VEDACIT/OTTO BAUMGART)	27,3%
PENTOX (MONTANA QUÍMICA)	25,5%
EXTERMINADOR DE CUPIM (SAYERLACK)	12,7%

EQUIPAMENTO PARA PROTEÇÃO INDIVIDUAL

RESPIRADOR DESCARTÁVEL 3M AURA (3M)	31,3%
MÁSCARA PFF1 (NORTON)	20,3%
CALÇADO 50B26 CB (MARLUVAS)	15,6%
BOTA DE PVC PRETA COM SOLADO AMARELO, CANO MÉDIO, COM FORRO, 40 (VONDER)	15,6%
LUVA DE PROTEÇÃO PALMA ANTIDERRAPANTE EM PU (ATLAS)	10,9%
LUVA SONORA PRO (KALIPSO)	6,3%

FITA CREPE

FITA CREPE PARA PINTURA IMOBILIÁRIA (427 OU 423) (ADERE)	52,7%
FITA MASK CREPE IMOBILIÁRIA ADELBRAS (ADELBRAS)	20,0%
FITA CREPE TEKBOND (TEKBOND)	12,7%
FITA CREPE 3M 101LA (3M)	10,9%
FITA CREPE 24MMX50M (TIGRE)	3,6%



LIXA

LIXA FOLHA MASSA A257 (NORTON)	31,7%
LIXAS FERRO TATU (LIXAS TATU)	15,0%
LIXA TELADA – REF.: AT17 (ATLAS)	15,0%
3M LIXA FERRO 221T (3M)	11,7%
LIXA TIGRE – 60700100 (TIGRE)	10,0%
LIXA MASSA (ADERE)	8,3%
FOLHAS DE LIXA FERRO, MASSA E MADEIRA E D'ÁGUA (TYROLIT)	8,3%

ÓLEO DESENGRIPANTE E ANTICORROSIVO

WD-40® PRODUTO MULTIÚSOS (WD-40)	25,4%
DESENGRIPANTE LUB TEKBOND (TEKBOND)	19,0%
DESENGRIPANTE MP1 MUNDIAL PRIME (MUNDIAL PRIME)	19,0%
MULTI SPRAY 3M™ (3M)	11,5%
LUBRIFICANTE MULTIÚSO STARRETT LUB (STARRETT)	9,5%
LUBRIFICANTE EM SPRAY 300 ML/200 G, VONDER PLUS (VONDER)	7,8%
ÓLEO DESINGRIPANTE WHITE LUB SUPER (WHITELUB/ORBI QUÍMICA)	7,8%

SILICONE

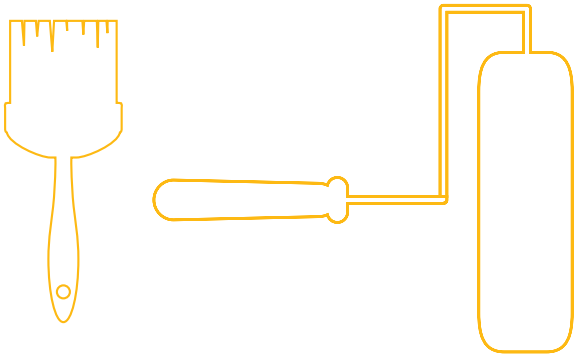
SILICONE ACÉTICO CONSTRUÇÃO TRANSPARENTE 256 GRS E 50 GRS (TEKBOND)	39,7%
SILICONE HÍBRIDO CLEAR 24H (UNIPEGA)	19,0%
POLYFORT SILICONE MULTIÚSO (PULVITEC)	12,1%
BRASCOVED SILICONE MULTIÚSO (BRASCOLA)	8,6%
SILICONE ACÉTICO QUARTZOLIT (QUARTZOLIT)	8,6%
ADESIVO SILICONE - REF.: AT277/1 (ATLAS)	6,9%
CASCOLA SILICONE ACÉTICO USO GERAL (CASCOLA/HENKEL)	5,2%

STAIN

SUVINIL STAIN PROTETOR (SUVINIL)	30,2%
OSMOCOLOR (MONTANA QUÍMICA)	28,3%
STAIN POWER STAIN (EUCATEX)	22,6%
POLISTEN (SAYERLACK)	18,9%

TINTA ESMALTE

ESMALTE SUVINIL SECA RÁPIDO (SUVINIL)	23,6%
SW ECO ESMALTE (SHERWIN-WILLIAMS)	20,0%
CORALIT TOTAL BASE ÁGUA (CORAL)	18,2%
SECA RÁPIDO PREMIUM (EUCATEX)	14,5%
ESMALTE BASE ÁGUA PREMIUM PLUS (LUKSCOLOR)	12,7%
KISACRIL ESMALTE SINTÉTICO PREMIUM (KILLING)	10,9%



TINTA PARA PAREDE EXTERNA

SUVINIL PROTEÇÃO TOTAL (SUVINIL)	29,4%
PROTEÇÃO SOL E CHUVA ACRÍLICO TOTAL (CORAL)	27,5%
KISACRIL ACRÍLICA PREMIUM (KILLING)	15,7%
METALATEX FOSCO (SHERWIN-WILLIAMS)	13,7%
PROTEGE ACRÍLICO PREMIUM (EUCATEX)	13,7%

TINTA PARA PAREDE INTERNA

SUVINIL FOSCO COMPLETO (SUVINIL)	25,4%
CORAL RENDE MUITO (CORAL)	15,3%
TINTA ACRÍLICA PREMIUM ANJO (ANJO TINTAS)	13,6%
NOVACOR PAREDES PRO (SHERWIN-WILLIAMS)	13,6%
TRADIÇÃO ACRÍLICO PREMIUM PLUS (LUKSCOLOR)	13,6%
PEG E PINTE - TINTA ACRÍLICA ECONÔMICA (EUCATEX)	11,9%
DACAR ACRÍLICO STANDARD (TINTAS DACAR)	6,8%

TINTA PARA PISO

SUVINIL PISO (SUVINIL)	22,4%
ULTRA PISO ACRÍLICO PREMIUM (EUCATEX)	20,4%
NOVACOR PISO (SHERWIN-WILLIAMS)	16,3%
NOVOPISO - TINTA ACRÍLICA PREMIUM (HYDRONORTH)	10,2%
TINTA ACRÍLICA PISO NOVO ANJO (ANJO TINTAS)	10,2%
LUKSPISO ACRÍLICO PREMIUM PLUS (LUKSCOLOR)	8,2%
DACAR ACRÍLICO PISOS PREMIUM (TINTAS DACAR)	6,1%
PINTA PISO (CORAL)	6,1%

TINTA SPRAY

COLORGIN USO GERAL (SHERWIN-WILLIANS/COLORGIN)	27,8%
TINTA SPRAY MUNDIAL PRIME (MUNDIAL PRIME)	24,1%
PREMIUM MULTIÚSO (EUCATEX)	22,2%
TEKBOND SUPER COLOR (TEKBOND)	14,8%
LUKSCOLOR SPRAY PREMIUM MULTIÚSO (LUKSCOLOR)	11,1%

Mundial Prime

Mundial Prime é Melhor do Ano

Confiança e qualidade aprovadas pelos maiores varejistas de todo o país

Conquistar o reconhecimento de clientes varejistas, especialistas em materiais de construção e ser ganhador do Prêmio Melhor Produto do Ano, reafirma o nosso compromisso com a qualidade, desempenho e a busca constante em oferecer produtos de excelência, tornando a construção simples e eficiente.



1º LUGAR ESPUMA EXPANSIVA

2º LUGAR DESENGRIPANTE MP1

2º LUGAR TINTA SPRAY

MELHOR PRODUTO DO ANO 26º

2022 MIX dos melhores produtos do ano

@mundialprime

www.mundialprime.com.br

MIX COMPLETO E OS M
MERECEM UMA PÁGINA DU



PRODUTOS EM:
- Aço
- Madeira
- Porcelanato
- Louça
- Mármore Sintético
- Plástico Injetado

PARA:
- Cozinhas
- Banheiros
- Lavanderias
- Cubas
- Nichos

Margarida
Banheiro

MELHOR
DO

É Cozimax, pode levar.

MELHORES PRODUTOS
PLA PARA VOCÊ ADMIRAR.



26º
R PRODUTO
O ANO

Flamingo
Cozinha

CONHEÇA TODOS OS
PRODUTOS & DIFERENCIAIS
PENSADOS PARA SUA LOJA.

cozimax



SE VOCÊ NÃO SE POSICIONA...

POR CECÍLIA TROIANO

Muitas vezes, recebemos um cliente que nos fala: "estou preocupado com minha imagem, pois as pessoas estão me vendo de uma forma que não corresponde àquilo que somos". Para comentarmos sobre sobre esse tema, vale voltarmos um pouco a alguns conceitos básicos, mais especificamente a três deles: identidade, imagem e posicionamento. Vamos lá:

IDENTIDADE – é tudo o que definimos sobre uma marca. Seus pilares, seu conjunto de atributos, benefícios, personalidade. A identidade é construída pela empresa, como uma carta de intenções, aquilo que define quem a marca é. Identidade é algo construído dentro da empresa.

IMAGEM – é como eu sou visto como marca. Ou, como gostamos de repetir usando uma frase maravilhosa da Jeff Bezos, fundador da Amazon: "marca é aquilo que falam de você quando você sai da sala". Ao trazer a marca aqui, Bezos está falando de imagem da marca, do saldo que fica na cabeça das pessoas sobre aquilo que viram, experimentaram, sentiram e ouviram de sua marca. Imagem é o que é construído na cabeça (e no coração) das pessoas.

E O POSICIONAMENTO – é o que fica entre esses dois conceitos. É aquilo que carrega a identidade e se converte em imagem, em forma de uma promessa da marca. Se bem feito, constrói uma imagem forte, única e distintiva diante da concorrência.

Vamos voltar agora à colocaçao do cliente hipotético, por onde começamos o texto. Ele nos disse que sua marca estava sendo vista de forma diferente do que almejava. Se colocarmos essa fala em nossos conceitos, seria como se a imagem da marca não estivesse refletindo a sua identidade. Bom, quando isso acontece, o "culpado" é seu posicionamento, afinal, ele é o veículo que transforma identidade em imagem. Neste caso, o cliente pode estar com um posicionamento equivocado, incapaz de fazer essa passagem com clareza. Ou simplesmente ele pode ter deixado de se posicionar e sua imagem está sendo construída neste vácuo. Isto é pelo posicionamento de outra marca. Quando sua marca não se posiciona, você pode estar sendo posicionado pela ação do seu concorrente. Quer um exemplo? Imagine uma marca de varejo que é bastante ativa sem comunicação se mostrando como atual e moderna. Se essa marca for bastante vocal e efetivamente entregar essa promessa em seus pontos de venda, não só ela se posiciona como também ela acaba posicionando seus concorrentes por oposição. Ou seja, ela ocupa um território, uma imagem construída por seu posicionamento e empurra os concorrentes para o lado oposto, neste caso, para serem vistas como antigas e ultrapassadas, por oposição. Em suma, quando você não se posiciona, você é posicionado por seu concorrente. Portanto, tome a dianteira e não espere para ser refém do posicionamento que sobrou para você.

Cecília Troiano é diretora da Troiano Branding.

vonder® TAMBÉM É TOP OF MIND

A marca de ferramentas **mais completa** e **premiada** do **mercado nacional**!



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

Sempre utilize equipamentos de proteção individual VONDER

www.vonder.com.br

Assista aos vídeos e siga a VONDER nas redes sociais!

/vonderferramentas

É bom trabalhar com

vonder®

O melhor e mais completo mix de ferramentas, ferragens, máquinas e equipamentos! ***A escolha é sua e a qualidade é VONDER!***

TÁ NA PAREDE, TÁ BONITO!



Os fabricantes de tintas reservam o segundo semestre para lançar as novidades para o mercado de tintas imobiliárias. É o momento de destacar a cor do ano, feita a partir de muita pesquisa com seus técnicos e influenciadores, e que serão tendência em 2023. O revendedor de materiais de construção, em especial os que têm lojas especializadas em tintas, deve conhecer os novos produtos, pois o consumidor está cada vez mais exigente e sabe das novidades muito antes que cheguem às lojas. De acordo com a Abrapp (Associação Brasileira dos Pintores Profissionais), o Brasil possui aproximadamente 1,5 milhão de pintores, sendo 10% mulheres, atingindo cerca de 150 mil profissionais.

ANJO TINTAS

Lavanda Digital, esse é o nome da cor que vai movimentar as decorações do ano em 2023, segundo a Worth Global Style Network, que prevê tendências globais, e a Coloro, serviço que auxilia na criação de paletas inovadoras. Esse tom remete à estabilidade, serenidade, bem-estar – tópicos que estão cada vez mais em voga. A cor também traz traços da aromaterapia, que diz que a planta tem poderes calmantes e relaxantes. "Através das cores, podemos ter um trabalho sensorial que vai impactar diretamente no dia a dia", explica Filipe Colombo, CEO da Anjo Tintas.

De acordo com a WGSN e a Coloro, esse tom vai contrabalançar emoções avassaladoras e trazer a tranquilidade que tanto é buscada. "E são tons que dão liberdade para a criatividade. Há uma liberdade de escolha na sua aplicação", complementa o executivo.

No catálogo de cores da Anjo Tintas, há uma extensa variedade de cores, sendo 60 delas nos tons violeta. Para quem quer aproveitar essa tendência do Lavanda, as re-



comendações são Campo de Lavanda, Luz de Velas e Chá de Bebê.

A Anjo Tintas é uma das maiores indústrias brasileiras de tintas do país e atua nos setores de construção civil, automotivo, industrial e tinta para embalagens. Mais do que fabricar e entregar produtos de qualidade, desde 1986, a Anjo Tintas supera desafios tecnológicos, de mercado e do futuro. Neste processo, a inovação é item indispensável e caminha com a Anjo Tintas como parte do seu DNA.

LUKSCOLOR

O mercado tem evoluído bastante com tecnologias que estejam na mão do consumidor e que facilitam o acesso à decoração dos ambientes. Os simuladores de ambiente são muito utilizados quando se fala em escolha de cor, e quando falamos de produto, a LUKSCOLOR está sempre alinhada às últimas tendências voltadas à categoria de produto Premium Melhor Cobertura, Alta Lavabilidade, Rendimento Superior, Maior Durabilidade e um Acabamento Perfeito.

"Recentemente, lançamos a cor do ano de 2023, que é a LKS 1059 Carmen, que é um tom terroso, que remete às raízes, à natureza, à cultura e à brasilidade. Essa cor desenvolvida celebra a força da terra, da mãe natureza, do feminino em todos os sentidos e é um tom que pode ser combinado com uma série de outras paletas que vão das neutras aos verdes, azuis e laranjas. Madeiras nobres, como o Pau Ferro, e elementos em dourado ajudam a destacar e dar um toque de glamour à cor", informa Maiquel Monteiro, gerente de serviços ao mercado.

O executivo explica que a Lukscolor possui o compromisso com o desenvolvimento e suporte ao profissional da pintura, e, "neste sentido, possui em sua sede o ESPAÇO LUKSCOLOR PRO, um centro de treinamento



SOPRANO

A **SOLUÇÃO** PARA **CASA E CONSTRUÇÃO**

Soluções que permitem levar energia de forma segura, eficiente e econômica aos lares, indústrias e construções. Um mix completo com produtos para Iluminação, Proteção, Instalação, Automação e Geração de Energia, atendendo a necessidade dos mais variados projetos.



ACESSO E SEGURANÇA



ENERGIA



BEM-ESTAR

soprano.com.br



completo e totalmente equipado com as últimas tendências em tecnologia de produtos, cores e métodos de aplicação, onde regularmente são realizados treinamentos com estes profissionais através de seu corpo técnico que traduz tudo isso em uma linguagem simples e direta, dando exemplos do dia a dia e sempre voltado a facilitar a vida de quem usa nossos produtos".

A paleta para 2023

A cor LKS 1059 - Carmen pode ser encontrada no sistema Luksystem e preparada em uma série de produtos diferentes do portfólio da marca, ficando disponível tanto para ambientes internos quanto externos. Ela também pode ser consultada pelo aplicativo Luksapp ou via site da empresa (www.lukscolor.com.br).

MUNDIAL PRIME

Ernesto Carlos Carneiro Alves, diretor comercial, informa que "para o próximo ano, estaremos focados na ampliação de produtos de uma linha, exemplo, tintas spray, aumento de mix de cores, produtos da linha automotiva car care, seria mais na lateralidade de produtos do que efetivamente em lançamentos. Em 2022, nós tivemos um crescimento acumulado de 33%. Em 2023, esperamos um crescimento próximo a este número, somente na linha de produtos voltados à construção civil, a projeção foi um pouco menor, porém acima de 20%".

E destaca vantagens da embalagem aerossol: "Percebemos que o aerossol caiu nas graças das pessoas, perdeu aquele preconceito que tinha de alguns anos atrás onde os produtos eram vistos como mais caros e difíceis de encontrar e usar. Podemos considerar que 90% das pessoas já usaram produtos em aerossol, na linha técnico, em algum momento. A tinta spray é um exemplo, ela substituiu as tintas menores onde o cliente, para usar, precisava comprar junto uma trincha, estopa e, com a tecnologia das tintas em aerossol, você só precisa escolher a cor e aplicar na superfície desejada, além da facilidade, praticidade, torna-se mais barato para o consumidor. Temos outros exemplos, o desengripante, muito usado para lubrificar e proteger objetos contra ferrugem, o silicone em spray e a própria espuma expansiva. E o mercado do faça você mesmo é uma tendência que veio para ficar, é uma prática que ajuda a impulsionar as vendas dos nossos produtos devido à facilidade que oferece".

MONTANA QUÍMICA

Elaine Guedes, diretora comercial da Montana Química, informa que o grande lançamento deste ano é a versão base água do Osmocolor Stain, produto pioneiro que é o carro-chefe da multinacional no varejo brasileiro.

O Osmocolor Stain Base Água permite a realização de três demãos no mesmo dia, uma vez que o tempo de secagem entre cada uma delas é de 3 a 4 horas. Além disso, com baixo odor, oferece a facilidade de pintura mesmo em ambientes com presença ou movimentação de pessoas.

"Outro lançamento importante do ano é a renovação da marca Flora com a linha de Metalizados Multifuncionais, que usa uma nova base para oferecer mais liberdade de criação para profissionais qualificados da construção civil. A nova geração de cores metalizadas adere à madeira, ao

vidro, metal e até plástico, podendo ser utilizada em mobiliários como um todo, acessórios metálicos e esquadrias e divisórias de alumínio. O lançamento também introduz 10 novas pastas ao portfólio de cores metalizadas, totalizando 12 pigmentos-base (como ouro, prata, bronze e rosé gold) - o que permite a criação de uma infinidade de cores e efeitos, disponíveis no brilho acetinado".

A Montana Química é idealizadora do Clube da Madeira, projeto que oferece capacitação profissional gratuita em um espaço totalmente adaptado, com ferramentas, bancadas de trabalho e outras facilidades. São cursos de um dia, com informações técnicas-teóricas e aulas práticas aos profissionais (como pintores, marceneiros, lojistas e vendedores, entre outros) que queiram adquirir conhecimentos técnicos sobre madeira.

"É um curso dividido em dois módulos. No período da manhã, os profissionais aprendem quais são os tipos de madeira, quais produtos devem ser aplicados de acordo com cada tipo e noções gerais de preservação. No período da tarde, os participantes recebem treinamento prático sobre aplicação de produtos em madeira (processos como limpeza, lixamento, pintura e outros). As turmas são formadas com base na indicação de lojistas do setor. Os parceiros mandam para a Montana uma lista com profissionais interessados no treinamento. Pedimos a interessados em participar da capacitação que procurem lojistas parceiros da Montana para mais informações. A Montana também faz treinamentos nas lojas – seguindo o mesmo padrão do Clube da Madeira. Os lojistas indicam o interesse no treinamento e a Montana envia técnicos para ministrar os cursos gratuitos", explica Elaine Guedes.

O empoderamento feminino e a busca por equidade de gênero em todas as atividades sociais e econômicas fazem parte da luta diária de milhões de mulheres no Brasil. Na pintura, não é diferente.

"As mulheres costumam ter uma percepção maior para detalhes em todos os aspectos da vida e essa característica proporciona um cuidado especial na hora da pintura e da decoração. Além disso, elas se destacam em outros fatores, como organização, e mesmo segurança, ao oferecerem trabalho para outras mulheres que queiram contratar serviços de pintura", encerra.

SHERWIN-WILLIAMS

A Sherwin-Williams, líder global na fabricação, distribuição e venda de tintas e revestimentos, no Brasil há mais de 78 anos, apresenta sua Cor do Ano 2023: Meu Caminho SW 9081, um neutro rosado que inspira horizontes expandidos e descobertas reveladoras.

"Meu Caminho foi inspirado pela ideia de encontrar a beleza além de nós mesmos. É um tom contemplativo que convida à compaixão e à conexão em qualquer espaço", diz Patrícia Fecci, gerente de Marketing para Serviços de Cor&Design das tintas Sherwin-Williams. "A cor é uma escolha natural para quem procura um neutro quente e acolhedor em interiores e exteriores".

Meu Caminho SW 9081 incorpora a ideia de um destino que vale a pena seguir, acendendo o espírito de descoberta e inspirando conexões mais profundas com outras pessoas em todo o mundo. Ao explorar a "beleza além de nós mesmos", a cor transmite a ideia de simplicidade para permanecermos curiosos e empáticos em relação a nós e nossas comunidades.

À medida que os neutros continuam aquecendo, Patrícia espera que este neutro amistoso seja um tom versátil visto em espaços residenciais e comerciais nos próximos anos.

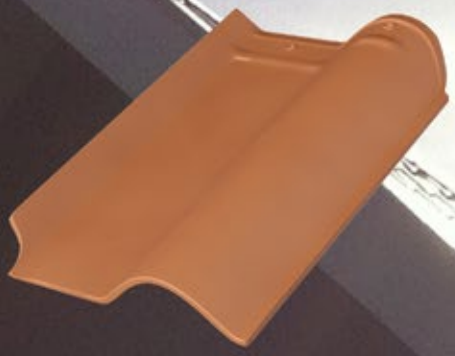
A equipe de profissionais de Previsão Global de cores da Sherwin-Williams, liderada por Sue Wadden, diretora de marketing de cores da Sherwin-Williams, pesquisa e identifica as principais tendências que influenciam a maneira como interagimos com as cores. A partir dessas descobertas, a equipe transforma temas emergentes na Previsão Colormix anual, que, para 2023, apresenta 40 cores e quatro paletas. A equipe escolhe a Cor do Ano na Previsão Anual.

Com base nos novos começos enfatizados pela cor do ano de 2022, Neblina Perene SW 9130, Meu Caminho SW 9081 dá vida a todas as partes da casa, da sala de estar ao quarto.

"O subtom de rosa do Meu Caminho SW 9081 facilita o seu uso em qualquer espaço. Ele oferece um calor envolvente que instantaneamente faz você se sentir em casa", explica Patrícia, e convida: "usufrua o lado telúrico desse tom, combinando-o com tecidos de aparência na-

MAIOR PORTFÓLIO DE TELHAS DO SEGMENTO





TELHAS
ESMALTADAS

TELHAS
NATURAIS



TELHAS
SOLARES

273+

ITALIAN
TECHNOLOGY
AND DESIGN

TELHASPERKUS.COM.BR

conheça
nossa linha

COMPLETÍSSIMO
SISTEMA DE COBERTURA

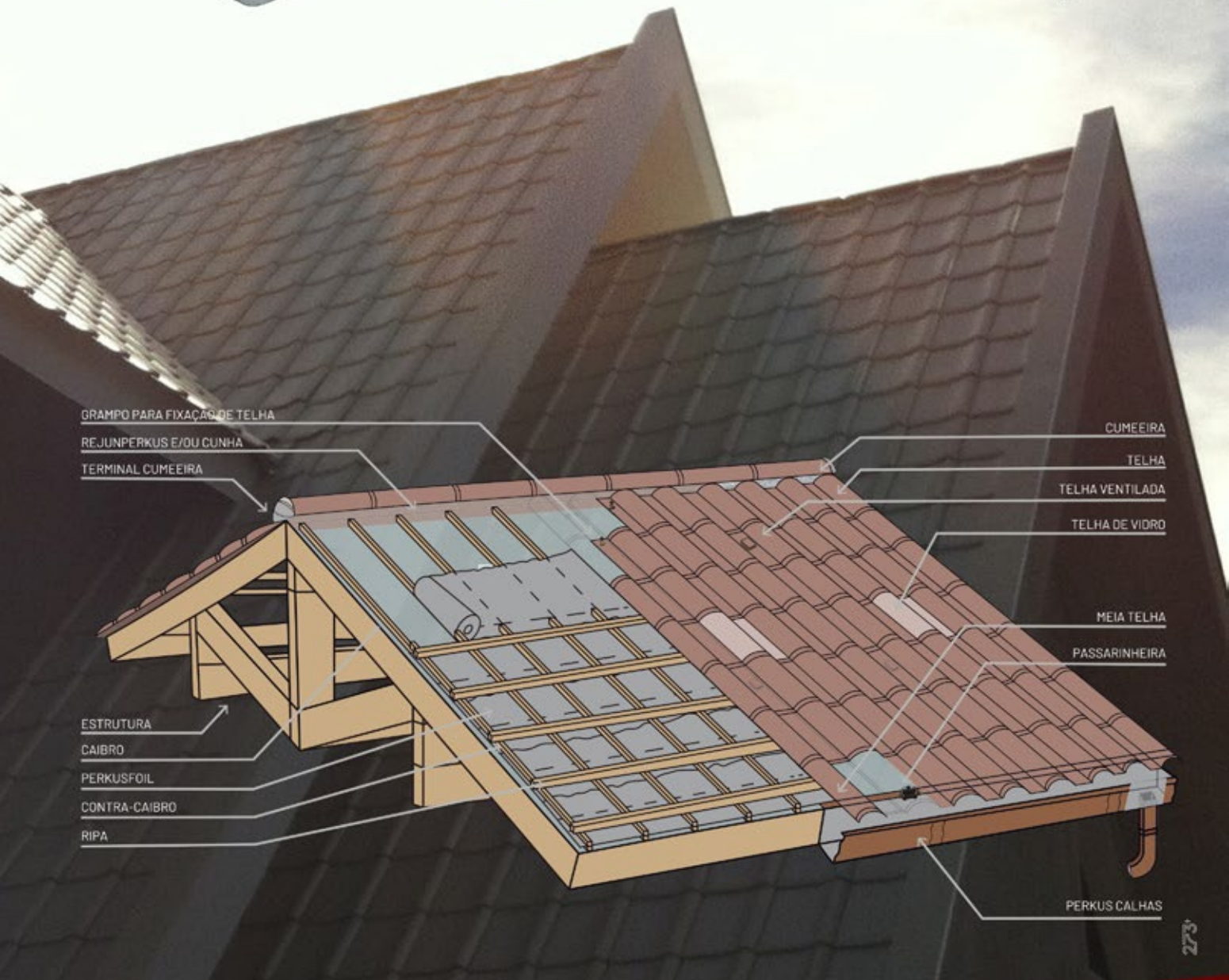
+40 ITENS











TELHAS PERKUS

Especialistas em coberturas de alta performance

tural e detalhes em madeira ou crie um oásis no deserto colocando tons de terracota e materiais feitos em argila".

A tonalidade inspiradora faz parte do estudo de tendência de cores Colormix® 2023, que celebra a energia restauradora, o bem-estar e a gentileza. Patrícia recomenda combinar a tonalidade com outros terrosos, como Bronze Conectado SW 7048, Branco Puro SW 7005, Bege Renovado SW 9086 e Cinza Tranquilo SW 7514, ou tons argilosos, como Castanho Silencioso SW 9080, Tecido Bordô SW 0006, Shiraz SW 7580 e Leite Maltado SW 6057.

A versatilidade do neutro o torna uma escolha funcional em uma variedade de ambientes comerciais e comunitários. "Não há ambiente comercial mais central para o conceito de beleza do que espaços de reunião da comunidade. Seja um restaurante, escritório ou edifício multifamiliar, esse tom adiciona a sensação de restauração que incentiva a conexão com nós mesmos e com os outros", ressalta Patrícia.

O tom que nos conecta com a Terra traz o ar livre em áreas multiúso, para espaços de descanso e relaxamento, como lounges e salas comunitárias, e atrai clientes para lobbies e áreas de boas-vindas com seu calor sutil.

TINTAS EUCATEX

Imagine poder entrar em casa – ou no local de trabalho – e encontrar um lugar de harmonia, de suavidade. É como fechar uma janela e deixar todo o burburinho do lado de fora! Essa é a sensação provocada por Calmaria 2422E, a Cor do Ano 2023 da Tintas Eucatex, eleita por meio do estudo multidisciplinar coordenado pela empresa de pesquisa Tendere.

Para Argemiro Sanches, gerente de Marketing e Produtos da Tintas Eucatex, Calmaria vai ao encontro das necessidades e expectativas do consumidor atual, que ainda está se recompondo das fortes emoções dos dois últimos anos. "Este é o momento de colocar a casa em ordem com mais tranquilidade. Há dois anos, a maioria precisou adaptar espaços apressadamente, da maneira que era possível naquele momento. Agora, já podemos fazer as coisas com mais calma. Este momento pede Calmaria", ressalta.

O azul de Calmaria 2422E está conectado à ideia de realização espiritual, amizade, confiança e integridade. E, segundo a Dra. Patricia Sant'Anna, CVO (Chief Visionary Officer) da Tendere, que conduz o estudo, é também a cor de todas as virtudes intelectuais: sabedoria, inteligência, ciência, controle, concentração, independência, acentuado por ser um tom acinzentado.

"Do ponto de vista psicológico, é uma cor que tem o poder de acalmar e relaxar as pessoas. Tanto é que é a cor do autismo, pois ajuda no relaxamento de alguém que esteja com uma sobrecarga sensorial", ressalta Patricia.

Tão interessante quanto esses apontamentos é saber que o azul está também associado à alta tecnologia, ao pensamento sofisticado, à autoconfiança, à constância e à liberdade. Enfim, perpassa todas as potencialidades e sensações humanas.

"Trata-se de uma cor que consegue ser sóbria, ao mesmo tempo em que é estimulante do pensamento criativo. Os tons claros de azul, como o caso de Calmaria 2422E, são associados à nobreza e costumam ser escolhidos para transmitir harmonia, tranquilidade e serenidade", avisa.



De acordo com o estudo, o impacto da pandemia (crises, problemáticas sociais, entre outros), a adaptabilidade da sociedade, os novos hábitos e sensibilidades (mudança no comportamento), a aceleração de transformações, novas urgências e o abandono de práticas tradicionais, obrigaram o mundo a reconhecer a sua fragilidade, o clima tornou-se ansioso e conscientemente não linear, gerando para muitas pessoas um cenário incompreensível. Assim, precisamos da Calmaria para refletir e realinhar o nosso processo de vida.

Quatro grupos

Bastante encorpado, o estudo é fruto de pesquisa com foco em cenários futuros, comportamento do consumidor e tendências criativas. O objetivo é gerar inteligência de mercado contemporâneo e futuro a partir da realidade do e para o Hemisfério Sul. Daí o estudo partir, então, de quatro grupos de macro-gosto detectados neste hemisfério: Pop Tropical, Latino Urbano, Karioka e Sofisticado, para chegar aos quatro grupos que contemplam os gostos dos brasileiros a caminho de 2023, com sua realidade tão multifacetada quanto festejada por agregar elementos trazidos de muitas culturas e características diversas. O segundo passo do estudo é justamente criar, para cada um desses grupos, paletas específicas que expressem as mensagens e então as alinhem às necessidades da sociedade no futuro próximo.

Em 2023, os quatro grupos detectados pela Tendere são: A Festa está de volta! (corresponde ao Pop Tropical), Digital Glow (Latino Urbano), Prazeres Diários (Karioka) e Vintage Tech (Sofisticado).

SUVINIL

Como estamos nos sentindo nesse momento? Essa é a pergunta que norteia o Suvinil Revela 23+, o estudo anual de tendências e cores que a marca já publica há mais de 10 anos. Batizada de O Poder das Cores, a pesquisa, liderada pelo terceiro ano consecutivo pelo consultor de cores e diretor criativo Michel Lott, e com ambientes assinados pela diretora de arte Natalia Martucci, traduz em 26 cores divididas em 5 paletas os principais aspectos comportamentais da nossa sociedade, as tendências nacionais e globais, e convida a uma reflexão



sobre como as cores influenciam o dia a dia das pessoas.

Dentre elas, está a cor de 2023, Calcita Alaranjada, tom inspirado no mineral homônimo. Trata-se de um laranja terroso que traz a energia da inovação enquanto abraça o conforto dos tons terrosos. Equilibrar os sentidos foi a chave para a escolha. Depois de Eclipse, a cor de 2022, um verde cítrico e amarelado que simbolizou a fusão entre universos naturais, digitais e surreais; e Meia-Luz, cor de 2021, um rosa avioletado inspirado no pôr-do-sol que vimos pelas janelas durante os dias mais intensos da pandemia, chega a hora de seguirmos em frente com a energia de uma cor que traz otimismo e segurança ao mesmo tempo.

Especialmente depois do turbilhão que passamos nos últimos anos – e continuamos passando – a marca estimula o público a encontrar refúgio nos sentidos: assim como navegamos pela vida sentindo a simplicidade dos cheiros, dos gostos e das texturas, podemos usar

nossa inteligência cromática para criar um ambiente ao nosso redor favorável às nossas emoções. Por isso, cinco grandes temas ilustram os principais sentimentos que assolam as pessoas nesse momento. A Exausta; A Otimista; A Empolgada; A Conectada; e A Cibernética convidam a uma autoanálise que ajuda a encontrar a paleta perfeita para cada situação.

"Traduzir o sentimento dos tempos que vivemos em cores é um desafio muito gostoso e importante, pois estamos em uma fase emocionalmente intensa e com muitas mudanças acontecendo. Por isso, para 2023, trazemos uma pitada de humor em todos os âmbitos, desde o nome das paletas até a forma como apresentamos o material ao público. A cor do ano define bem nossa necessidade. Falamos de um tom otimista e estimulante que passa a se relacionar, também, com nossa reconexão junto a natureza: a energia aterradora da nuance terrosa, com a possibilidade de diminuirmos o nosso impacto no planeta", explica Michell Lott, consultor de cores da Suvinil e diretor criativo do Revela 2023.

Junto da cor do ano, a Suvinil lança um produto que já era desejado há muitos anos. Calcita Alaranjada chega em versão inédita, com pigmentação 100% mineral, em uma edição limitada. Suvinil Cores da Terra é um produto feito de uma combinação de argilas, dispensando o uso de pigmentos sintéticos em sua composição.

"O Suvinil Revela reforça a presença e o poder das cores em todas as esferas da vida. Ele materializa uma das principais missões de nossa marca, sendo um estudo 100% brasileiro que traduz nossas histórias por meio das cores, como ferramenta facilitadora da jornada de pintura. Para 2023, construímos o estudo em um formato mais simplificado e prático. Além da cor do ano, contaremos com uma curadoria exclusiva com cinco paletas que facilitam o processo de escolha da cor, apresentando essa trajetória de forma ainda mais autônoma e intuitiva ao consumidor", comenta Sylvia Gracia, coordenadora de Marketing – Cor e Conteúdo na Suvinil.

TINTAS CORAL

A profunda conexão entre os seres humanos e a natureza traz bem-estar e conforto emocional. Foi o amor às coisas vivas que inspirou e guiou o estudo internacional de tendências de cores da AkzoNobel, o Colour Futures™, que, agora, em 2023, completa 20 anos de existência, apresentando o tema "As Sementes da Transformação" e a Cor do Ano da Tintas Coral, marca de tintas decorativas da multinacional holandesa.



O estudo revela, ainda, a Cor do Ano de 2023: Silêncio de Inverno. O esverdeado claro e terroso que evoca plenitude, calma e a magia das transformações. Silêncio de Inverno é uma cor positiva, natural e cheia de energia, que nos conecta com o que há de mais puro no planeta e faz da casa um lugar mais aconchegante, evocando os tons quentes de flores secas e campos que trazem a sensação de permanência.

Com a natureza como personagem central, a equipe de experts em cores da AkzoNobel identificou também quatro novas paletas, que refletem as diferentes maneiras pelas quais a natureza está presente na vida das pessoas. Frutos de tons naturais, todas as 37 cores do ano de 2023 funcionam juntas, oferecendo combinações que se tornam perfeitas para o momento atual.

A Cor do Ano da Coral vem para ser uma centelha de inspiração, pensada para fazer parte do segmento do morar a longo prazo, tornando-se presente nas casas das pessoas e para sedimentar o trabalho das indús-

PowerPanel

Combinação Perfeita

O PowerPanel é a combinação perfeita entre telhas térmicas para cobertura com módulos fotovoltaicos de alta eficiência, tudo isso em um único produto produzido em fábrica.

conforto térmico + geração de energia



Kingspan ISOESTE

0800 747 1122

KINGSPANISOESTE.COM.BR

trias que atuam nessa área. As cores apresentadas pelo Colour Futures™ são estrategicamente pensadas para compor texturas, efeitos especiais modernos para o mercado aeroespacial, automotivo, de bens eletrônicos de consumo, móveis de metal, iluminação, armários, pisos, produtos para construção e arquitetura, bem como tintas decorativas.

Juliana Zaponi, gerente de comunicação e Cores da AkzoNobel América Latina, explica que o time de experts em cores do Centro de Estética Global em Amsterdã coordena a análise de tendências de cores, a pesquisa de cores e a direção de arte da companhia.

"Em 2023, celebramos 30 anos de design de cores e nossa campanha Cor do Ano chega ao seu 20º aniversário. Nas últimas duas décadas, buscamos entregar às pessoas e aos profissionais que nos acompanham em todo o mundo a inspiração e as informações necessárias para facilitar e aprimorar a escolha de cores, tanto para ambientes residenciais, como para os comerciais. Reunimos um grupo de experts em tendências internacionais para garantir a máxima qualidade do nosso trabalho para que nossa escolha esteja em sintonia com o momento que vivemos. Também criamos um vasto conteúdo de apoio, entre vídeos, imagens e artigos, disponibilizando, assim, todas as ferramentas necessárias para transformar a vida a partir das cores".

Juliana Zaponi ressalta, ainda, a importância dos estudos realizados pela equipe Colour Futures™ ao trazer um cenário de como os gostos e prioridades das pessoas mudaram ao longo dos últimos anos. "Enxergamos uma mudança de tons mais vibrantes para uma busca maior por cores neutras e naturais. Esse ano, nossas cores refletem cuidadosamente os tons que encontramos na natureza: do cinza, presente nos cogumelos, aos marrons, madeirados e rosas florais. Todas as cores em nossas paletas são feitas para serem utilizadas em conjunto. Assim, nossa paleta com 37 cores oferece às pessoas uma maneira fácil de criar combinações inspiradoras, que, além de seguirem as tendências mais recentes, são também práticas".

Paleta de cores Colour Futures™2023

Pensadas em torno da Cor do Ano - Silêncio de Inverno - as cores das quatro paletas que marcam 2023 coexistem harmonicamente e possibilitam ampla gama de combinações funcionais. Cada paleta de cor traduz uma grande tendência de comportamento da vida moderna identificada pelo time internacional da AkzoNobel.

A primeira delas é o Foco na Saúde Mental. Para atender a uma das questões mais centrais da humanidade, essa paleta traz cores para nutrir a alma e a mente. Aqui, os verdes, marrons e lilases das matas, bosques e jardins ganham espaço para inspirar calma, relaxamento e conforto em 10 cores acolhedoras que trazem serenidade e funcionam perfeitamente quando mescladas com materiais naturais, como pedra e madeira, além das plantas domésticas.

A segunda tendência do estudo internacional de cores é o Pensamento Coletivo, por meio do qual as pessoas reúnem e compartilham ideias e recursos, celebrando a diversidade e promovendo harmonia. Nessa paleta, ganham espaço os tons suaves de um campo de flores, que crescem em conjunto para compor uma paisagem sem igual, por meio de um ecossistema pulsante e extraordinário.

A terceira tendência para 2023 é a Bioinspiração. É nela que estão os exemplos de designs eficazes, bonitos e refinados por milhões de anos de evolução, como o funcionamento de uma árvore, a execução de uma teia de aranha ou a intrincada maravilha do berço de sementes presente em uma vagem. Composta por cores cruas, essa paleta vem para fortalecer a natureza em sua forma mais pura e original.

A quarta e última macrotendência em cores para 2023 são os Ciclos de Vida, que refletem os ritmos variados, o movimento contínuo das ondas e marés em cores serenas para se deixar levar pelas idas e vindas da vida. No mundo de muita tecnologia e alto nível de estresse dos dias atuais, fazer o que é melhor para o bem-estar pode se tornar um desafio: dormir o suficiente, comer bem, fazer exercícios.

TINTAS KILLING

Buscando atender o mercado da Arquitetura e Decoração, a Tintas Killing lança a Massa de Efeitos Decorativos. O produto foi desenvolvido com acabamentos sofisticados, levando em conta as tendências e exigências do mercado. É a novidade no portfólio da Tintas Killing, marca da Killing S.A. Tintas e Adesivos, que completou 60 anos em maio passado e possui mais de 2,5 mil itens comercializados.

De acordo com o gerente de Marketing da Killing,



Guilherme Medaglia, com essa novidade, ambientes exclusivos poderão ter mais sofisticação e contribuir para conceitos ainda mais inovadores. "Estamos trazendo para o mercado esses novos tons para transformar os ambientes dos nossos consumidores. Essa linha de produto tem um grande diferencial, ela pode ser pigmentada no nosso sistema tintométrico, ampliando o resultado final para mais de 2.000 cores", salienta o gestor.

Os efeitos de pintura estão entre as tendências do momento, pois permite aos pintores profissionais explorar a criatividade em diferentes técnicas. Para o arquiteto Carlos Lemos, esses revestimentos especiais sempre foram o xodó nas residências e tendência contemporânea da arquitetura. "Aquela parede de destaque da nossa sala, o quarto das crianças ou ainda a parede da cabeceira de uma suíte são os locais onde mais exploramos as diferentes possibilidades de texturas e cores", destaca.

De acordo com Lemos, essa nova linha de produto da Tintas Killing permite alternativas de pinturas aprimoradas e acabamentos muito refinados que tornam os ambientes cada vez mais cheios de charme e especiais. "Basta dar asas à imaginação e podemos criar um espaço todo com uma pintura parecendo uma superfície de concreto; de forma simples, moderna e que é muito top", indica o arquiteto.

Segundo o profissional, antigamente, os revestimentos com base em tinta eram limitados às possibilidades de cor; e quando se desejava uma textura ou um acabamento diferente, a solução era usar outro material, ou, então, pintar uma superfície texturizada aplicada antes da pintura. "Hoje, felizmente, temos grandes soluções para atender esse desejo e manter os custos previstos da obra", frisa.

A Killing Efeitos Decorativos é pronta para uso e muito versátil, pois combina com vários estilos de decoração, em propostas que destacam as preferências e personalidades, por meio de efeitos, como mármore, cimento queimado, concreto aparente, entre outros. Disponível em seis cores especiais – Cinza Supremo, Cinza Urbano, Cinza Elefante, Branco Polar, Branco Marfim e Rosa Quartzo, que devem ser tingidas em sistema tintométrico, a massa de efeitos é indicada para superfícies de alvenaria em áreas internas, não molháveis e pode ser aplicada ainda em estruturas novas, sem pintura, como em repinturas. É fornecida em embalagens de 3,7kg e deve ser utilizada com desempenadeira de aço em camadas finas até obter o desenho ou efeito pretendido.

TINTAS RENNER BY PPG

A Tintas Renner by PPG divulgou ao mercado a Vining Ivy, sua nova cor do ano de 2023. Escolhida pelos especialistas globais em cores da PPG, a versatilidade do tom verde-azulado traz modernidade aos designs contemporâneos e dá um toque marcante de cor para os estilos mais tradicionais, o que faz da Vining Ivy uma opção certeira para múltiplas estéticas e espaços.

A escolha da Vining Ivy vai ao encontro do comportamento do consumidor após dois anos de pandemia, que busca serenidade e adaptabilidade. "Os consumidores estão buscando simplicidade no pós-covid, o que significa viver e valorizar momentos especiais. A Vining Ivy se incorpora perfeitamente nessa vibe, por ser uma cor ousada e ao mesmo tempo calmante que, com sua versatilidade, possibilita que os consumidores vivam suas melhores lembranças", afirma Marcelo Diniz, diretor de negócios arquitetônicos da PPG para a América do Sul.

A Vining Ivy se entrelaça entre a ousadia do azul e a



Nova Fase

A GalaxyLED está em constante crescimento, buscando melhorar nosso atendimento e relação com o consumidor, sempre com o princípio de inovar, proporcionando experiências únicas.

Nova estrutura

Demos um novo passo, construindo nossa sede própria localizada em Barueri, região facilitadora para a distribuição de nossos produtos. Além de expandir a capacidade logística com mais de 3.800 posições palete.

Novo site

Nosso site passou por mudanças significativas, com um layout limpo, informações completas dos produtos e mais acessível, facilitando a busca por informações, além de estar mais informativo com novos conteúdos no blog.



Luz para Todos os Momentos

Nosso site e redes sociais:

GALAXY LED



/galaxyledbr

/galaxyledbr

galaxyled.com.br

11 3312-3370

elegância do verde para uma cor de águas profundas supermoderna e elegante. "Os tons de joia dessa cor podem ser usados para criar um clima calmo para diferentes espaços, já que o azul comunica sentimentos de tranquilidade enquanto o verde-esmeralda evoca sentimentos de equilíbrio", explica Ashley McCollum, especialista em cores da PPG.

Segundo os especialistas da Tintas Renner by PPG, a Vining Ivy traz elegância e estilo para os mais variados ambientes. De paredes de destaque, combinada com móveis de madeira e acabamento off-white, passando pelos armários da cozinha até a fachada da casa, esse tom remete elegância e traz a sensação energizante da natureza. Em linha com a cor do ano, a PPG também lançou uma coleção de três paletas de cores coordenadas, chamada Reflection.

COM A PALAVRA... LUIZ CORNACCHI, PRESIDENTE-EXECUTIVO DA ABRAFATI*

"2022 deve fechar como o segundo melhor ano da história do segmento de tintas imobiliárias, perdendo apenas para 2021. O ano deve finalizar com uma pequena queda nas vendas em relação a 2021, mas deve ser ressaltado que o ano passado foi um ano "fora da curva" e que, na comparação com 2019 (último ano antes da pandemia), teremos crescimento de cerca de 5% nas vendas.

O ano se caracterizou pela instabilidade nas vendas, com altos e baixos se alternando. Vivemos um cenário desafiador, com muitas variáveis sobre as quais não temos como atuar, tanto no Brasil, quanto no ambiente global: juros, inflação, impactos da guerra e da pandemia etc. Mas o mercado se mantém em um ritmo bom, com a consolidação da tendência de cuidado com a casa, que se fortaleceu muito a partir da pandemia, quando a pintura passou a ser associada mais claramente a qualidade de vida, bem-estar e conforto.

Para 2023, temos a expectativa de um crescimento moderado, similar ou ligeiramente acima do número do PIB. Haverá desafios, como sempre há. Mas também haverá inúmeras oportunidades: a tendência de cuidar da casa vai se manter, o agronegócio seguirá levando prosperidade a diversas regiões, investimentos privados em infraestrutura devem crescer, a retomada do turismo interno terá continuidade, entre outros. O fato é que o Brasil é muito grande e diversificado, existindo sempre demandas a serem atendidas ou criadas.

Já foi ultrapassada a marca de 1 bilhão de litros de tintas imobiliárias vendidas em 2022. É um número muito expressivo e indica que devemos ter um ano com bom resultado, embora menor que 2021 – que foi, como dito acima, um ano fora da curva.

CUIDADOS QUE OS REVENDEDORES DEVEM TOMAR PARA VENDER APENAS PRODUTOS CERTIFICADOS

Existem revendas que só oferecem aos seus clientes tintas de empresas participantes do Programa Setorial da Qualidade de Tintas Imobiliárias (PSQ). Não trabalham com produtos de outras marcas. Essa é uma forma de investir na certeza, sem correr riscos de infringir a lei. Afinal, quem vende tintas não conformes está cometendo um crime. Produtos em desacordo com as normas técnicas não podem ser colocados no mercado pelos fabricantes nem pelos revendedores, segundo a legislação. Assim, ao vender apenas tintas com qualidade reconhecida pelo PSQ, o lojista tem a certeza de que não está oferecendo nenhum produto pelo qual possa ser acusado de estar descumprindo o Código de Defesa do Consumidor.

Adicionalmente, ao fazer isso, essas revendas se posicionam como estabelecimentos comerciais que se destacam por sua preocupação com a alta qualidade do que vendem. Outra importante razão é associar a revenda com atributos como confiabilidade e segurança. Ao vender exclusivamente produtos cuja qualidade é reconhecida por um programa sério, a loja está demonstrando um forte respeito por seus clientes. Há ainda, como motivação, o desejo de proporcionar a melhor experiência ao consumidor e deixá-lo satisfeito. Não é preciso explicar que encantar o cliente é a melhor forma de fidelizá-lo: todo varejista sabe que cliente satisfeito retorna, além de indicar ao seu círculo de familiares e amigos o local onde foi bem atendido.

*ABRAFATI – Associação Brasileira dos Fabricantes de Tintas Imobiliárias



A IRWIN é referência em brocas no Brasil por conta de nossa qualidade, precisão, resistência e tradição de mais de 60 anos. Entregamos sempre produtos que ajudam os profissionais no árduo dia a dia e fomos reconhecidos por isso.

SOMOS 1º LUGAR NO PRÊMIO DE PRODUTO DO ANO 2022 CATEGORIA BROCAS.
O NOSSO MUITO OBRIGADO POR ISSO!

IRWIN®
É OUTRO NÍVEL™

www.irwin.com.br

YouTube /irwinferrametas

VONDER: É FERRAMENTA E MUITO MAIS!

DO TRABALHO PROFISSIONAL ÀS UTILIDADES DO DIA A DIA, VONDER É A SOLUÇÃO!

Oferecer ao mercado o melhor e mais completo mix de ferramentas profissionais é um dos compromissos da VONDER. Uma marca que cresce, aprimora e incrementa constantemente suas linhas, dentro do conceito de especialidades profissionais, ou seja, para a VONDER, cada necessidade tem sempre uma ferramenta certa para facilitar e agregar ao trabalho de quem a utiliza.

Dentro dessa linha, a marca amplia e reforça sua atuação, agregando produtos que atendem e superam os anseios dos profissionais ao aliar tecnologia, funcionalidades e inovação, sem esquecer os preceitos fundamentais de *performance*, durabilidade e ergonomia, sempre muito importantes quando o assunto é uma ferramenta que tem a premissa básica de facilitar o trabalho.

MIX DE ESPECIALIDADES

Ao aliar todos esses conceitos, a VONDER conta com um amplo portfólio que surpreende lojistas e consumidores pela amplitude e desempenho no segmento de ferramentas, ferragens, máquinas e equipamentos, mas não para por aí.

Por isso, conta com uma linha de excelência e especialidades, voltada para atender diferentes nichos profissionais em segmentos expressivos, como por exemplo, pintura; construção civil; carpintaria e marcenaria; serralheria; metalmecânica; agropecuária e jardinagem; elétrica e eletrônica; manutenção e mecânica automotiva; limpeza e manutenção; entre muitos outros.

Uma marca que abraça diferentes públicos e, por isso, sempre muito presente quando o assunto é trabalho profissional levado a sério, afinal, quem revende ou trabalha com ferramentas sabe que a solução é VONDER.






INOVAÇÃO E FUNCIONALIDADES

Em seu compromisso de sempre inovar e se diferenciar, a VONDER também incrementa seu mix com produtos que atendem demandas e expectativas específicas do mercado, abraçando novos públicos e considerando que cada profissional também tem suas necessidades particulares de uso extraprofissional. Por isso, a VONDER oferece muito mais que ferramentas!

Itens importantes e expressivos para o dia a dia compõem o portfólio de produtos da VONDER: Bolsas Térmicas, Refrigeradores Automotivos, Mesas Dobráveis, Papa Bolinhas, Banquetas Plásticas Dobráveis, entre tantos outros, que se encaixam no conceito de utilidades do dia a dia das pessoas e que encontram na VONDER uma referência de marca para acompanhá-las também nesses momentos.

Ou, ainda, as Botas da linha VONDER Boots e VONDER Kids e a Bancada com Ferramentas de Brinquedo VONDER, que estimula o conhecimento e os primeiros contatos da criança com as ferramentas para atividades motoras como martelar, parafusar, montar ou consertar, de forma lúdica, educativa e muito divertida, retratando situações reais de trabalho num mundo de descobertas de forma muito especial e inspiradora.

Segmentos profissionais e até mesmo utilidades para o dia a dia que incrementam o mix da VONDER e que, com certeza, explicam um pouco mais e melhor a amplitude e a versatilidade dos produtos da marca para os mais diversos segmentos e atividades que a VONDER coloca à disposição do mercado revendedor e que ajudam a explicar o sucesso da VONDER nesses seus 25 anos de atuação e reconhecimento pelos consumidores.













PARCEIRO INDISPENSÁVEL

Para que a pintura tenha acabamento perfeito, embelezando os ambientes internos e externos, é necessário utilizar os acessórios corretos. E não faltam modelos que proporcionam este acabamento, como mostram as indústrias consultadas.

CONDOR

A Condor – empresa nacional e líder em diversas categorias dos segmentos de Limpeza, Higiene Bucal, Beleza e Pintura – lançou 8 produtos com estampas exclusivas inspiradas nas cores do Brasil. A magia do futebol também se faz pela torcida conectada pela paixão de ver a bola balançar a rede do gol. Para reforçar a decoração verde-amarela nos lares brasileiros, Tiago Kotovicz, gerente de marketing de Pincéis da Condor, informa que, nos últimos dois anos, a Condor lançou mais de 120 novos itens visando o Pintor Profissional e a ampliação do portfólio para atendimento do varejo

TYROLIT

ELEITOS ENTRE OS MELHORES PRODUTOS PELOS LOGISTAS

26º MELHOR PRODUTO DO ANO



DISCOS DIAMANTADO

DISCOS SECUR



FOLHAS DE LIXA



HÁ MAIS DE 100 ANOS SE DESTACANDO NO MERCADO DE ABRASIVOS

www.tyrolit.com.br

+55 (11) 4529-8700 /TYROLITBR



de tintas. "Em 2023, manteremos nosso ritmo de lançamentos e teremos a ampliação das linhas de produtos e a entrada da marca em novas categorias. O ano de 2022 tem sido desafiador. Após dois anos com aceleração nas vendas, este ano apresenta um cenário de estabilização. A Condor realiza investimentos robustos na estrutura fabril e também na ampliação e desenvolvimento comercial. Nosso objetivo é facilitar a jornada de compra do consumidor e, para isso, ampliamos nossa distribuição com força de vendas própria e parcerias de sucesso com grandes distribuidores de todo o Brasil. Nosso objetivo é mudar o comportamento de consumo, com produtos cada vez mais sustentáveis, tanto pelo material com o qual é produzido quanto pela sua funcionalidade ao reduzir o desperdício de tintas, solventes, massa corrida e água. Isso só é possível com o contínuo investimento em novas tecnologias e com o trabalho em conjunto com toda a cadeia de fornecedores. Novos produtos sustentáveis estão previstos no portfólio da Condor para os próximos anos", explica Tiago.

A presença de mulheres dentro do segmento de Pintura é cada vez maior e a Condor tem apoiado continuamente diversas iniciativas, como o programa "Mulheres na Cor", idealizado pela Coral. Elas trazem um novo patamar de consumo por agregarem percepções diferentes ao mercado. Há um campo profissional imenso ainda a ser explorado pelas mulheres. Há espaço para todos, sem dúvida, e essa diversidade só traz benefícios ao setor.

DESEMPENADEIRAS GALO

"A empresa está desenvolvendo alguns protótipos de produtos que serão lançados em breve, levando em consideração que os profissionais têm nos ajudado nessa missão em oferecer ferramentas inovadoras, priorizando, claro, a qualidade e resistência Galo", diz Daniela Dias, diretora da Desempenadeiras Galo.

Também querem investir em treinamentos exclusivos para a capacitação completa: atendimento, gestão de orçamentos, comportamento na área digital, administração de negócios, de forma que a evolução seja profissional e pessoal.

Daniela está bastante otimista para 2023, baseada nos números obtidos este ano: "Nosso desempenho em 2022 foi incrível, recebemos algumas premiações nacionais e internacionais, tanto pela qualidade das nossas ferramentas, como também pela nossa responsabilidade ambiental e social. Para o próximo o ano, estamos cheios de expectativas, projetos a serem realizados; market share (o aumento do nosso mix de produtos), queremos estar ainda mais perto dos profissionais, ouvi-los e ajudá-los", diz.

A presença de maior número de mulheres no segmento de pintura é perceptível pela empresa. "Em comparação com os outros anos, houve um aumento considerável de mulheres no setor. Vale ressaltar a delicadeza e o capricho das mulheres, em seus papéis como pintoras, pedreiras, azulejistas e gesseiras. Essas mulheres têm quebrado um paradigma, ressaltando a força das mulheres e empoderando a estarem onde elas quiserem. Hoje, nós apoiamos o projeto ''Toda Mulher É Um Destaque", que valoriza e incentiva mulheres em todo Brasil", finaliza.

NORTON

Danilo Quintino, gerente de Brand Experience para América do Sul da Norton Abrasivos diz que "es-



te foi um ano de grandes conquistas para a Norton Abrasivos, afinal passamos por grandes investimentos nas fábricas e em nosso modelo de Supply Chain nos últimos tempos, concomitante com a "pandemia", tornando o desafio ainda maior, sem descuidar da saúde e da segurança do nosso time, fizemos essas mudanças e mantivemos um plano de crescimento no país. Recentemente, inauguramos dois parques industriais (em Guarulhos e em Lorena) com alta capacidade de produção e de distribuição. Seguimos crescendo e com capacidade instalada para crescer mais", ressalta.

Nos últimos anos, a empresa investiu consideravelmente em pesquisa e desenvolvimento e na imple-



mentação de novas tecnologias. Além disso, a Norton Abrasivos recentemente investiu cerca de R$ 10 milhões no novo complexo industrial localizado em Vinhedo (interior de SP), que tem 16 mil m² de área total.

Em 2022, a empresa começou a utilizar carro elétrico para entregar produtos abrasivos na capital da cidade de São Paulo e trocou a frota de empilhadeiras da unidade de Guarulhos (SP) por empilhadeiras elétricas com bateria de lítio, que não emitem poluentes na atmosfera. Além dos benefícios para o meio ambiente, o projeto garante mais segurança para os operadores de empilhadeiras que não precisam mais trocar a água da bateria, reduz a poluição sonora antes gerada pelos motores e garante maior eficiência e produtividade.

Meio ambiente

Comprometida com o desenvolvimento sustentável e empenhada em viabilizar o seu Plano de Sustentabilidade, a Norton Abrasivos lançou recentemente mais um projeto pensando no meio ambiente. Intitulado "Giro Sustentável", o projeto piloto foca no descarte consciente de discos abrasivos e rebolos. Ou seja, ao invés do consumidor descartar os produtos da Norton da maneira convencional, ele procura uma loja parceira e realiza o descarte consciente e sustentável.

"Para uma loja participar do projeto, basta solicitar o cadastro e aguardar um coletor identificado. Na data de recebimento do ponto de coleta, a equipe da Norton Abrasivos prepara um evento de implantação e explica a importância de projetos sustentáveis. Quando o coletor precisar ser recolhido, basta o ponto de venda solicitar o agendamento da coleta e, em 48 horas no máximo, uma equipe parceira da Norton retirará. Na sequência, os discos e/ou lixas coletados de qualquer marca, não necessariamente da Norton, se transformam em grãos e ou podem se transformar em novos produtos como vidros, abrasivos e jeans", explica Patrícia Figueiredo, atual diretora de sustentabilidade e negócios B2C da empresa.

O projeto inicial começou a ser implantado em outubro e cerca de 10 lojas já fazem parte dessa iniciativa. "Pretendemos expandir o projeto piloto para outros clientes à medida que ganharmos maturidade no processo", comenta a Diretora. Atualmente, é possível encontrar um ponto de coleta consciente na capital de São Paulo, em Osasco, São José dos Campos, Mogi das Cruzes, Mogi Guaçu, Santa Bárbara d'Oeste, Curitiba e Joinville. As lojas participantes recebem um selo ambiental e o certificado de destinação final consciente.

Danilo Quintino informa que a Norton aborda diversas soluções de preparação de superfícies principalmente nos mercados de construção civil e automóveis. "Em 2022, foram lançadas novas soluções para pintura residencial, manutenção industrial e retificação industrial. Mas, o destaque ficou por conta de um lançamento nada usual nas indústrias, que aconteceu em 2021 e se consolidou agora em 2022: Norton Academy, plataforma de conhecimento e qualificação ao mercado, que coloca a Norton Abrasivos além de uma provedora de solução de alta performance, mas de crescimento profissional. O projeto 'Norton Academy' capacitou mais de 17 mil alunos neste primeiro ano. Os cursos mais procurados foram os gratuitos: "Primeiros Passos do Polidor Automotivo", "Noções Básicas sobre Ferramentas Abrasivas" e "5 Truques de Pintores Profissionais para Economizar Tempo e Dinheiro". O podcast sobre reparação automotiva foi um dos temas mais acessados também. Atualmente, disponibilizamos mais de 17 cursos online, gratuitos e pagos, lecionados pelos especialistas da Norton Abrasivos. É gratificante ver que estamos contribuindo com a formação de melhores profissionais. Neste primeiro ano, identificamos que as pessoas que mais buscam nossos treinamentos são profissionais de polimento, pintores que buscam a profissionalização, retificadores, engenheiros e donos de oficinas automotivas", diz.

LIXAS TATU

Na busca de melhorar seu portfolio de produtos, a Lixas Tatu lançou dois produtos no ano de 2022 para o segmento da construção civil: W291 – Lixa Black Infinity e Fita Antiderrapante Segura.

Giovana Cruz Tavares, gerente comercial regional/exportação informa que "o desempenho da Lixas Tatu em 2022 aconteceu dentro do planejado e, para 2023, esperamos um crescimento acima da média do mercado,

contando com o lançamento de novos produtos e pulverização em nível nacional e internacional".

O aumento do público feminino no segmento da pintura é muito notório e de extrema importância, como destaca Giovana: "Há muitas pintoras profissionais oriundas de grupos que se movimentam diariamente e evoluem com a ajuda das indústrias e associações pois são elos para levar a elas treinamentos/capacitações que contribuem para a evolução das mesmas.Motivo de orgulho para o nosso segmento".



NOVAFORMA

A empresa destaca a Linha Obras e Pintura.

"Esta linha traz mais leveza, durabilidade e simplicidade para o seu dia a dia, na hora de construir, reformar ou mesmo fazer pequenos reparos. É qualidade a olhos vistos", explica Aêssa Caroline Lopes Hoehne.



SALVABRAS

"A Salvabras é uma empresa que se pauta pela inovação. Parte da nossa energia é focada em descobrir soluções novas para antigas necessidades do mercado de proteção de superfícies durante o acabamento da obra. Por isso, em 2022 tivemos três lançamentos: o Salva Vidro, o Salva Pé e o Salva Tomada. O Salva Vidro surge por meio de uma constatação: é muito trabalhoso limpar vidros que não foram protegidos e receberam respingos de tinta ou gesso. Com o lançamento do Salva Vidro, os pintores têm uma proteção mais eficiente, no menor tempo possível. Além disso, incluímos o Salva Pé em nossa linha. Embora a solução não seja nova no mercado, é inovadora para o segmento, demonstrando também o nosso compromisso com o varejo, ao oferecer em um único lugar possíveis soluções de proteção de acabamento. Ou seja, também queremos ser inovadores no contato com as revendas - tornando o cotidiano do lojista mais simples", informa Paulo Salles, diretor comercial e marketing.

E destaca o bom desempenho em 2022. "Foi um ano bastante positivo, mesmo diante de incertezas frente ao cenário político-econômico. Entendemos que o mercado está cada vez mais maduro e, consequentemente, mais exigente. Os profissionais já não são amadores e estão em constante busca por conhecimento e ferramentas que proporcionem qualidade e produtividade. Nessa onda, a Salvabras tem encontrado cada vez mais oportunidade de entender os problemas e trazer soluções aos profissionais. Crescemos 40% em relação ao ano anterior e 2023 é um ano de grandes expectativas para a Salvabras. A continuidade do nosso crescimento passa pela educação do profissional, onde atualmente nosso maior trabalho é de convencimento, de que vale proteger, trabalho muito forte que fazemos através das redes sociais, cursos profissionalizantes que patrocinamos e treinamentos em lojas parceiras", detalha.

E o trabalho junto às revendas de materiais de construção está no radar da empresa. "Nosso plano de crescimento prevê aumento de capilaridade nas revendas de materiais de construção. Estruturamos nossa empresa, com uma base sólida de produção e atendimento, e agora estamos prontos: vamos ampliar ainda mais a nossa presença nas lojas. Nossos produtos estão em pouco mais de 1500 revendas. Isso representa cerca de 10% dos 140 mil canais de venda. Há um espaço de crescimento muito grande e sabemos que

elgin

Mais soluções,
mais alternativas
em iluminação
para casa ou escritório.

4° lugar na categoria Lâmpada Fluorescente (Compacta e Tubular) no Prêmio Melhor Produto do Ano.
Agradecemos essa parceria.

MELHOR PRODUTO DO ANO



ORGULHOSAMENTE
BRASILEIRA

GrupoE



lgin grupo_elgin Grupo Elgin Elgin S.A. (Brazil) elgin.com.br

vamos preenchê-lo. Sobretudo porque oferecemos uma margem de ganho para o lojista muito superior a qualquer concorrente. Além disso, o lojista ainda tem um grande suporte no ponto de venda, com ilha especial de demonstração dos nossos produtos, materiais de apoio para o sell out. Digitalmente, temos uma estrutura muito bem montada, que gera tráfego/clientes para as lojas parceiras, bem como grande penetração nas redes digitais com o marketing de influência e quase 50 mil seguidores orgânicos no Instagram, gerando mais de 1,5 milhão de impactos", pontua.

O produto mais conhecido é o Salva Piso e Paulo Salles explica porquê: "Desde que o Brasil se apaixonou pelo porcelanato como acabamento, criou-se a necessidade de proteção desse material durante as obras. O porcelanato é um material de construção que custa caro, seu valor representa um percentual alto numa obra e, embora ele seja durável, certos cuidados são fundamentais para evitar riscos, manchas ou trincas nas peças quando muitos profissionais – gesseiros, pedreiros, pintores, marceneiros – estão trabalhando juntos".

A empresa tem notado a presença feminina no segmento de materiais de construção e apoia todas as iniciativas que trazem as mulheres ao protagonismo desse segmento. "Projetos como Elas no Sextou, Rainha da Trincha, Mulheres na Obra, Mulheres na Pintura, Mulheres no Reparo, Toda Mulher é Um Destaque, Mulher Constrói, entre outros, são iniciativas que se multiplicam nas redes sociais espelhando o que está acontecendo no mercado da construção civil. O próprio SENAI, de que somos parceiros, expandiu sua oferta de cursos para mulheres por entender que esse segmento também é delas. E o resultado é que as mulheres superam as expectativas no que se refere ao capricho de execução, limpeza, organização, cordialidade e respeito ao cliente. No quesito proteção de acabamentos, elas também são muito ativas, grandes parceiras na mudança de olhar que almejamos para a indústria da construção civil", conclui.

TIGRE PINCÉIS

André Zamana, gerente de vendas da Tigre Pinceis, destaca a Linha de Pincéis Artísticos, com destaque



para o pincel chanfrado, cuja cerda natural é indicada para pintura e cobertura com volume, em superfícies como tela, painel, mural, tecido, parede, gesso, cerâmica e madeira; Novas Espátulas T da Tigre, que oferecem muito mais agilidade para uniformizar paredes em massa, gesso e drywall; Os Kits Retoque que oferecem aos consumidores e clientes uma solução completa para a pintura: com rolo sem respingo para paredes lisas, suporte para rolo, fita crepe profissional azul anti-UV, trincha simples para recorte e bandeja.

"Nossa condição de empresa de Categoria B na Bolsa não nos permite arriscar previsões no mercado, mas esperamos um bom ano, diante dos indicadores disponíveis: a Câmara Brasileira da Indústria da Construção (CBIC), recentemente, apontou uma estimativa de crescimento de 2,5% do PIB para o setor em 2022. A economia em geral deve crescer. Segundo o IPEA (Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada), 2022 deve fechar com crescimento de 1,8% do PIB. Esperamos que a tendência se confirme também para 2023. Os resultados de 2021 foram muito positivos. Fechamos o ano com lucro líquido de R$ 569 milhões ante R$ 450 milhões, em 2020, além de melhora na margem bruta por tonelada de 61% frente ao ano anterior", diz.

No segmento de ferramentas para pintura, a empresa destaca as Trinchas Premium, que, além de mais resistentes, não deixam manchas ou marcas, conferindo durabilidade para uso prolongado e maior rendimento. Nas bandejas 23cm e 15cm, a melhoria de processo realizada em 2021 oportunizou a utilização de 25% e 50% de material reciclado, tornando os produtos mais sustentáveis.

A presença das mulheres tem tido acompanhamento da empresa: "Notamos, em especial, uma gran-

A A. J. RORATO FICOU EM 1º LUGAR EM 3 CATEGORIAS DO PRÊMIO MELHOR PRODUTO DO ANO, VOTADO POR LOJISTAS DE TODO O BRASIL.

- ALTA RENTABILIDADE
- MAIOR GIRO
- LUCRATIVIDADE





1º LUGAR ARMÁRIO TÓQUIO



1º LUGAR KIT MODENA SUSP 2GAV + GAVETÃO



1º LUGAR PIA SINTÉTICA STD GRAN 120 X 55CM

NOSSOS AGRADECIMENTOS AOS CLIENTES, FORNECEDORES E PARCEIROS, POR AJUDAREM A CONSTRUIR UMA MARCA RECONHECIDA E PRESENTE NO DIA A DIA DAS PESSOAS.

26º MELHOR PRODUTO DO ANO



A. J. RORATO

de abertura e aceitação para a qualificação de mais mulheres para o segmento de pintura e apoiamos a inclusão das mesmas neste e em todos os demais segmentos. Sabemos que, no mercado de construção civil, as mulheres têm ganhado cada vez mais destaque pela qualidade do trabalho e atenção aos detalhes. A Tigre acredita na mulher e apoia todas as iniciativas de inserção da mão de obra feminina e conta, inclusive, com uma engenheira aplicando cursos de capacitação para pintores e pintoras", encerra.

VONDER

A linha de equipamentos e acessórios para Pintura da VONDER é uma das mais expressivas e representativas do mercado, com alta saída no ponto de venda e excelente adesão entre os profissionais. Compõem a linha desde os modelos de pistola para pintura, as modernas máquinas de pintura airless, aerógrafos, até os modelos mais usuais de rolos, pincéis e outros acessórios indispensáveis quando o assunto é pintura com o melhor desempenho e acabamento.

"Grande destaque do mix, o sistema airless é o que há de mais moderno na pintura profissional, uma tendência já muito comum em diversos países e que a cada dia ganha mais adeptos no Brasil. A VONDER é orgulhosamente uma referência na tecnologia da pintura mecanizada, com a linha de Máquinas de Pintura Airless destacando-se pela produtividade, agilidade e economia, por isso, conquistando a preferência dos pintores, que usam e recomendam os equipamentos da VONDER. Para quem trabalha com pintura profissional, o sistema airless abre novas perspectivas de desempenho, proporcionando alto rendimento, excelente acabamento e agilidade na pintura de grandes áreas", destaca Valter Lima Santos, diretor do Grupo OVD/VONDER.

São, hoje, cinco modelos de Máquinas de Pintura Airless da VONDER: as tradicionais MPA 120 e MPA 1010, que já são referências entre os profissionais do segmento; a MPA 300 e a MPA 350B, que já se tornam um dos carros-chefes da linha, com a tecnologia do motor Brushless (motor de indução), que garante maior durabilidade, resistência e desempenho; e o mais recente lançamento da linha, a Máquina de Pintura Airless MPA 540B VONDER, um modelo robusto, potente e muito eficiente, com duas saídas para utilização simultânea com tintas, proporcionando ao equipamento uma excelente produtividade, além do diferencial da aplicação também com massa corrida, dando ainda mais polivalência ao modelo, que também pode ser utilizado com tintas látex, PU (poliuretano), esmalte à base sintética, à base de água, resina acrílica, tintas automotivas e tintas epóxi. Também conta com a tecnologia do motor Brushless (motor de indução) que garante maior durabilidade, resistência e desempenho.

Outro item com excelente desempenho são as Pistolas para Pintura, incluindo os modelos pneumáticos, as pistolas elétricas e um recente lançamento, a Pistola para Pintura a Bateria Intercambiável IPPV 1826 VONDER, que agrega a tecnologia da bateria intercambiável, ou seja, que pode ser compartilhada com outras ferramentas da mesma família. É indicada para aplicações de tintas sem pigmentos metálicos, como: tintas automotivas, látex, vernizes e esmalte à base sintética e à base de água, tanto profissionais quanto domésticas, sendo ideal para pintura de portas, portões, janelas, cadeiras, banquetas, brinquedos, artesanatos, entre outros.

E destaque também para os acessórios de pintura, como, por exemplo, o Rolo de Pintura com Reservatório VONDER, indicado para pintar paredes com tintas à base d'água, com depósito de tinta que facilita a utilização, dispensando mergulhar o rolo na tinta. Uma alternativa simples e muito eficiente para pinturas de paredes.

E também o Suporte Magnético para Pincel VONDER, aquele item simples, prático e muito funcional, pois evita que caiam respingos de tinta no chão, independente do tipo de lata, pois conta com 2 ímãs em posições diferentes, o que também facilita a pega do pincel.



VONDER

Máquina de Pintura Airless MPA 540B VONDER, um modelo robusto, potente e muito eficiente, com duas saídas para utilização simultânea com tintas, proporcionando ao equipamento uma excelente produtividade, além do diferencial da aplicação também com massa corrida, dando ainda mais polivalência ao modelo, que também pode ser utilizado com tintas látex, PU (poliuretano), esmalte à base sintética, à base de água, resina acrílica, tintas automotivas e tintas epóxi.



CONDOR

As novas **Trinchas Profissionais Eco Liga 795 e 797** garantem fino acabamento e maior rendimento das tintas. Os produtos têm cabos ecológicos, produzidos a partir da combinação de plástico reciclado e pó de madeira.



LIXAS TATU

W291 – Lixa Black Infinity, produto inovador, pois tem versatilidade em sua utilização haja visto que é indicado para uso nos segmentos de reparação automotiva, construção e pintura, segmento moveleiro e industrial. Pode ser utilizado no uso manual, com taco lixador ou lixadeiras orbitais.

TIGRE PINCÉIS

Rolo de Lã para tinta látex e acrílica, para parede rugosa, à base de pele de carneiro, e nosso rolo de lã sintética sem respingo, para látex e acrílica, parede lisa e teto.



SALVABRAS

Salva Piso, união de papel kraft impermeável e plástico bolha de alta resistência. Leve e muito fácil de instalar, ele cumpre sua função de evitar danos ao material e, ainda, oferece um aspecto de limpeza e organização à obra que conquista qualquer cliente.





AGUIA
METAIS

A **Aguia Metais**, vem com muito prazer, agradecer aos seus clientes pela confiança e parceria neste ano de 2022. Também quer parabenizar sua equipe que através de muito esforço pôde atingir um desempenho ímpar.

Aguia Metais, rumo à excelência!



TOP 10
REVENDA

Contato

(44) 3464-4000
aguiametais@aguiametais.com.br
www.aguiametais.com.br

Siga-nos

@aguiametais

"ESTAMOS PREPRANDO O FUTURO PARA AS NOVAS GERAÇÕES"



MATHEUS CONTIERO tem 41 anos e começou na Bosch do Brasil como estagiário, em 2000, na controladoria. Depois, atuou no marketing e em vendas. Passou metade do tempo na área automotiva e a outra em ferramentas. Quando garoto, na cidade de Rio Claro, interior de São Paulo, onde nasceu, seu sonho era ser jogador de basquete. E até conseguiu! Seu primeiro salário foi como jogador do time de basquete de Piracicaba, também no interior paulista. Formado em administração, com MBA na universidade de Ohio, Estados Unidos, Matheus assumiu como presidente da divisão de ferramentas Elétricas da Bosch América Latina no início deste ano, após 6 anos na cidade de Detroit, nos Estados Unidos. Claro que assistir aos jogos do Detroit Pistons, na NBA, era um dos seus passatempos prediletos.

Revenda Construção – **Como foi voltar ao Brasil e assumir a presidência da Bosch?**

Matheus Contiero – Feliz por estar de volta ao Brasil. Nos 22 anos que estou na Bosch, passei bons anos fora, na Alemanha, Ásia e, mais recentemente, nos Estados Unidos. Mas eu sempre voltava ao Brasil para rever a família. Nos últimos dois anos que fiquei em Detroit, foi difícil por causa da pandemia e fiquei muito tempo sem voltar ao Brasil. E aí surgiu o convite para ocupar o cargo deixado pelo Leon Kaiser, nosso antigo gestor.

Nos Estados Unidos, não estava na Bosch Ferramentas, certo?

Não. Estava há mais de 6 anos à frente da diretoria comercial da Bosch Ferramentas no Brasil e eu queria desenvolver um lado mais técnico e surgiu a oportunidade de ir para Detroit, onde a Bosch com-

TOP OF MIND MELHOR PRODUTO DO ANO 2021/2022

TRA

DI

ÇÃO

Aponte a câmera do seu celular e acesse nosso site por aqui:

gocomunicacao.com



26º MELHOR PRODUTO DO ANO

2022 MIX das melhores produtos do ano

Nesses mais de 80 anos de mercado, a Eternit se consagrou como sinônimo de qualidade na fabricação de telhas. E todo esse esmero mais uma vez foi reconhecido: no Top of Mind Revenda Construção 2022, nossa Telha Tropical obteve o 1º lugar em Telhas de Fibrocimento como Melhor Produto do Ano. Deixamos aqui um 'muito obrigado' aos votos espontâneos dos lojistas, que fortalecem ainda mais nossa parceria com o varejo, e à confiança de nossas mais de 20.000 revendas.

EM FAZER OS **MELHORES PRODUTOS.** E EM **GANHAR PRÊMIOS** COM ELES.

Eternit
a marca da coruja

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

TOP OF MIND MELHOR PRODUTO DO ANO 2021/2022

prou uma empresa americana do segmento automotivo focada na venda de software e serviços e isso era uma novidade para mim. Assumi a empresa, que tem uma fábrica grande em Detroit, Michigan, mas com cinco hubs de engenharia nos Estados Unidos. Uma operação com mais de 1.500 pessoas, uma responsabilidade muito grande e contato com pessoas na área de engenharia. Foi uma experiência muito interessante. Eu já tinha morado nos Estados Unidos quando fiz minha high school e tentei jogar basquete universitário, mas nunca tinha trabalhado lá.

A chance de assumir uma empresa americana comprada por um grupo europeu era um desafio muito grande falando de integração. Fazer os ajustes, implantação de sistemas e nova cultura. Eu já tinha trabalhado na área automotiva da Bosch Brasil, mas não na área de desenvolvimento de softwares. Então, foi muito desafiador. E quando você acha que está tudo tranquilo, veio a pandemia.

Pensei na frase do Mike Tyson (ex-campeão mundial dos pesos-pesados): "quando você acha que está tranquilo, você toma um soco na cara…"

A pandemia foi muito difícil para as pessoas por causa das perdas que provocou, mas para o negócio foi bom porque mudou muitos hábitos. Pelo fato de a Bosch ser uma empresa muito forte, a pandemia foi uma oportunidade de negócios muito grande. Veja o caso de bens de consumo, como a linha branca da Bosch, que são as ferramentas elétricas. Cresceu demais no mundo inteiro porque o dinheiro que as pessoas gastavam para viajar, passear, ficou represado e passaram a ficar mais em casa, consumindo produtos e as ferramentas foram um caso específico, no Brasil e também no mundo todo.

Também nos Estados Unidos, o mercado de ferramentas cresceu na pandemia?

Nos Estados Unidos, teve uma movimentação muito forte, porque o mercado do segmento imobiliário cresceu muito. Mas o segmento em que eu estava, o automotivo, praticamente parou. As pessoas não saíam de casa. Não usavam o carro, que então não quebrava, não compravam um novo e a roda viva estava feita. Foram anos bem desafiadores e aprendi muito.

A oportunidade de voltar para o Brasil surgiu no final do ano passado.

O nosso antigo gestor, Leon Kaiser, que foi o presidente da Bosch Ferramentas para o Brasil e América Latina decidiu se aposentar e fui convidado para assumir a operação em seu lugar. Do México para baixo, todos os países estão sob o guardachuva da Bosch do Brasil. Não só a área comercial, mas também gerenciamento de fábricas, engenharia, logística, enfim, tudo sob minha gestão. Resumindo: viajo muito!

Era algo que pensava quando entrou na Bosch?

Na Bosch, temos plano de carreira bem definido e a minha expatriação para os Estados Unidos também foi para abrir novos caminhos e, eventualmente, retornar para o Brasil em uma outra condição profissional. A oportunidade veio e me deixou muito contente porque faz parte de todo o projeto que tenho desde que entrei na empresa. E, felizmente, foi na área de Ferramentas Elétricas.

Apesar de gostar do mercado automotivo, o mercado de ferramentas pulsa de outra maneira; é mais dinâmico, viciante e que estava com saudades. Já conhecia boa parte do time que continua do meu lado. E estar perto da família também é muito bom. Minha esposa engravidou durante o período que ficamos nos Estados Unidos e o nosso primeiro filho, o Lucas, nasceu aqui no Brasil.

As reformas nas residências impulsionaram as vendas da Bosch?

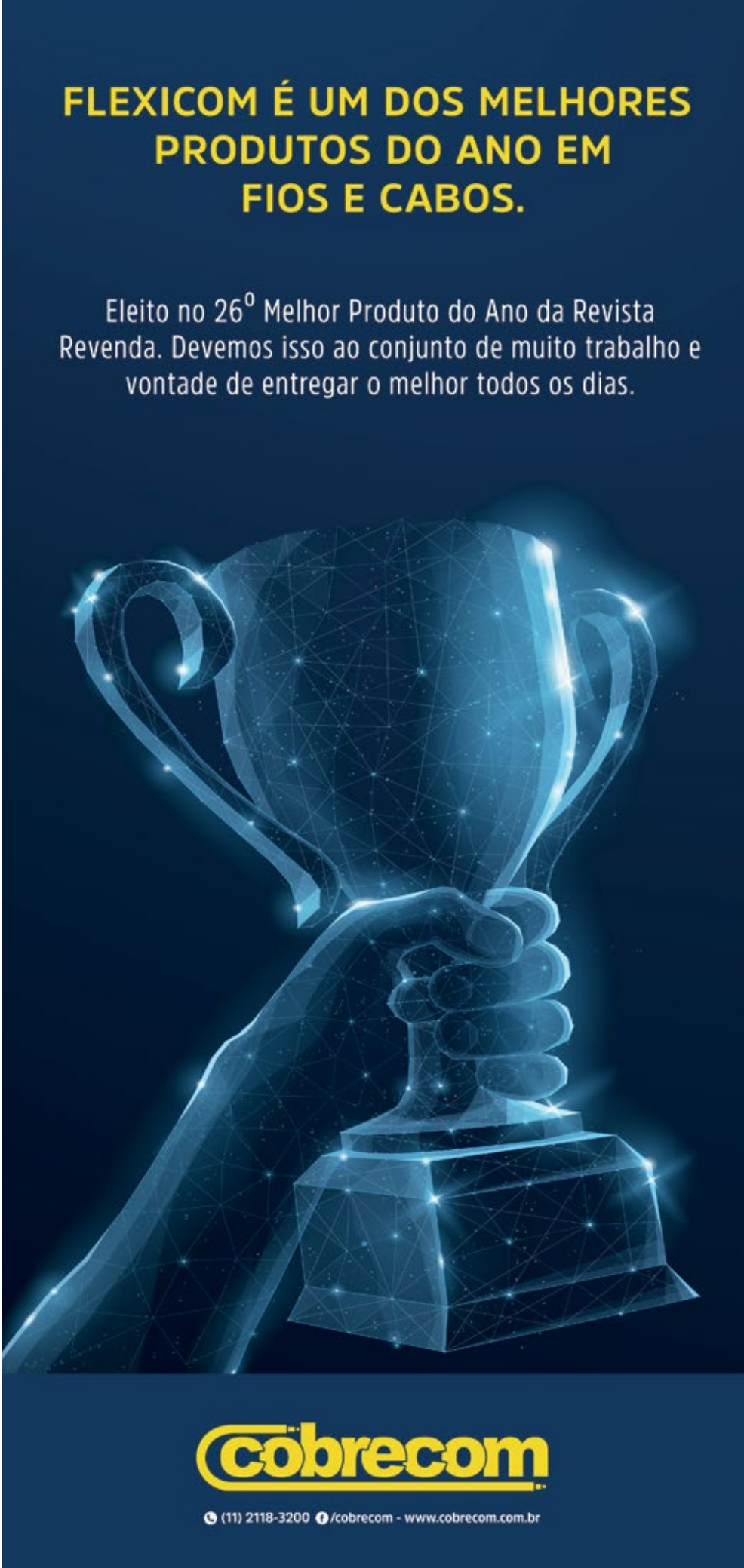
Como a empresa tem vários segmentos, o de bens de consumo, onde está a divisão de ferramentas elétricas, se saiu muito bem. E acreditou muito que as pessoas ia focar no consumo de ferramentas elétricas, justamente para cuidar melhor das suas residências durante a pandemia, observando melhor os problemas e partindo para soluções. O mercado do faça você mesmo no Brasil, e até mesmo da América Latina, tinha um percentual muito baixo comparado com os Estados

Unidos, onde todos os americanos têm uma gama muito grande de ferramentas, elétricas ou manuais, em suas casas. O americano mora em uma casa enorme e não guarda o carro na garagem porque ela está tomada pelas ferramentas. O Brasil é diferente por conta dos espaços mais reduzidos nas casas e também pelo fato de a mão de obra ser barata, e as pessoas contratam profissionais.

O mercado do "faça você mesmo" passou de cerca de 7% do nosso negócio para quase 15%, um aumento bem expressivo.

A empresa lança novos produtos com qual frequência?

Nosso DNA é por tecnologia e temos como meta interna de que 50% dos produtos vendidos são os fabricados nos últimos 24 meses, ou seja, a cada dois anos, estou renovando 50% do meu mix e, a cada quatro anos, renovo 100%, porque temos que estar na frente da concorrência. Temos algumas marcas dentro do nosso guarda-chuva, como a Dremel, destinada ao mundo do faça você mesmo e lançamos uma microbateria com preço bem democrático. Lançamos uma trena a laser e hoje é mais conhecida pelos usuários por ter a luz verde ao invés da vermelha. Porque isso? Porque fizemos pesquisas e vimos que os usários fazem trabalho dentro e fora de casa, então, a luz verde é mais visível em todos os ambientes. Nos últimos anos, temos focado em nossas ferramentas elétricas



com baterias intercambiáveis e sem o uso de cabo, que permite maior acessibilidade do usuário.

Hoje, temos a nossa bateria "pro core", a melhor bateria do mundo e temos fortes argumentos para dizer isso. Uma grande vantagem da Bosch é que as ferramentas têm 100% de intercambialidade. Se comprou uma ferramenta Bosch há 10 anos e vai comprar uma nova, não precisa de uma bateria nova, pois a antiga vai poder ser utilizada normalmente. O preço destas novas máquinas deixaram de ser proibitivos por utilizar a mesma bateria em diversos equipamentos. É o nosso grande diferencial.

Sustentabilidade é uma das bandeiras da empresa? Como agem?

Uma das coisas que tenho mais orgulho é o termo sustentabilidade. A Bosch anunciou há alguns anos que iria ser a primeira empresa no mundo a se tornar neutra de CO2. Temos 400 mil funcionários em todo o mundo, com plantas em dezenas de países e, quando chegou a pandemia, em 2020, conseguimos atingir esta meta globalmente, muito disso graças aos investimentos internos dos mais variados. Enquanto as empresas estavam cortando custos e planos de sustentabilidade, a Bosch atingiu suas metas. Estamos preprando o futuro para as novas gerações. Quando a gente traz esta nova realidade para Campinas, onde está a sede da Bosch do Brasil, a gente também segue isso. 55% de todo o plástico que é utilizado em nossa produção é reciclado. Quando o consumidor compra um produto da Bosch, mais da metade é totalmente fabricado com produtos reciclados. A gente toma muito cuidado para que isso não interfira no seu desempenho. Investimos cerca de 10 milhões de reais em 2021 e 2022 na fábrica de ferramentas, ampliamos o Centro de Treinamento para capacitação dos usuários e vendedores, investimos na área de desenvolvimento de engenharia e todo o material é 100% testado. O plástico que utilizamos para embalar nossos produtos num container é totalmente biodegradável. São pequenos detalhes que foram incorporados por todos os funcionários, desde o chão de fábrica até o mais alto escalão para melhorar o meio ambiente.

"Uma grande vantagem da Bosch é que as ferramentas têm 100% de intercambialidade. Se comprou uma ferramenta Bosch há 10 anos e vai comprar uma nova, não precisa de uma bateria nova, pois a antiga vai poder ser utilizada normalmente."

E isso reflete no preço do produto? Ficaran mais caros?

Na maioria das vezes, aumenta o custo. Temos que ser competitivos, mas as atitudes são mais importantes. O caso do plástico é emblemático: ao optar pelo plástico biodegradável, nós tivemos maior custo, mas compensamos a operação ao utilizá-lo em diferentess tamanhos e embalagens.

Não podemos deixar de ser competitivos. Em algum momento, sabemos que o usuário vai pagar mais. Eu sempre dou o exemplo de uma marca americana, a Patagônia, que faz roupas outdoor. Eles têm um preço maior que a concorrência e o consumidor compra porque estão comprando produtos sustentáveis, que obedecem uma cadeia de sustentabilidade. E assim podemos ser também no mercado de ferramentas.

Estão percebendo crescimento dos hobistas na compra de ferramentas?

O profissional/industrial ainda é a grande maioria dos nossos clientes, com 85% de market share. Os outros 15% são os hobistas. Acreditamos que estará assim ainda por um longo tempo. O que está mudando é a maneira como estão comprando ferramentas, pois o mercado online está crescendo muito e foi acelerado pela pandemia. Atualmente, nossas vendas correspondem a 25% do mercado e acreditamos que, em dois anos, chegaremos aos 30%. A jornada de compra pelo usuário hoje é pela omnicalidade: o cliente pode verificar o produto no site e comprar na loja física, ou vice-versa, e também na midia social. Existem 42 pontos de contato deste cliente com o produto, que pode ter visto na televisão, midia social, panfleto, outdoor, anúncio etc. E estes pon-



A marca de Fitas Adesivas que mais cresce na Construção

A Adelbras possui as linhas mais completas para Mascaramento de Pintura Imobiliária e para Pintura Automotiva!

MAIOR GIRO
Reposição mais rápida

QUALIDADE GARANTIDA
Sem dor de cabeça para a revenda

PREÇOS COMPETITIVOS
Melhores margens

APOIO AO REVENDEDOR
Campanhas e materiais de Ponto de Venda (PDV)

Mantenha-se atualizado, confira o nosso **site!**

Nos siga nas redes sociais!

/adelbras
/adelbrasfitasadesivas
/company/adelbras

(19) **4009.7711**
vendas@adelbras.com

adelbras
Fixação por Qualidade.

tos se tornam ominchannel, tanto off-line como outline.

Os grandes clientes da Bosch são os home centers ou lojas espalhadas por todo o Brasil?

Hoje, atendemos mais de 20 mil pontos de venda, desde um grande home center como a pequena loja de bairro. Claro que o poder de compra está mais concentrado nos home centers e no atacado, mas, quando a gente olha o gráfico de vendas, ele está muito bem distribuído. A loja de bairro é importante para nós. O nosso objetivo é que o usuário encontre o nosso produto onde quer que esteja.

O consumidor ainda compra por impulso ou ele é fiel à marca?

O ponto de venda é muito importante para nós. Temos pesquisas que sinalizam que mais da metade das compras são feitas fisicamente, por uma pessoa (vendedor/balconista) que auxiliou o cliente. A compra por impulso ainda existe, mas com produtos menos complexos e tíquete mais baixo. Exemplo: as nossas trenas que têm conectividade total, da mais simples à mais sofisticada. Então, podem ser compradas pelo hobista e pelo profissional.

Design e ergonomia são importantes para a venda?

Sim. Design, embalagem, ergonomia são pontos que são levados em conta. Por isso, trabalhamos bastante o ponto de venda, até mesmo o on-line. Até pouco tempo atrás, o cliente ia para a loja física e o vendedor o aconselhava a levar o produto para a sua necessidade, destacando os pontos positivos, como marca, pós-venda, assistência técnica etc. Agora, com o crescimento do on-line o "anjinho" que ficava falando no ombro do comprador não existe mais. A solução é criar ambientes onde o consumidor possa ver o produto sendo utilizado, com imagens 360° e todas as informações facilmente explicadas. Isso ganhou muito peso. Criamos um estúdio de gravação de videos na linha de montagem para mostrar os nossos produtos sendo utilizados em diversas situações. São videos para todas as mídias possíveis e também customizada para um cliente. Recentemente, fizemos um curso para marceneiros com o desempenho dos nossos produtos para este segmento.

Dentro da linha Bosch, consideram ter produtos para todas as finalidades e usuários ou ainda precisam investir em algum nicho?

Sempre queremos lançar novos produtos. Fazemos muitas pesquisas. Temos aqui o tool bag, ou mochila, que identificamos o profissional de cada área. Nesta mochila, ele deve ter todas as ferramentas para trabalhar, caso do marceneiro, do pedreiro, do gesseiro, do carpinteiro. Então precisamos ter as ferramentas ideais para colocar na mochila deste profissional. Hoje, não estamos presentes nas ferramentas manuais, mas tudo o que se refere à medição, corte e ferramentas elétricas, temos que ter os produtos corretos. Diria que 97% dos nossos produtos estão em todos os segmentos.

Temos um aparelho que detecta o que tem dentro da parede, encanamento, cabo etc. Ele foi desenvolvido globalmente, só que o Brasil usa o famoso tijolo baiano que tem um vão e o instrumento não fazia a leitura correta, ao contrário de outros países que utilizam muito o drywall. Fizemos um desenvolvimento específico na fábrica da Alemanha para ter um produto com todas as propriedades de leitura das construções brasileiras e conseguimos. Isso é um desenvolvimento específico para o mercado brasileiro.

Bosch Brasil tem produtos que exporta e que importa?

Hoje, temos a produção de ferramentas local e que são vendidas em toda a América Latina. A partir de outubro, começamos a exportar também para a Europa e a África, o que é um ótimo sinal de quanto evoluímos e quanto competitivo o Brasil está se tornando. Importamos produtos Bosch da Ásia e dos Estados Unidos. O que acontece é que a Bosch tem centros de competência. Isso quer dizer que determinado produto, que é feito nos Estados Unidos, por exemplo, é exportado para todas as unidades Bosch do mundo. Com os custos logísticos, pensamos em trazer a

produção mais próxima do mercado, o que pode fazer a operação brasileira crescer.

Os produtos chineses têm a mesma qualidade?

Eu trabalhei muitos anos na Ásia e posso dizer que os produtos que vêm da China são globais, vendidos em várias partes do mundo. O que eu falo é que o mercado de ferramentas não é para amadores. São poucos players que dominam grande parte do mercado. Não é facil e, quem não tem menos de 20 mil pontos de venda, vai ter problemas. Temos mais de 600 pontos de assistência técnica e isso dá tranquilidade ao consumidor para que tenha uma solução rápida e boa para o seu problema.

Temos mais de 5 mil itens que trabalhamos e no Brasil são mais de mil funcionários.

A área de bens de consumo da Bosch Brasil representa cerca de 10% do faturamento global da Bosch.

As mesmas baterias utilizadas nas ferramentas elétricas também são utilizadas nas bikes elétricas, cujas baterias são fornecidas pela Bosch. É a mesma tecnologia.

E quais são os maiores desafios?

O que mais me move é a equipe que temos e manter a liderança do mercado brasileiro. Também depois da pandemia e com o novo público do faça você mesmo, queremos ter a marca em vários segmentos do mercado. Trazer a marca mais próxima do usuário, continuar trazendo inovações e contiunuar crescendo. De cada 10 ferramentas consumidas no Brasil, 4 são do grupo Bosch. Temos também Skill e Dremel, que têm boa participação nos nichos que atuam. A Skill comemorou 30 anos da linha de medição no mundo e 15 anos no Brasil. A Dremel comemora 90 anos.





BOM DE COLA E ISOLAMENTO

As Colas, Silicones e Espuma de Poliuretano podem representar um momento importante na construção ou reforma. Isso porque protegem os ambientes e aumentam o conforto das pessoas. A espuma expansiva possui bom coeficiente de transferência de calor, não encolhe e resiste bem à pressão. Pode ser utilizada tanto nos ambientes internos quanto nos externos, pois veda portas e janelas contra correntes de ar, chuva, vento e poeira. Essa solução de isolamento oferece outras vantagens em construções urbanas e rurais, desde que seja aplicada corretamente. Além disso, é interessante descobrir qual é a solução exclusiva que traz todos esses benefícios e vários outros.

ADERE

Luis Gustavo Tomasi Dias, presidente da ADERE, explica que a sustentabilidade e o cuidado com o meio ambiente são um dos nossos valores e está no DNA da ADERE. "Neste sentido, e buscando sempre oferecer soluções em produtos adesivos diferenciados para os usuários de fitas, principalmente do mercado de Construção, a ADERE inova mais uma vez com o lançamento da fita para empacotamento SK335-ECO, composta de papel kraft liso tratado e com adesivos e resinas de superior qualidade, que lhe conferem alta adesão em diversas superfícies, incluindo papelão reciclado, e alta eficiência quando utilizada em câmaras frias.

A fita SK335-ECO é um produto de conceito "Ecoeficiente", produzida com mais de 60% de fontes renováveis, e que representa o firme propósito da ADERE em promover a redução do uso dos recursos naturais não renováveis, reduzindo o impacto no meio ambiente com operações mais eficientes, utilizando menos recursos durante a sua fabricação ou na composição e utilização dos produtos, tais como: energia, água, materiais não recicláveis, produtos químicos à base de solventes, dentre outros.



"O ano de 2022 está sendo desafiador, mas, graças aos investimentos que fizemos na área comercial, estamos conseguindo atingir os nossos objetivos. Até o momento, registramos crescimento, em faturamento, acima de 20% e esperamos superar o volume alcançado no ano passado. Estamos planejando investimentos da ordem de 70 milhões de reais para os próximos 3 anos. Iremos ampliar o nosso parque fabril em 10mil m² e adquirir novos equipamentos que aumentarão a nossa capacidade produtiva. Com esses investimentos, iremos triplicar a nossa capacidade de armazenagem e duplicar a nossa capacidade produtiva, com redução de custos", destaca Luís Gustavo Tomasi Dias, presidente.

O mercado do "Faça Você Mesmo" é monitorado pela empresa, como diz Luís Gustavo: "Avaliamos o mercado do "Faça Você Mesmo" como um dos que apresentam as maiores oportunidades de crescimento e para a ampliação do nosso mix de produtos. Alinhados com esse momento, estamos, cada vez mais, aumentando nossa comunicação dirigida para esse público, seja com parcerias com profissionais, influenciadores, ou mesmo promovendo a marca nos grandes e tradicionais canais de comunicação, apresentando, além do mix das fitas crepe e Fita Forte, diversos outros produtos que compõem o mix e são essenciais para o "Faça Você Mesmo", tais como, "Protetores Anti-impacto e Anti-risco", "Fitas Silver Tape", "Fita Isolante e Veda Rosca", "Fita para Fixação de Tapetes e Carpetes" "Fita Antiderrapante", "Fita para Empacotamento" e os "Abrasivos" com as lixas para limpeza e preparação das superfícies para pintura".



ARTECOLA

A marca Afix está ampliando sua presença no mercado de construção civil. Tanto para o segmento de materiais para construção como para a indústria da construção, "temos hoje uma presença muito forte no segmento de Madeiras/Marcenaria e queremos estender esta força para o mercado da construção civil porque temos disponibilidade de tecnologia e qualidade para oferecer. Além dos diferenciais dos produtos em si, estamos investindo em estruturas melhores nos canais de distribuição, equipes comerciais focadas no setor e revisão de portfólio, dando mais robustez à oferta de produtos", explica Cássia Lago, gerente retail B2C da Artecola.

E avalia o desempenho deste ano, já projetando 2023: "Nosso foco em 2023 será o segmento de Construção, oferecendo soluções e produtos, aproveitando as oportunidades geradas pelas mudanças de comportamento do consumidor. Os ambientes de casa e de trabalho seguem em valorização, as pessoas querem mais conforto e aconchego, e nossos produtos são aplicados em uma série de itens que fazem parte desta revitalização dos espaços de trabalho e de lazer. Já existe um movimento mundial para adesivos menos agressivos à saúde e ao meio ambiente, portanto, acreditamos que a sustentabilidade ganhará importância ainda maior, crescendo a cada ano a procura por produtos que tenham menor potencial de agressão ao meio ambiente e às pessoas".

Pensando no segmento do "Faça Você Mesmo", Cássia destaca que a Artecola tem algumas características nos seus produtos pensadas também para este perfil de consumo. "É o caso da nossa grande variedade de tamanhos de embalagens (desde 250g) e da formulação sustentável (sem substâncias tóxicas, o que permite o uso em qualquer ambiente, sem necessidade de de equipamentos de proteção e sem riscos à saúde humana). Além disso, todos os nossos produtos oferecem simplicidade e praticidade de aplicação, com muita facilidade para quem prefere fazer os próprios serviços de colagem de material".

BRASCOLA

André Mandrozzato, do departamento de marketing da Brascola, destaca o lançamento do PU universal, um produto com a qualidade Brascola e preço bem mais competitivo no mercado.

"É um adesivo selante desenvolvido para aplicação em concreto, madeira, metais, vidros e plásticos (exceto PP, PE, PS e Nylon®). Pode ser utilizado em áreas úmidas, aceita pintura após a cura total e tem excelente alongamento. Película: 15 minutos. Dureza: >35 shore A. Muito utilizado na construção civil. Também acabamos de lançar em bisnaga de 80g, gancheira Brascoflex Ultrafix, uma cola muito versátil que cola tudo! Selante à base de polímero híbrido com silanos modificados", explica.

Segundo André, 2022 foi um ano muito próspero para a Brascola: "Reconquistamos mercados e a empresa teve um desempenho muito bom. Para 2023, fica a expectativa de crescimento, mesmo atendo às mudanças na economia, para a Brascola é um ano histórico e comemorativo, a empresa completa 70 anos de existência. Teremos vários lançamentos que deverão estar presentes em nosso stand na Feicon 2023. Grande parte da linha da Brascola está inclusa no "Faça Você Mesmo", hoje, as pessoas procuram economia e praticidade, pensando nisso, a Brascola está lançando uma linha de Bisnagas de 50g e 80g de alguns de seus produtos que, hoje, são comercializados apenas em tubos para uso profissional", finaliza.

BOSTIK

Eduardo Cardoso, Gerente de Marketing Bostik C&C, informa que a empresa observa um crescimento na migração de produtos de tecnologias híbridas e acrílicas em substituição aos silicones. "Hoje, nossa empresa oferece uma gama completa de produtos em ambas as tecnologias com alto desempenho e ótimo acabamento e que podem substituir o silicone com um resultado ainda melhor em quase todas as situações."

O desempenho da empresa foi dentro do esperado para o ano, mesmo com uma conjuntura repleta de incertezas, com oscilações nos números de casos de COVID, alta inflação, variações cambiais e eleições, a empresa conseguiu performar e crescer dentro do planejado. "Para 2023, mantemos uma visão conservadora quanto à conjuntura econômica, de todo modo, temos um sólido planejamento e estaremos prontos para nos adaptar aos desafios que o mercado trará ao

Seu leão pode colorir a vida de muitas crianças

ATÉ 30/12

Doe seu Imposto de Renda para o Hospital Pequeno Príncipe



No Brasil, apenas 3,15% do potencial de doação de IR da população foi destinado para instituições filantrópicas em 2020. Isso representa mais de R$ 8 bilhões que poderiam impactar o cenário da saúde no país.

E você, ao destinar até 6% do seu Imposto de Renda para os projetos do maior hospital pediátrico do Brasil, pode contribuir para mudar essa realidade, de forma fácil e sem custos.

Ajude a transformar a vida de milhares de crianças e adolescentes.
Acesse **doepequenoprincipe.org.br**, simule seu potencial de doação, preencha o formulário e solicite seu boleto.

Contamos com você!

(41) 2108-3886 **(41) 99962-4461**

doe**pequeno**principe**.org**.br

10 anos

HOSPITAL pequeno PRÍNCIPE



setor da construção", explica.

Faça Você Mesmo: "No Brasil, esse é um mercado que cresce cada vez mais e levamos isso em consideração no nosso planjamento e criação do nosso portfólio. Adaptamos o design de nossos produtos e embalagens buscando mais facilidade aos consumidores e destacamos as orientações e o passo a passo de aplicação e utilização de nossos produtos de forma simples e clara. Todo o processo de desenvolvimento é pensado para que o consumidor do mercado "faça você mesmo" tenha a melhor experiência possível".

MUNDIAL PRIME

Ernesto Carlos Carneiro Alves, diretor comercial, diz que para o próximo ano, estarão focados na ampliação de produtos de uma linha, de tintas spray, aumento de mix de cores e produtos da linha automotiva car care.

"Neste ano de 2022, nós tivemos um crescimento acumulado de 33%. Em 2023, esperamos um crescimento próximo a este número, somente na linha de produtos voltados à construção civil, a projeção foi um pouco menor, porém acima de 20%", informa.

"O mercado do faça você mesmo é uma tendência que veio para ficar, é uma prática que ajuda a impulsionar as vendas dos nossos produtos devido à facilidade que oferece. Principalmente na pandemia, tivemos uma saída muito grande de produtos advindos do Faça Você Mesmo, pequenas reformas em objetos, pinturas em mobiliário, decoração, consertos em paredes, portas e janelas, colagens. Percebemos que o aerossol caiu nas graças das pessoas, perdeu aquele preconceito que tinha de alguns anos atrás onde os produtos eram vistos como mais caros e difíceis de encontrar e usar. Podemos considerar que 90% das pessoas já usaram produtos em aerossol, na linha técnico, em algum momento. A tinta spray é um exemplo, ela substituiu as tintas menores onde o cliente, para usar, precisava comprar junto uma trincha, estopa e, com a tecnologia das tintas em aerossol, você só precisa escolher a cor e aplicar na superfície desejada, além da facilidade, praticidade, torna-se mais barato para o consumidor".

CASCOLA

Vitor Cybis, gerente de Marketing da Cascola, destaca que o portfólio de Cascola é bem completo e com soluções de alta performance, sempre visando abastecer o mercado com novas tecnologias para personalizar ainda mais os interesses dos consumidores. "Na linha de selantes, a marca em 2022 ampliou seu catálogo com os adesivos Cuba e Espelho, Fixa Tudo e Veda Calha. Além disso, os produtos da marca ganharam novos layouts que facilitam a identificação dos atributos de cada solução. A Cascola faz pesquisas constantes no mercado e analisa as sugestões do consumidor e stakeholders para estar sempre na vanguarda e atender da melhor forma os profissionais, seja na construção do zero ou até mesmo em pequenas reformas e reparos, vedações, colagens, além de serviços de marcenaria, artesanato e muito mais. Para 2023, teremos uma plataforma digital exclusiva de engajamento com profissionais da construção civil, marcenaria, hidráulica, artesanato, dentre outros".

Paralelamente, a Cascola mantém intenso monitoramento do setor construtivo com seu núcleo de P&D (Pesquisa e Desenvolvimentos) para que novidades possam vir a acrescentar e fortalecer nosso portfólio em adesivos e selantes em 2023, como novos silicones e adesivos de montagem que substituem pregos e parafusos com ainda mais facilidade na aplicação", diz.

Segundo Vitor, a unidade de negócios Adhesive Technologies, que inclui adesivos de construção, apresentou crescimento de vendas orgânicas de 13,4%, iimpulsionado, principalmente, por uma recuperação



FOXLUX

É CLARO

Famastil®

SEMPRE À MÃO

O MIX CAMPEÃO QUE GARANTE ALTO GIRO PARA SEUS CLIENTES!



MELHOR PRODUTO 26º DO ANO

FOXLUX

PRODUTOS PREMIADOS NAS CATEGORIAS:

- LUMINÁRIA DE LED
- LÂMPADA FLUORESCENTE (COMPACTA E TUBULAR)
- LÂMPADA LED

Famastil®

PRODUTOS PREMIADOS NAS CATEGORIAS:

- FERRAMENTA MANUAL PARA CONSTRUÇÃO

significativa da demanda industrial em comparação com o período anterior, que foi fortemente impactado pela pandemia de COVID-19.

"Acreditamos que esses índices podem ser ainda melhores em 2023 por conta do controle da pandemia em todo o planeta e da retomada das atividades econômicas, que impactam positivamente toda a cadeia produtiva construtiva. O conceito DIY (Do It Yourself) ou, Faça Você Mesmo, ganhou enorme força no país, sobretudo no período agudo da pandemia, quando as pessoas ficaram mais em casa e decidiram "botar a mão na massa", literalmente, para reformar ou renovar o ambiente.

A qualidade dos adesivos e selantes da Cascola permite que qualquer pessoa possa utilizá-los, desde que seja feita a aplicação correta e que sejam adotados todos os procedimentos de segurança para o manuseio. A Cascola recomenda a utilização dos adesivos por profissionais especializados para que o resultado final seja potencializado".

KISAFIX

Guilherme Medaglia, gerente de marketing da Killing S.A. Tintas e Adesivos, diz que o ano de 2022 foi marcado pela retomada econômica após a pandemia. "Para o próximo ano, estamos otimistas, a tendência é positiva para o setor e de manutenção desse ritmo de crescimento", explica.

"Embora a Kisafix faça produtos para aplicações profissionais, algumas de nossas tecnologias podem também ser utilizadas pelo consumidor final. O mercado de DIY (Faça Você Mesmo) está em ascensão e motivado. Os tutoriais na internet e os influenciadores digitais alavancam esse crescimento e estamos atentos a esse movimento e às oportunidades apresentadas", encerra.

NAVAS DISTRIBUIÇÃO

A Navas, tradicional distribuidora atacadista no mercado brasileiro há quase 50 anos, desenvolve e inova continuamente seu portfólio, com itens voltados à categoria de Adesivos, priorizando a qualidade e o custo benefício junto aos grandes stakeholders, compreendendo as necessidades e expectativas dos clientes, oferecendo produtos reconhecidos no mercado, com qualidade e entrega garantida.



"Em 2023, teremos grandes novidades em produtos de alta performance para a marca própria TOI – pertencente à Navas. O objetivo é ter mais de 1000 itens novos em nosso catálogo, expandir o atendimento comercial e a entrega em todo o país e continuarmos sendo marca referência em qualidade e custo benefício, concorrendo com os grandes players do mercado", diz Cristiano Foglio, gerente de produtos.

Segundo Cristiano, o mercado tem refletido o cenário macroeconômico que o país vive atualmente, ou seja, vem sendo desafiador, "mas fechamos grandes parcerias e conquistamos cada vez mais a confiança e a credibilidade dos clientes, com um novo posicionamento de mercado. Expandimos as marcas em nosso mix com preços competitivos, fortalecemos a cadeia logística, garantindo entrega rápida e eficaz, e inauguramos mais um Centro de Distribuição em Cuiabá (MT), para a prospecção de novos clientes e colaboradores. O próximo ano será também um divisor de águas para a empresa, completaremos 50 anos em 2023, fortalecendo cada vez mais o relacionamento com nossos clientes e representantes, trazendo produtos e soluções inovadoras para o nosso segmento".

ORBI QUÍMICA

Bruno Silva, diretor comercial da Orbi Química, destaca o lançamento de duas linhas de produtos muito importantes para o mercado de reposição: "Uma linha de silicones uso geral incolor e coloridos com as especificações de mercado buscando atender o público consumidor que procura pelo melhor custo benefício e já tínhamos em linha o silicone para uso profissional, que é mais utilizado pelos aplicadores que buscam produto mais Premium. Lançamos também uma linha de PUs Uso Geral, com o mesmo intuito de atingir esse público que busca por um produto com qualidade, mas que não exige uma qualidade Premium.

Para as mesmas duas categorias, temos as linhas Premium para oferecer ao mercado, por sermos fabri-

A Roca Brasil tem o orgulho de ser a empresa que mais uma vez tem as suas marcas sendo reconhecidas pelos revendedores, ganhando 3 prêmios nas categorias

1º lugar
LOUÇAS SANITÁRIAS



Bacia com
Caixa Acoplada
Elite Celite

2º lugar
METAIS SANITÁRIOS



Torneira para Lavatório
Flow Celite

3º lugar
ASSENTOS SANITÁRIOS



Assento Sanitário
Thema Incepa

Roca Brasil

Roca | Incepa | Celite

br.roca.com | banheirosincepa.com.br | celite.com.br



cantes desses produtos, um dos poucos do Brasil, conseguimos produzir o produto conforme a necessidade do mercado".

E acrescenta que "o ano de 2022 tem sido muito bom para nós, que, devido aos lançamentos, temos conseguido atingir uma parte do mercado que não conseguiamos por ser ítens muito sensíveis a preço e infelizmente com muitos níveis de qualidade, mas como garantimos nossos produtos, isso não é um problema para nós. 2023 estava com um desenho positivo, mas, devido a mudanças políticas e os receios dos empresários, entendemos que deve mudar um pouco, mas continuamos confiantes de que teremos um ano como 2022, onde conseguimos dobrar nossa participação no mercado, apesar de todas as dificuldades".

"O mercado Faça Você Mesmo é muito importante e tira a dependência de um especialista quando o assunto é simples e todos os produtos da Orbi são de fáceis aplicações e podem ser utilizados pelo usuário. Mas para isso, o brasileiro precisa mudar um hábito que é o de não ler os rótulos e o modo de usar. Se não o fazem, correm o risco de aplicar o produto errado e aí não poderá culpar o fabricante pelo erro".

PULVITEC

Estamos vivendo um novo ciclo de crescimento e transformação. Expandimos o portfólio e hoje contamos com 3 marcas, com finalidades distintas: Polytubes, Polyfort, e Super Storm.

"Além disso, reformulamos todas as nossas embalagens, oferecendo uma comunicação mais clara e direta, auxiliando o consumidor final no momento da decisão de compra", diz Caleb Tavares, diretor comercial.

Informa que a previsão é de fechar 2022 com um crescimento de 18% comparado ao ano anterior. "O ano de 2023 será um tanto desafiador em função das expectativas com o novo governo, porém, a companhia continua firme com o seu planejamento estratégico de expansão da distribuição e lançamentos de novos produtos para compor o portfólio, aliados com a confiança e a tradição de seus 50 anos de mercado."

"Faça Você Mesmo" – "A tendência do DIY é um mercado em crescimento no Brasil. A Pulvitec foi pioneira ao desmistificar as embalagens de produtos técnicos para uma linguagem compatível com o consumidor final, facilitando o entendimento e dando suporte na escolha da melhor solução para cada necessidade. A Pulvitec está preparada para este crescimento, oferecendo produtos de alta qualidade, em embalagens atrativas e autoexplicativas, facilitando a interação com o consumidor no ponto de venda".

TEKBOND

A Tekbond tem a tradição de ampliar sua família de produtos para estar cada vez mais próxima dos lojistas e do consumidor final. "Este ano, lançamos novos produtos que vão desde uma nova linha de tintas em aerossol, passando por corante líquido e chegando à nova linha escolar de colas. E, certamente, teremos mais novidades em 2023. Apesar da contração no mercado da construção, conseguimos manter um desempenho estável durante todo o ano de 2022. Em 2023, nossa expectativa é por um ano mais desafiador, porém seguimos confiantes por mais um ano de sucesso", destaca Eduardo Mano, diretor de marketing da Tekbond Saint-Gobain.

Atualmente, a Tekbond é uma empresa que vai muito além dos adesivos. O nosso ´bond´ significa muito mais a conexão que temos com nossos parceiros e clientes do que a colagem em si.

Mano informa que os produtos da Tekbond já são amplamente utilizados no mercado de DIY. "As colas, adesivos de maneira geral, são ingredientes básicos para todos que desejam modificar, reformar ou transformar alguma peça ou um ambiente. As tintas também entram muito na parte de decoração e transformação. Não à toa a Tekbond foi a primeira empresa de adesivos a investir realmente no mercado de Artesanato, com uma linha dedicada ao segmento que ajuda e acompanha o crescimento de diversos artistas Brasil afora", encerra.

TYTAN BRASIL – GRUPO SELENA

Selena Group é líder global e distribuidor de produtos químicos para construção e um dos quatro maiores produtores de espuma de poliuretano do mundo. O Grupo é composto por 35 empresas em 17 países. As fábricas estão localizadas na Polônia, Brasil, Coreia do Sul, China, Romênia, Turquia, Espanha e Cazaquistão.

Sergio Felsch, diretor geral da TYTAN/Brasil, diz que o ano foi extremamente desafiador, "mas com um time comercial engajado e voltado para buscar os melhores resultado, conseguimos crescer neste ano 15% com relação ao ano anterior. Há um grande otimismo com relação a 2023, pois existe uma grande expetativa de avançarmos com as reformas e os novos projetos que estimulem o mercado da construção civil".

"Faça Você Mesmo" – "É um mercado que vem crescendo constantemente com a facilidade das buscas na internet, é cada vez mais comum encontrarmos vídeos que mostrem e deem dicas de como se pode fazer a instalação ou fixação de qualquer objeto. Nesse sentido, a TYTAN também possui produtos voltados para as pessoas que desejam fazer suas reformas e/ou projetos".

UNIPEGA

Jônatas Ramos Tardivo, diretor de vendas, explicou que "em 2022, reestruturamos a área comercial, trade e marketing da UNIPEGA e estamos terminando o ano com um time robusto e preparado para atender nossos clientes em todo o território nacional. Como fruto disso, teremos para 2023 ações no ponto de venda, treinamentos aos clientes e aos profissionais, maior presença do time em campo e campanhas de produtos, dessa forma, continuaremos o nosso trabalho de consolidação da marca e de oferta do produto certo para o cliente certo! Estamos encerrando o ano com





um crescimento acima do mercado, mas cientes de que temos um longo caminho pela frente, pois a UNIPEGA é uma marca jovem, estamos presentes no Brasil há apenas cinco anos, com um portfólio atrativo, diversos diferenciais nos nossos produtos e fazemos parte do Grupo OCQ, um grupo de mais de vinte empresas e líder do segmento químico na América Latina".

"Faz parte do nosso DNA investir em novas tecnologias e melhorias contínuas dos nossos produtos. Temos um amplo portfólio de selantes para todos os tipos de aplicações, substratos e ambientes. Estamos preparando diversos lançamentos que iremos divulgar na Feicon de 2023, que acontecerá no mês abril. Temos certeza de que iremos agradar e surpreender os nossos clientes", diz Anna Fortunato, Diretora de Marketing & Canais Digitais.

"Faça Você Mesmo" – "Temos pilares extremamente importantes para esse segmento e somos rigorosos em garantirmos que todos os nossos produtos atendam a esses pilares. O primeiro é a qualidade, garantimos que nossos produtos executarão com excelência a aplicação proposta e jamais deixarão os nossos clientes na mão; o segundo é a comunicação, todas as nossas embalagens têm comunicação fácil e amigável em relação às formas de uso, além disso, temos também conteúdos na nossa rede social com explicações, demonstrações e sugestões de ideias de uso dos nossos produtos", destacam.

VEDACIT

A Vedacit lançou uma nova embalagem para a Vedacit Espuma Expansiva PU. Além da versão tradicional com 490g/500 mL, há a opção com 340g/500mL.

"O objetivo é oferecer ao cliente mais uma opção, considerando a quantidade e contribuindo para que possa economizar em reparos menores", explica João Roberto Ximenes, diretor comercial da Vedacit.

"Na linha de selantes, o Vedacit Prego Líquido é uma opção para fixação. O adesivo é composto por resinas acrílicas, base água e monocomponente, que une diversos tipos de materiais, sem a necessidade de furos, dispensando o uso de parafusos e pregos. As opções de aplicação incluem madeira, metal, vidro, cortiça, mosaicos de cerâmicas e ladrilhos, gesso, isopor, vinil, papel e folhas de fórmica para revestimentos de móveis. Destaco também o Vedacit Silicone Acético em bisnaga. Pronto para uso, a nova embalagem foi customizada para o varejo, possibilita maior precisão na aplicação com o bico aplicador e evita o desperdício", complementa Ximenes.

O diretor comercial informa que este ano está sendo particularmente desafiador, "muito pela desaceleração do mercado no pós pandemia, no qual nossos concorrentes passam por mercados que sofreram mais no ano passado. Porém, mesmo com o mercado de revendas caindo perto de 7%, a Vedacit deve terminar o ano crescendo perto de 3% em vendas e 24% em receita".

VONDER

A linha de Adesivos, Vedantes, Lubrificantes e Tintas da VONDER conta com diversos itens fundamentais em vários trabalhos de manutenção ou instalação, por isso, com grande fluxo no PDV e itens obrigatórios nas revendas de materiais de construção.

Um recente lançamento é o Aplicador para Silicone a bateria intercambiável IASV 1830 VONDER, com tecnologia que compartilha a bateria com outras ferramentas da linha, com capacidade para 300g/305ml e diferenciais na aplicação, como o variador de velocidade e luz de LED, que ilumina a área de trabalho.

E destaque da linha, os Adesivos Instantâneos VONDER, com diferentes opções de tamanho e embalagem, em cartela, blister ou caixa expositora, facilitando a exposição no PDV e atendendo um leque de diferentes necessidades de consumo. Ele adere em materiais como metal, madeira, papel, borracha, plástico, cortiça, entre outros, proporcionando uma colagem transparente e instantânea – cura inicial de 4 segundos e cura total de 24 horas.



ADERE

Fita para Empacotamento SK335-ECO, composta de papel kraft liso tratado e com adesivos e resinas de superior qualidade, que lhe conferem alta adesão em diversas superfícies, incluindo papelão reciclado, e alta eficiência quando utilizada em câmaras frias.



BRASCOLA

O **PU Universal** é um adesivo selante desenvolvido para aplicação em concreto, madeira, metais, vidros e plásticos (exceto PP, PE, PS e Nylon®). Pode ser utilizado em áreas úmidas, aceita pintura após a cura total e tem excelente alongamento.



BOSTIK

Silicone Base Água, é um produto de tecnologia acrílica que substitui o silicone em vedações perimetrais de portas e janelas, box de banheiros, tanques, pias e outros. Quando comparado com o silicone acético, ele tem inúmeras vantagens como: proteção contra fungos, é lavável, pintável, tem baixa toxidade e muito mais. Um excelente produto, de ótima aceitação para substituição de tecnologia.





MUNDIAL PRIME

A **Espuma Expansiva** é à base de poliuretano, é um produto em aerossol que, na medida em que é aplicada, expande e adere qualquer superfície, exceto graxa e pó. Usada para fixar batentes e portas, pode ser utilizada para qualquer tipo de vedação, por exemplo, veículos com carrocerias, como os graneleiros que aplicam a espuma para evitar o desperdício de grãos durante o trajeto e nas obras para vedar espaços de ar condicionado, janelas, portas e, por ser um produto térmico e acústico, oferece maior variedade no seu uso.

CASCOLA

Cuba e Espelho, Fixa Tudo e Veda Calha. Além disso, os produtos da marca ganharam novo layout, que facilitam a identificação dos atributos de cada solução. A Cascola faz pesquisas constantes no mercado e analisa as sugestões do consumidor e stakeholders para estar sempre na vanguarda e atender da melhor forma os profissionais, seja na construção do zero ou até mesmo em pequenas reformas e reparos, vedações, colagens, além de serviços de marcenaria, artesanato e muito mais.





KISAFIX

A versão em bisnaga de 70g do adesivo é mais prática e ideal para o varejo. O adesivo e selante é produzido à base de polímero híbrido com silanos modificados, conferindo alto tack (força de contato inicial) e alta performance. O **Kisafix Fixa Tudo** sustenta até 20 quilos por centímetro quadrado e é indicado para fixação de espelhos, painéis ripados, puxadores de metal, entre outras aplicações.

NAVAS

Destaque para o mix da TOI, que tem itens como a **COLA SELANTE MASSA PU TOI FLEX** para o serviço profissional do setor de Construção Civil e TOI BASIC, lançamento e sucesso de vendas da marca há três meses para o consumidor hobby; ambos apresentam alta performance, excelente rendimento e custo benefício, proporcionando ao consumidor produtos de qualidade.





PULVITEC

O **PU40** é um adesivo selante de poliuretano de alta performance. Indicado para selar e vedar áreas internas e externas na construção civil em geral, onde há necessidade de um produto de elevada resistência às variações climáticas e trepidações. Aceita pintura e possui cura neutra, não manchando as superfícies onde é aplicado. Seu diferencial está no desempenho de aplicação em áreas úmidas. Possui ação antifungo. Disponível nas versões cartucho de 387g e sachê de 800g, nas cores cinza, branco e preto.

TYTAN BRASIL GRUPO SELENA

Destaque para a **Espuma Adesiva 60 Segundos PISTOLA 750ml/720g**. Única no mercado, a Espuma Adesiva TYTAN 60 SEGUNDOS é o produto ideal para otimizar seu tempo na aplicação.





ESPUMA PU Tytan Expansiva PORTAS E JANELAS. Possui uma fórmula de alto rendimento e baixa expansão. Instala mais portas com menor desperdício. Possui expansão controlada e por essa razão não força perfis de portas e janelas de alumínio e PVC.

ESPUMAS TYTAN MULTIUSO: 500ml/320g e 300ml/180g – É uma espuma expansiva de poliuretano pronta para usar para preenchimentos de espaços.



ORBI

Silicones e PUs Uso Geral. Tem também uma linha de **PUs Uso Geral**, com o mesmo intuito de atingir esse público que busca por um produto com qualidade, mas que não exige uma qualidade Premium.





VEDACIT

Vedacit Espuma Expansiva em PU é uma espuma de poliuretano monocomponente, pronta para uso, com alto poder de expansão e aderência. Preenche as cavidades com uma espuma semirrígida, com grande poder de vedação, resistente às intempéries e excelente isolamento termoacústico aos ambientes.

TEKBOND

A linha de tintas e corantes segue com excelente aceitação no mercado, seguida pelas linhas complementares de limpeza pós-obras, que ampliam as oportunidades que os clientes e lojistas têm de lucrar com a Tekbond.





VONDER

Aplicador para Silicone a bateria intercambiável IASV 1830 VONDER, com tecnologia que compartilha a bateria com outras ferramentas da linha, com capacidade para 300g/305ml e diferenciais na aplicação, como o variador de velocidade e luz de LED que ilumina a área de trabalho.



À PROVA DE SOM



A maior de todas as vantagens das portas e forros de PVC é o isolamento térmico. Os perfis possuem câmaras internas que atenuam a temperatura proveniente de fora. O PVC é um material atérmico, ou seja, não tem variação de temperatura, não transmitindo a temperatura pelo perfil. Outra vantagem é que os perfis possibilitam vários tipos de vidros que podem contribuir com a eficiência térmica do produto.

Algumas das principais características são a estabilidade térmica e a proteção antirruído, além da alta resistência à umidade e fácil limpeza. Podem ser utilizadas em qualquer cômodo da casa e bloqueiam ruídos até 40 decibéis, a partir desse volume, diminuem o barulho exposto.

DUDA

A grande novidade da DUDA em 2022 foi o lançamento do forro de PVC CLEAN. Ele possui um maior número de aletas, o que garante uma maior resitência. Além disso, sua "aba de fixação" é maior, faciltando a instalação.

A Porta Sanfonada Duda tem vários diferenciais, a começar pelo seu puxador, que é aparafusado. Os parafusos das roldanas são fixados às lâminas na diagonal, o que garante maior fixação. Sua alta resistência se deve ao maior número de aletas que a mesma possui.

"Tivemos um resultado muito





bom neste ano de 2022 com crescimento na casa de 2 dígitos e estamos muito otimitas para o ano que vem", informa Daniel Araujo, diretor comercial.

NOVAFORMA

Aêssa Caroline Lopes Hoehne, da Nova Forma, destaca o Forro Gemini e elenca algumas virtudes:

NORMATIZAÇÃO: produtos normatizados pela NBR14285/2018 ABNT; Não propaga chamas (PVC de procedência); Faz parte do Programa Brasileiro da Qualidade e Produtividade do Habitat – PBQPh; Forro de 8mm; Garantia de 1 ano por defeito de fabricação; Maior segurança para sua família; Aprovação do bombeiro; Segue um padrão de qualidade (Limite de carga); Conseguimos vender para empresas mais exigentes; Não resseca com o tempo.

BRANCO NEVE: Melhor acabamento, deixando um ambiente mais Clean; Evita variação de cor; Encaixe com travas; Evita o desencaixe com o passar do tempo; Maior se-



Tinta de qualidade 20 ANOS

Para seu cliente, somente o melhor.
Quem entende de tinta, confia no PSQ!

O Programa Tinta de Qualidade avalia **tintas, vernizes, esmaltes sintéticos** e **massas niveladoras** de acordo com as normas técnicas da ABNT.

Comercialize produtos que ofereçam garantia de rendimento acabado, poder de cobertura e resistência à limpeza.



As marcas que merecem estar nas suas prateleiras estão em

TINTADEQUALIDADE.COM.BR.

Aponte a câmera do seu celular para conhecer as empresas e produtos qualificados:

gurança contra ventos fortes e poeira; Encaixe fêmea com garras e macho com ressalto mais robusto; Maior número de colmeias.

A Porta Sanfonada da Novaforma tem Pino Exclusivo, Alta Resistência, Zero Atrito, Mesma cor da porta (branco, cinza e bege), maior número de colmeias e puxador e fechadura mais resistentes.

Aêssa informa que a empresa teve bom desempenho este ano. "Foi muito bom e, em 2023, esperamos que seja melhor, pois teremos lançamentos de alguns produtos".

PLASBIL

A Plasbil destaca um projeto finalizado recentemente, o lançamento das Portas Sanfonadas da Linha Decor. "As Portas Sanfonadas Decor vêm com um layout diferenciado, esse novo layout deixa o produto mais charmoso e versátil para instalação em diversos ambientes. Indicadas para uso interno, portam um design diferenciado, proporcionam beleza e praticidade de manutenção e instalação", informa Jakson Policarpi, coordenador de marketing.

As Portas Sanfonadas Decor estão disponíveis nos tamanhos de 70cm e 90cm na cor branca, mas com um diferencial: essa nova coleção vem com design de superfície multitexturas super hype para pulsar movimento e animação em seu ambiente de inserção.

São indicadas para instalações internas, como banheiros, escolas, residências, casas de veraneio e restaurantes. As lâminas impressas coloridas se espalham com fluidez no ambiente. Padrões exclusivos e tons de cores se mesclam impulsionando animação em sua atmosfera.

Essa linha de portas possui a capacidade de nos aproximar da beleza geométrica e a valorização de ambientes contemporâneos e criativos que dão preferência ao estilo arrojado.

A portas possuem uma lâmina impressa com acabamento em verniz brilhante e com a camada decorativa em ambos os lados.



QUALIDADE E DURABILIDADE INDISCUTÍVEL



CONTATO

(19) 3808-6930

@ferramentaspacetta

/ferramentaspacetta

ferramentaspacetta.com.br

PACETTA
DESDE 1947
QUALIDADE EM FERRAMENTAS



A RESSIGNIFICAÇÃO DO MORAR NA PANDEMIA E O CRESCIMENTO DO SETOR DE MATCON

POR PATRÍCIA ZANLORENCI

Novos tempos, novas perspectivas: anos de distanciamento social por causa da pandemia de coronavírus trouxeram a revisão de prioridades e a definição daquilo que é essencial. As pessoas, como consequência do isolamento, voltaram a olhar para as suas casas priorizando soluções para o alívio, o bem-estar, o equilíbrio e a harmonia. Diante desse novo cenário, a realização de reformas trouxe também a ressignificação do viver e do morar. Assim, surgiram novas perspectivas para o setor de matcon.

De acordo com um levantamento realizado pela Associação Nacional de Comerciantes de Materiais de Construção em parceria com o Instituto Brasileiro de Economia da Fundação Getúlio Vargas (FGV IBRE), o varejo da construção civil cresceu significativamente no ano de 2021 em torno de 16%, chegando a R$ 221,5 bilhões. Em 2019, foram 11% de aumento.

Desde o início da pandemia, os produtos mais vendidos são pisos, louças sanitárias, tintas, telhas, peças elétricas e hidráulicas e, claro, o cimento. Itens básicos que atendem todo tipo de construção e todos os níveis de classes sociais.

Para 2022, a Câmara Brasileira da Indústria da Construção (CBIC) projeta aumento de 13,5%, estimativa maior que a do Produto Interno Bruto (PIB), que é a soma das riquezas produzidas pelo país. Além disso, hoje, o segmento emprega 692,2 mil pessoas. O otimismo vem também em decorrência de mais dinheiro em circulação por conta do Auxílio Brasil; do saque aniversário do FGTS; do pagamento do 13º salário (nos âmbitos federal, estadual e municipal), entre outros.

Conforme a sondagem da indústria da construção, realizada pela Confederação Nacional da Indústria (CNI), o setor, com a contribuição de todos os seus segmentos (construção de edifícios, serviços especializados para construção e obras de infraestrutura) encerrou o primeiro semestre de 2022 com o maior patamar de atividades desde outubro de 2021.

Os índices positivos também partem do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). A construção civil cresce há sete trimestres consecutivos. O resultado é inédito desde 1996. Os analistas do setor acreditam que todo esse cenário faz parte do ciclo positivo de negócios em andamento iniciado no terceiro trimestre de 2020.

A cadeia produtiva da construção é bastante forte no Brasil. O segmento detém a maior participação em termos de percentual no PIB nacional, com 56,6%. A arrecadação tributária (receita) da cadeia, em 2020, totalizou R$ 189,4 bilhões (impostos sobre produção e importação e renda e propriedade).

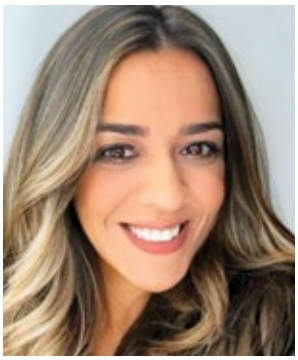
Para manter o mercado aquecido e garantir a estabilidade para os empreendedores, é importante

buscar sempre informação, focar no processo, planejar e antever tendências. Para isso, os varejistas podem se aproximar das entidades representativas da construção civil, como: Abrainc (Associação Brasileira de Incorporadoras Imobiliárias); Secovi (Sindicato da Habitação); e SindusCon-SP (Sindicato da Indústria da Construção Civil). São organizações que têm forte atuação no mercado e disponibilizam estudos, pesquisas e outros materiais relevantes para os profissionais e gestores gratuitamente.

Outra dica é acompanhar os levantamentos feitos por fundações e demais entidades nacionais de pesquisa, como a FGV. Os dados serão muito importantes para as projeções do negócio. Participar ainda das feiras e dos eventos do segmento também é importante, pois nesses ambientes, além da possibilidade de networking e parcerias, é possível ter acesso a novidades, catálogos de serviços, cursos, webinars e debates sobre diversos aspectos que influenciam os canteiros de obras brasileiros.

Por fim, acompanhar os hubs de inovação e as construtechs são diferenciais competitivos que podem colocar a sua empresa à frente. Nos hubs de inovação, é possível encontrar startups da construção que foram criadas para desenvolverem soluções voltadas ao planejamento e à execução de obras. Devido ao crescimento acelerado nos últimos anos, buscam sempre novas tecnologias, consagrando-se bons locais para o acompanhamento das novidades do setor e a realização de novos investimentos.





CADA EXPERIÊNCIA CONTA

POR ANDREA BASTOS

Você se lembra da sua última experiência de compra? Se ela foi boa, você deve lembrar. Mas, se ela foi ruim, tenho certeza de que você não esqueceu e ainda compartilhou nas redes sociais e com parentes e amigos.

Tão importante quanto a qualidade do produto ou serviço oferecido ao cliente é a experiência proporcionada no ponto de venda.

Garantir uma boa experiência do cliente no PDV é fundamental para aumentar a fidelização dos seus clientes e, inclusive, para o crescimento da sua marca.

Com a retomada da economia, os varejistas estão investindo em experiências imersivas e interativas nas lojas físicas e criando ambientes divertidos e que engajam o consumidor.

Temos grandes marcas saindo na frente e mostrando que a loja física é tão ou mais importante que o on-line. A loja da Lego, na Quinta Avenida, em Nova York, mistura elementos digitais inovadores com uma experiência física engajante. O local conta com um laboratório de blocos ('Brick Lab'), que leva o público e suas criações a um mundo virtual, as 'Storytelling Tables', que dão vida aos produtos de um jeito interativo, e o estúdio de personalização, onde as pessoas podem criar sua própria imagem em forma de Lego.

Outra também que deu um grande passo nessa imersão de interatividade é a Sephora, que apresentou na loja de Madrid um espelho de inteligência artificial que dá dicas personalizadas e QR codes para que o consumidor encontre os produtos on-line ou no próprio local. Esse tipo de novidade deve atrair ainda mais o consumidor para viver essa experiência.

Além disso, esses varejistas aproveitam toda essa interação do cliente no espaço físico para reunir dados relevantes de um jeito não invasivo, fazendo que esse relacionamento transcenda a experiência sem abrir mão do toque pessoal. Com isso, criam estratégias de marketing para impulsionar novas experiências.

E, para começar garantir essa experiência física, é importante ter em mente 3 estratégias importantes para os iniciantes dessa nova jornada:

1. **Desperte o desejo nos canais on-line:** Use os canais on-line para chamar a atenção do público e atraí-lo para as lojas.

2. **Crie um relacionamento personalizado com seu cliente:** aproveite os dados coletados no on-line e nas experiências das lojas físicas para criar promoções e ofertas personalizadas.

3. **Invista na Loja Física:** crie espaços que encantem o consumidor e dê uma nova dimensão ao varejo físico. Pense além do provador e ofereça novas experiências, testes de produtos e eventos exclusivos.

Mas garantir a melhor experiência do seu cliente não está só no atendimento e ambientes interativos, é preciso estar em linha e ter a mesma linguagem em todos os canais da marca, mas isso é um assunto para um próximo artigo. Aguardem...

Andrea Bastos, formada em Publicidade e Propaganda, é especialista em estudos voltados para a experiência do consumidor e atua na área de pesquisa há mais de 20 anos.



O PAPEL DA LOJA FÍSICA HOJE - E AMANHÃ!

POR ANGELITA FERRAZ

Há anos, em uma das edições da NRF, ousou-se questionar se a loja física sobreviveria em meio a tantos novos modelos de negócio, principalmente com foco no on-line.

E a resposta se consolidou ao longo dos últimos anos, cada vez mais: sim, a loja física não apenas sobreviveu, como tem se tornado peça chave para o modelo de um negócio de sucesso.

A loja física se tornou um canal essencial e importante, não apenas como ponto de venda, mas como uma ferramenta para atrair, envolver e engajar clientes.

Assim, listamos alguns novos papéis que a loja física deve ter no seu negócio:

- Hub de logística: com a ascensão do e-commerce, a loja passa a ser um hub para a retirada e envio do produto. Com isso, há redução de custo e redução no tempo de entrega/retirada do mesmo.
- Local de experiência: possibilidade de não apenas testar produtos, mas fazer o cliente emergir em uma experiência única e marcante, possibilitando novas descobertas e novas sensações.
- Oferta de serviços: não é mais sobre apenas oferecer produtos, mas, sim, sobre oferecer soluções. Aqui, os serviços entram como essência do negócio. O cliente atual busca a solução.
- Captura de dados para personalização de venda: uma vez que o cliente está dentro da sua loja, por que não aproveitar para conhecê-lo melhor e oferecer o que de fato apresenta um diferencial na vida dele?!

Essa será um dos temas principais do NRF 2023. O NRF Big Show é o maior e mais tradicional congresso do varejo mundial, que será realizado de 12 a 20 de janeiro, em Nova Iorque, Estados Unidos.

O Grupo Revenda e a Ferraz Pesquisa mostrarão, diariamente, todas as novidades e tendências. Fique ligado e nos acompanhe nas redes socias.

Angelita Ferraz é especialista em Pesquisa com Consumidor, e atua há mais de 20 anos ouvindo consumidores de todos os tipos de varejos.

®JIMO
CUPIM
26º Prêmio
Melhor Produto do Ano
CATEGORIA
CUPINICIDAS
2022
MIX dos melhores produtos do ano
REVENDA
DESDE 1956
®JIMO
QUALIDADE COMPROVADA
JIMO.COM.BR



O QUE NÃO FAZER EM SUA EMPRESA?

POR PAULO JOSÉ

Muito se diz o que fazer para empreender, mas poucos te contam o que você deve evitar no dia a dia de sua empresa.

Vou listar os principais erros que já cometi para que possam evitá-los.

Não cobrar o suficiente

O preço retrata o valor e você quer que as pessoas valorizem seu produto. Você tem que valorizar seu produto, certo? Ou ninguém mais o fará. Dobrar os preços ajudou minha empresa a começar a fechar mais negócios.

Colocar muito dinheiro em marketing sem testes

Muitos olhos em seu anúncio não equivalem a muitas vendas. Certificar-se de que seu marketing converte e otimizar antes de um grande gasto pode ajudar a evitar perdas esmagadoras. Teste as mensagens e os canais de marketing para garantir um ROI.

Marketing pago para criar uma lista de espera

As pessoas querem experimentar seu produto quando estão procurando e não se importam mais tarde. Não pague para construir uma lista de e-mail. Os usuários da lista de espera paga não voltarão quando seu produto estiver pronto. Construir uma lista de espera orgânica é muito melhor.

Foco insuficiente

O foco deve ser tanto no produto quanto no mercado. Você precisa acertar seu mercado inicial e a solução para os problemas desse segmento. Se você fizer muitas coisas antes que seu produto resolva um problema real ou atingir muitos mercados, perderá dinheiro e tempo.

Contratar cedo demais

Ter pessoas a bordo sem o suficiente para fazer é apenas um dreno de recursos e pode colocá-lo em risco de ter que fazer demissões. É melhor contratar tarde demais do que cedo demais.

Contratar pessoas que precisam de uma equipe para ser eficaz

Você precisa de realizadores, não de gerentes. Os gerentes que precisam de uma equipe para serem eficazes não são eficazes. No início de uma empresa, você precisa de pessoas que façam as coisas, não digam a outras pessoas o que fazer. Contrate líderes práticos.

Contratar a pessoa errada

Contratar a pessoa errada, especialmente um líder, pode prejudicar sua empresa. Os líderes podem matar a cultura em sua empresa e tomar decisões que contradizem a direção da empresa.

Não ouvir os clientes/ouvir demais os clientes

Compreender os problemas do seu cliente é realmente importante, pois tornará seu produto ótimo. No entanto, ouvir todas as solicitações que você ouve o levará a criar itens únicos, que a maioria dos clientes não deseja.

Burnout

Trabalhar muito duro por muitas horas por muito tempo vai acabar com você. Burnout é uma maneira de matar sua empresa e você vai querer sair. Uma nova empresa ou startup é uma maratona rápida, não um sprint. Você terá que correr às vezes, mas correr continuamente não é sustentável.

Agora, é começar e encontrar novos desafios para superar e não esses listados acima.

Paulo José é especialista em Marketing e Customer Experience e atua há mais de 25 anos em grandes empresas do setor varejista.

SEAL TAPE

OBRIGADO PELO RECONHECIMENTO!



26º MELHOR PRODUTO DO ANO

2022 MIX dos melhores produtos do ano REVENDA



TOP OF MIND 2021/2022 TOP 10 REVENDA CONSTRUÇÃO

VEDAH!

SOLUÇÕES DE ALTA EFICIÊNCIA E QUALIDADE









POLYFITA
A fita veda rosca mais premiada do Brasil!

Somos a Indústria mais automatizada e eficiente na fabricação de fita veda rosca da América Latina.

SAC: 0800 704 4405
WhatsApp: (11) 2783.7111
www.sealtape.com.br
@sealtapedobrasil

ACESSE O QR-CODE E CONHEÇA MAIS SOBRE A SEAL TAPE

POLYFITA fitaflon NOVAFLON VEDAH!

DISENSA CHEGA AO **ESPÍRITO SANTO**

Em plena expansão no Brasil, a Disensa inaugurou suas primeiras unidades no Espírito Santo, nas cidades de Linhares e Vila Velha.

"Estamos muito felizes em inaugurar nossas primeiras lojas no Espírito Santo. O estado conta hoje com mais de 2 mil lojas de material de construção, sendo uma praça com grande potencial de expansão. Acreditamos que nosso modelo de conversão será atrativo para esses lojistas, que, cada vez mais, estão entendendo as vantagens de fazer parte de uma franquia e atuar em rede. A Disensa está apresentando os diferenciais para estes empresários e como nosso suporte pode impactar positivamente os negócios", explica Henrique Gutterres, gerente-geral da Disensa.

A maior rede de franquias de material de construção da América Latina chegou ao país em 2018, introduzindo um modelo diferenciado de trabalho: o de franquia de conversão, uma solução que transforma lojas de construções de bairros já existentes em



membros de uma rede consolidada no mercado. Ao longo do processo de implantação, é oferecida consultoria para melhoria no layout da loja, treinamentos com técnicas sobre exposição de produtos e acompanhamento durante todo o processo de conversão e padronização. Além deste modelo, a Disensa, hoje, conta com investidores que escolhem a rede de franquias para iniciar seus negócios, abrindo novas lojas de material de construção.

ABILUX RENOVA O **CONVÊNIO COM APEX-BRASIL**

A Associação Brasileira da Indústria de Iluminação (ABILUX) e a Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (ApexBrasil) assinaram a renovação do convênio para a manutenção do projeto de exportação Lux Brasil para o período 2022-2024.

Em atividade deste 2010, o programa tem como objetivo inserir a indústria de iluminação brasileira no cenário internacional e possibilitar que empresas participem de rodadas internacionais de negócios presenciais e virtuais, além de marcar presença em feiras e eventos internacionais na Alemanha, Itália, EUA e em países da América Latina.

O presidente da ABILUX, Roberto Saheli, lembra que, nesses 12 anos, a parceria entre a Entidade e a Apex-Brasil possibilitou a inserção de produtos de empresas brasileiras do setor no cenário internacional. "Muitas das nossas indústrias de iluminação estão maduras para o processo exportador e não podemos



perder a janela de oportunidades que se abre para o Brasil neste momento. Nos últimos anos, passamos por algumas ondas. A atual é a das exportações. E os nossos esforços estão agora direcionados para a implementação de estratégias que contribuam para a ampliação do número de associadas capacitadas a conquistar mercados tão promissores como o norte-americano. As nossas estimativas são de que o setor feche 2022 com exportações da ordem de USD 30 milhões", conclui o presidente da ABILUX.



LOJAS QUERO-QUERO TEM RECEITA BRUTA DE **R$ 691,9 MILHÕES NO 3º TRIMESTRE**

A Lojas Quero-Quero – rede de casa & construção com 509 lojas em operação no Brasil – obteve no 3º trimestre de 2022 receita bruta R$ 691,9 milhões, crescimento de 3,6% no sobre o mesmo período de 2021 e de 59,7% sobre o 3º TRI de 2019. No acumulado entre janeiro e setembro deste ano, a companhia atingiu receita de R$ 1.919,2 milhão, crescimento de 5,3% frente ao registrado nos nove primeiros meses de 2021 e de 64,7% frente ao mesmo período de 2019. O EBITDA foi de R$ 43,1 milhões trimestre (redução de 35,4% frente ao 3T21) e R$ 132,5 milhões nos primeiros nove meses (+17,2% no comparativo com o mesmo período de 2019).

Na comparação ao período pré-pandemia, o indicador de Vendas Mesmas Lojas (SSS) no 3Q22 teve crescimento de 29,4%, similar ao crescimento do primeiro semestre do ano na comparação com 2019 (+28,5%).

No terceiro trimestre, os investimentos da companhia totalizaram R$ 13,5 milhões, incluindo aberturas de lojas, implementação de projetos, investimentos em logística e TI. Foram inauguradas 16 lojas, totalizando 44 lojas ao longo do ano, em linha com as inaugurações no mesmo período do ano anterior. A companhia finalizou setembro com 509 lojas em operação, em mais de 400 cidades distribuídas nos estados do Rio Grande do Sul, Paraná, Santa Catarina, São Paulo e Mato Grosso do Sul. Entre as novas lojas inauguradas, está a unidade de número 500 da rede, localizada na cidade de Nova Andradina (MS).

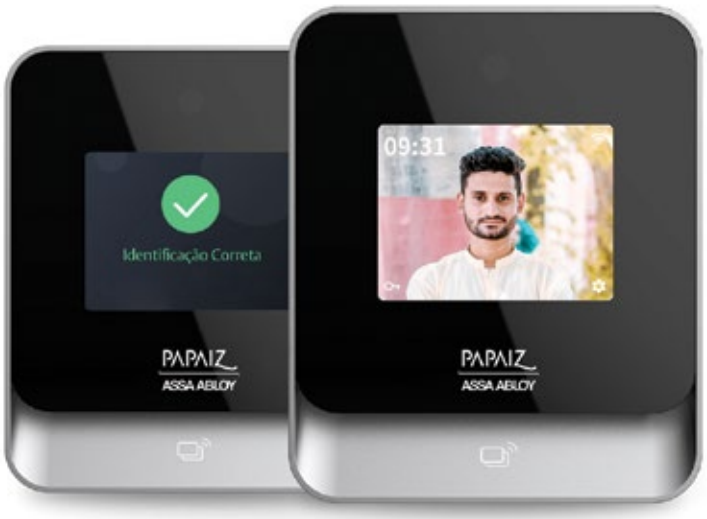
"Durante esses 55 anos de história, o nosso objetivo foi e continua sendo oferecer uma solução completa de casa e construção para nossos clientes, através de estratégias que se respaldam nos pilares da companhia. Desse modo, não diferente dos outros trimestres, mantivemos o nosso investimento pensando no longo prazo. Em relação ao 3T21, o crescimento foi de 15,7% e de 16,7% na base de lojas e na área de vendas, respectivamente", afirma Peter Furukawa, CEO da Lojas Quero-Quero.

Furukawa destaca que, embora o foco da empresa continue sendo, no curto prazo, a expansão nos estados da região Sul do Brasil, onde vê oportunidade para instalar unidades da Lojas Quero-Quero em mais 160 cidades, a companhia continua gradualmente investindo nos estados do Mato Grosso Sul e São Paulo, onde já alcançou 17 lojas em operação.

RECONHECIMENTOS

A empresa recebeu importantes reconhecimentos alinhados com os valores da companhia: ranking da Great Place To Work, como uma das 150 melhores empresas do Brasil para se trabalhar, e 1º lugar no Ranking IBEVAR – FIA 2022, como empresa mais admirada pelos seus colaboradores entre todas as varejistas de material de construção do país.

CONTROLE DE ACESSO POR **BIOMETRIA FACIAL**



A Papaiz ASSA ABLOY investiu em tecnologia para lançar a primeira linha de segurança eletrônica da empresa. A novidade conta com o Controle de Acesso com Biometria Facial AA-FR1000W. Moderno, compacto e com instalação simples, o equipamento tem capacidade para armazenar mil usuários e mil cartões RFID (125KHz ou 13,56LHz).

Com destaque para o gerenciamento de usuários – seja na versão standalone ou conectada via wi-fi –, a solução realiza o reconhecimento facial em menos de 1 segundo, mesmo se o usuário estiver usando máscara de proteção. Graças ao algoritmo de detecção "Face Live", o modelo AA-FR1000W impede o acionamento por foto ou vídeo, garantindo a segurança do acesso.

Outro lançamento da marca é o modelo AA-TR2000, um controle de acesso por senha ou cartões RFID 125KHz, com funções especiais para acionamento de fechaduras elétricas e eletrônicas.



CISER AMPLIA ATUAÇÃO **NA ÁSIA-PACÍFICO**

Como parte de sua estratégia de expansão e ampliação de novos mercados na Ásia-Pacífico, a Ciser, maior fabricante de fixadores da América Latina, anuncia uma série de ações para marcar sua posição como um fornecedor relevante na região e inaugura um novo escritório na província de Jiangsu, na China.

"Queremos ampliar nossa participação no mercado asiático como um todo, não somente no chinês, e consolidar o nome da Ciser em regiões da Ásia e do Pacífico. De lá, poderemos atender vários mercados graças aos vários tratados do governo chinês com outros países, como o Tratado Transpacífico", revela Renato Fiore, diretor de vendas, marketing e expansão internacional da Ciser.



LINHA AFUMEX GREEN **REFORÇADA**

A linha Afumex Green da Prysmian foi reforçada: além da já conhecida opção para instalações de até 750V, o primeiro cabo elétrico do mundo com isolação de origem vegetal agora também está disponível para tensões de até 1kV.

O cabo reúne diversas melhorias, como a introdução entre os seus polímeros de um composto ecologicamente correto (biopolietileno obtido por meio da cana de açúcar) acrescida à capa livre de compostos halogenados (não emite fumaça tóxica e corrosiva em situações de incêndio).

APEX **TOOLS**



Com acabamento fosfatizado e tratamento térmico que garante melhor resistência à corrosão além de um visual moderno e arrojado a Apex Tools lançou o kit Sistema X6 Multiencaixe, que podem ser utilizados em 6 tipos de parafusos mais empregados no mercado, eliminando a necessidade de se carregar várias ferramentas. Com Sistema Speedy, não é necessário tirar a chave do parafuso para realizar o movimento de aperto e desaperto.

Estojo organizador perfeito para expor no painel de ferramentas ou armazenar em caixas e carrinhos.

BENEFÍCIOS E VANTAGENS

- Sistema X6 que podem ser utilizados em 6 tipos de parafusos.
- Jogo de chaves combinadas com acabamento em fosfatizado Black Edition
- Ferramentas fabricadas em aço cromo vanádio com tratamento fosfatizado térmico especial para garantir melhor resistência.
- Sistema Speedy não necessita retirar a chave do parafuso para o aperto e desaperto, "Somente do lado da boca".
- Design especial para maior torque e mais conforto.
- Estojo organizador perfeito para expor no painel de ferramentas ou armazenar em caixas e carrinhos.
- Alta resistência à corrosão.

Jogo Composto por 7 peças, com as seguintes medidas: 8, 10, 12, 13, 14, 15 e 17 milímetros.



ROCA BRASIL CERÂMICA APRESENTA **NOVA GERAÇÃO DE PORCELANATOS**



A Roca Brasil Cerâmica, referência no setor, com fábricas no Paraná e interior de São Paulo e à frente das marcas Roca Cerâmica e Incepa, apresenta nova geração de porcelanatos slim com espessura de 7mm.

"O crescimento do número de produtos ultrafinos é resultado de nosso constante investimento em tecnologias de ponta, especialmente no sistema de compactação. Fomos a primeira empresa na América Latina a possuir a Contínua+, responsável pela criação dessas peças. Agora, após um grande investimento, estamos implementando a segunda unidade desse tipo de tecnologia, afirma Sergio Wuaden, Managing Director da Roca Brasil Cerâmica.

A redução para 7mm de espessura já foi realizada em mais de 300 modelos de revestimentos, que fazem parte das marcas Roca Cerâmica e Incepa, isso equivale a mais de 50% do portfólio. São peças nos formatos 90x90cm, 16x120cm, 20x120cm, 30x120cm e 60x120cm, que antes apresentavam entre 9mm e 9,5mm.



VOTORANTIM CIMENTOS CONCLUI AQUISIÇÃO NO SUL DA **ESPANHA**

A Votorantim Cimentos anunciou a conclusão da aquisição das operações da Heidelberg Materials no Sul da Espanha, que incluem uma moderna fábrica integrada de cimento localizada na cidade de Málaga, três minerações de agregados e 11 usinas de concreto na região da Andaluzia.

A companhia tem operações na Espanha desde 2012. Nos últimos dois anos, a Votorantim Cimentos reforçou sua presença no mercado espanhol de cimento com a aquisição integral da Cementos Balboa, na região da Extremadura (Sudoeste da Espanha) e agora a fábrica de Málaga. Com a finalização dessa transação, a Votorantim Cimentos Espanha passa a operar seis fábricas integradas de cimento com capacidade instalada de produção de 6 milhões de toneladas de cimento/ano, duas moagens de cimento, uma fábrica de argamassas e várias unidades de agregados e usinas de concreto nas regiões da Andaluzia, Ilhas Canárias, Castela e Leão, Extremadura e Galícia.

DUCHA TOP BANHO

VOCÊ SENTE A QUALIDADE O ANO INTEIRO



A Sintex se classificou no **Prêmio Melhor Produto do Ano**, do Grupo Revenda. O produto eleito foi a **Ducha Top Banho**, que se sobressaiu com a novidade da posição ECO (gera redução no consumo) e também por proporcionar um banho confortável no verão e quentinho no inverno.

É um produto pensado para entregar qualidade em todas as estações do ano!

Sintex,
Há 80 anos, qualidade
que dá um show

80 ANOS

Sintex





ELGIN FECHA PARCERIA COM A **SEGA OF AMERICA**

A Elgin firmou parceria com a Sega of America e está lançando uma linha de pilhas e baterias com o personagem Sonic.

A parceria envolve a produção de pilhas e baterias comuns, alcalinas e recarregáveis com o personagem Sonic e tem o objetivo de posicionar a marca perante a concorrência com um produto exclusivo, com o apelo do personagem. Objetivo é produzir pilhas e baterias com o Sonic, para posicionar a marca junto a clientes de todas as gerações que gostam do personagem.

O ouriço veloz atravessa gerações desde os anos 90 até os dias de hoje, quando se materializou nas telas dos cinemas.

"Acreditamos nessa parceria porque a força e a velocidade do Sonic remetem à energia das nossa pilhas e baterias. Além disso, o personagem é conhecido por todas as faixas etárias", explica Patrícia Lima, diretora comercial da linha de bens de consumo da Elgin.

VOTORANTIM CIMENTOS INAUGURA **CD EM GUARULHOS**

A Votorantim Cimentos reforça sua presença na região metropolitana de São Paulo com o início da operação de um novo Centro de Distribuição (CD) no município de Guarulhos (SP). Além do próprio município, a unidade vai elevar o nível de atendimento e distribuição de todo o portfólio da Votorantim Cimentos nas cidades de Arujá, Santa Isabel, Mairiporã, Mogi das Cruzes, Biritiba Mirim, Ferraz de Vasconcelos e Poá, além das zonas Norte, Leste e Central de São Paulo.

O novo empreendimento tem capacidade de distribuição superior a 1 mil toneladas de produtos por dia, 2,3 mil metros quadrados de área de armazenagem e conta com estacionamento que proporcionará mais conforto e segurança aos clientes que realizam coleta de produtos no local.

BLACK+DECKER **LANÇA KIT**

A BLACK+DECKER lançou kit com todas as ferramentas básicas para o dia a dia. O kit é composto pela Parafusadeira/Furadeira de Impacto BCD704, uma ferramenta sem fio, a bateria de íon de lítio 20V e parte do sistema Powerconnect™ da BLACK+DECKER, que permite que uma única bateria seja utilizada em qualquer equipamento de 20V da marca. Além disso, já vem com bateria, carregador, caixa plástica transparente e bandeja modular, para armazenamento e transporte. Os outros itens são: 10 bits de fixação; 10 brocas; 1 alicate de bico longo; 1 alicate; 1 alicate de bico longo; 1 trena; 1 martelo; 1 estilete; e 1 nível.





CAMPANHA DE **BOAS PRÁTICAS**

A Brasilit, marca do grupo Saint- Gobain lançou o Gibi "O Grande Jogo" que, de uma forma lúdica, reforça as práticas corretas de instalação de telhas de fibrocimento e contribui com a formação de profissionais telhadistas. Intitulada como "Corrente de Leitura", a campanha aconteceu em diversas cidades do Brasil incentivando a leitura entre clientes e familiares. A cada compra realizada nas lojas participantes de algum produto Brasilit ou doação de um livro para o projeto social Ciranda do Saber, um Gibi poderia ser adquirido, com isso, foram mais de 250 livros arrecadados para ONG, mais de 18 mil exemplares do gibi distribuídos por todo o país, sendo 24 estados e mais de 180 lojas participantes.

"O projeto foi um sucesso e estamos felizes com o resultado da campanha. Estamos sempre buscando formas diferentes de engajar o público e auxiliar os profissionais do ramo da construção civil e, dessa vez, conseguimos levar um material rico em informações técnicas, com linguagem simples e didática para todo o país", afirmou Mateus Castro, chefe de produtos de varejo na Saint-Gobain produtos para construção.

LOCALIZADOR DE PRODUTOS

A Saint-Gobain Produtos Para Construção disponibiliza ferramenta para localização rápida de produtos, um sistema inteligente que exibe todas as lojas que possuem um determinado produto em estoque no local em que o usuário busca. Essa iniciativa oferece visibilidade e presença digital aos clientes que compram produtos da marca, aparecendo automaticamente no localizador hospedado no site das marcas de construção civil da Saint-Gobain: Quartzolit, Brasilit, Placo e Isover.

Ao comprar os produtos dessas marcas, o lojista aparecerá automaticamente no Localizador de Produtos sem precisar fazer o cadastro dos itens, devido à integração do localizador à inteligência com a Nota Fiscal, mostrando os produtos que o lojista possui em estoque. Além disso, o Localizador de Produtos auxilia no aumento de fluxo de clientes, uma vez que, ao buscar um produto no site, além de encontrar as lojas através do localizador, o consumidor terá opções como traçar rota, avaliar, ligar ou enviar mensagem por WhatsApp.



NOVA **DIRETORIA**

Jorge Luiz Cardoso, membro do Comitê Executivo da Sika, assume como presidente e Marcos Bicudo, presidente da Vedacit, como vice do Movimento Construção Saudável. Fabíola Vasconcellos Cecon, diretora da Mactra, e Ariovaldo Torelli, diretor geral da Viapol, permanecem como membros curadores do Movimento. A mudança está prevista no estatuto para ser realizada a cada dois anos.

Engenheiro formado pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Jorge está há quase 35 anos na Sika e tem uma sólida carreira no mercado de construção civil. Há cinco anos na presidência da Vedacit, Marcos Bicudo é formado em Administração de Empresas pela PUC-SP (Pontifícia Universidade Católica de São Paulo) e possui mais de 30 anos de experiência na indústria, com mais de 14 anos atuando como CEO em empresas como Amanco, Philips e Masisa.





Principais feiras do segmento da construção civil programadas para 2023

VITÓRIA STONE FAIR
Feira Internacional
de Mármores e Pedras
De: 07 a 10 de fevereiro de 2023
Local: Pavilhão de Carapina,
Vitória/ES
www.vitoriastonefair.com.br

EXPO REVESTIR
Feira Internacional de
Revestimentos
De: 14 a 17 de março de 2023
Local: São Paulo Expo,SP
www.exporevestir.com.br

FEICON
Feira Internacional da Construção
De: 11 a 14 de abril de 2023
Local: São Paulo Expo,SP
www.feicon.com.br

CONSTRUSUL
Feira Internacional
da Construção
De: 01 a 04 de agosto de 2023
Local: Centro de Eventos Fiergs,
Porto Alegre, RS
www.construsul.com.br

EXPOLUX
Feira de Iluminação
De: 06 a 09 de agosto de 2023
Local: Expo Center Norte,SP
www.expolux.com.br

CONCRETE SHOW
Feira Internacional
de Construção
De: 08 a 10 de agosto de 2023
Local: São Paulo Expo,SP
www.concreteshow.com.br

ABRAFATI SHOW
Exposição Internacional de
Fornecedores de Tintas
De: 21 a 23 de novembro de 2023
Local: São Paulo Expo,SP
www.abrafatishow.com.br

HAUS DECOR SHOW

Simultânea à EXPO REVESTIR e ao FIER+, será realizada a primeira edição da HAUS DECOR SHOW, feira voltada para segmentos que trazem sinergia com o público e os produtos da EXPO REVESTIR. A HAUS DECOR SHOW é uma das maiores inovações do mercado. Vai reunir em um só lugar os principais players dos setores de tintas e vernizes, iluminação, refrigeração e automação residencial. Juntos, os eventos ocuparão 100% da capacidade do São Paulo Expo, serão mais de 80 mil metros quadrados de exposição, de 14 a 17 de março de 2023. Na Haus Decor Show, a ideia é justamente apresentar o que as fábricas brasileiras oferecem. A expectativa do evento com a Expo Revestir é receber mais de 77 mil profissionais do mercado. Do Rio Grande do Sul, a fabricante de luminárias de LED Power Lume é uma das marcas que percebeu este momento do mercado e vai participar da HAUS DECOR SHOW. "O que mais anda chamando a atenção é a demanda por itens mais sóbrios, que não influenciem na decoração. Até mesmo a procura por cor não foge muito das puras, como branco neutro - principalmente para áreas de trabalho – e branco quente – mais procurado para espaços de descanso", afirma Max Calháo, responsável pelo marketing da empresa. o especializado para o visitante", conclui.



26º

MELHOR PRODUTO

DO ANO



COM FERRAMENTAS PROJETADAS PARA ATENDER ÀS DIVERSAS NECESSIDADES DE CADA CLIENTE, SEGUINDO SEMPRE OS PADRÕES DE QUALIDADE E INOVAÇÃO DO MERCADO. É ASSIM QUE A GAMMA TRABALHA, PARA QUE VOCÊ TENHA AUTONOMIA E CONFIANÇA PARA PROJETAR, CONSTRUIR E FAZER CADA VEZ MAIS COM AS SUAS MÃOS. ESSA É A NOSSA MISSÃO!

GammaFerramentasBrasil

GammaFerramentas

GammaFerramentas

GammaFerramentas

APONTE A CÂMERA DO SEU CELULAR PARA O QR CODE E ACESSE NOSSO SITE.

GAMMA
FERRAMENTAS

Confiança para fazer mais.

KRONA.
UMA SELEÇÃO DE PRODUTOS QUE TODO BRASILEIRO APLAUDE DE PÉ.

Um show de qualidade e inovação!

Se tem uma seleção que todo brasileiro adora, é a seleção de produtos Krona. Sinônimo de confiança, qualidade e segurança. Pode confiar, se é Krona o espetáculo está garantido.

A KRONA É SHOW



CONHEÇA A LINHA SOLDÁVEL PARA ÁGUA FRIA.

Água fria • Água quente • Esgoto • Elétrica • Acessórios

krona.com.br • asuaobra.com.br

KRONA
TUBOS E CONEXÕES