REVENDA 360+ construção

ED. 414 | MAR 2025 | ANO XXXVI
www.gruporevenda.com.br



ESPECIAL MULHERES NA CONSTRUÇÃO

O ESPAÇO É DELAS. POR MERITOCRACIA

- 3º FÓRUM DE MULHERES NA CONSTRUÇÃO DEBATEU A PRESENÇA FEMININA NO SETOR
- HISTÓRIAS DE EXECUTIVAS QUE FAZEM ACONTECER

FERRAMENTAS
TER NO PONTO DE VENDA É LUCRO GARANTIDO

MATERIAL HIDRÁULICO
A SEGURANÇA É TRABALHAR COM BONS PRODUTOS

MATCON connect
ENCONTRO COM PLAYERS DO MERCADO NA REGIÃO SUDESTE



Alexakis

REVENDA 360° construção

Edição 414 | MAR 2025

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

GERENTES DE CONTAS
Jéssica Santos
jessica.santos@revenda.com.br
(11) 97197-8025
Simone Abreu
simone.abreu@revenda.com.br
(11) 98936-8997
Solange Castilho
solange@revenda.com.br
(11) 96927-6555

ESTAGIÁRIA JORNALISMO/COMERCIAL
Mileni Alexandre
mileni.alexandre@revenda.com.br
(11) 98896-8875

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.

UMA QUESTÃO DE NEURÔNIOS

"Os homens têm 4 milhões de neurônios a mais do que as mulheres!" A bombástica informação, trazida por Priscilia Queiroz, no 3º Fórum de Mulheres na Construção, organizado e realizado pelo Grupo Revenda, em março, mexeu com as mulheres presentes.

O mal-estar só foi desfeito quando acrescentou: "Mas sabem onde estão localizados estes 4 milhões de neurônios? Nos músculos…"

Só este motivo explica porque as mulheres não têm o mesmo desempenho do que os homens no canteiro de obras, onde a força física ainda é fundamental.

Com o avanço da tecnologia, muito em breve a força mental das mulheres vai superar este desafio. Rompendo barreiras e superando preconceitos e dificuldades, entre 2007 e 2018 as mulheres responderam por um aumento de 120% na sua presença no setor, de acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Esse crescimento é resultado da expansão da construção civil no Brasil nos últimos anos. Em 2021, o PIB do segmento cresceu 8%, conforme o Sindicato da Indústria da Construção Civil do Estado de São Paulo (Sinduscon-SP) e a Fundação Getúlio Vargas (FGV). Com isso, a necessidade de profissionais cresceu e novas oportunidades surgiram para o público feminino, que tem agarrado a chance de se tornar cada vez mais presentes nos canteiros de obras.

As mulheres têm demonstrado seu potencial em todos os segmentos da construção civil. Embora este ainda seja um setor dominado por homens, pesquisas demonstram que a força de trabalho feminina está aumentando no país. Cada vez mais vemos mulheres participando da concepção dos edifícios até a execução nos canteiros de obras. Ou seja, elas atuam desde o desenvolvimento dos projetos nos escritórios de arquitetura e engenharia até o momento de colocar a mão na massa, literalmente.

Além das arquitetas e engenheiras que se apresentam cada vez com mais frequência à frente das equipes de trabalho, a construção civil atualmente emprega mulheres azulejistas, eletricistas, pintoras, pedreiras, que são muito valorizadas pelo capricho e a precisão com que executam tarefas que exigem mais atenção aos detalhes.

São reconhecidas nos canteiros de obras por serem cuidadosas, perfeccionistas e muito responsáveis, e elas também se destacam pelo perfil de melhor comunicação e interação com outros profissionais.

Alguns fatores têm contribuído para que a mulher esteja mais presente na construção civil: busca por novos desafios profissionais, maior receptividade das empresas contratantes, incentivo público e privado para capacitação e principalmente os avanços tecnológicos que estão mudando os processos de trabalho.

Boa leitura!
Roberto Ferreira

REVENDA 360+ construção

Edição 414 | MAR 2025 ANO XXXVI





30 MATCON SUDESTE
Apresentação de pesquisa exclusive, e rodada de negócios, foram os destaques do encontro que reuniu os principais players do segmento

06 TOP OF MIND
Votação está na reta final

08 3º FÓRUM MULHERES NA CONSTRUÇÃO
Encontro promovido pelo Grupo Revenda mostrou que as mulheres estão conquistando seu espaço

22 ESPECIAL MULHERES
Histórias de executivas que fazem acontecer e são exemplo de superação e competência. Sem abrir mão da dupla jornada

64 MATERIAL HIDRÁULICO
Ninguém vê, mas a utilização de produtos de boa qualidade e certificados vai evitar dor de cabeça para os revendedores

72 INDÚSTRIA
Henkel constrói Inspiration Center em Jundiaí

73 PAINEL
As novidades do nosso segmento

74 AGENDA
Veja as principais feiras do segmento que acontecerão em 2025



46 FERRAMENTAS
Manuais ou elétricas são apostas certas para ter no ponto de venda e a garantia de boas vendas





E O TOP VAI PARA...

A votação para o
Top Of Mind Revenda 2025 continua!

Revendedores de todo o Brasil estão recebendo um link para votar nas empresas com melhor imagem para eles.

Ser Top Of Mind é ser a marca mais lembrada pelo público que mais entende de marcas nas lojas de materiais de construção: os balconistas/revendedores.

A largada para a pesquisa do Top of Mind Revenda Construção 2025 foi dada em fevereiro e vai até abril, quando revendedores de materiais de construção de todo o Brasil receberão e-mail marketing para votar. A pergunta é simples e direta: "Qual é a primeira marca que lhe vem à mente na categoria…?" A votação também poderá ser feita em nossos canais digitais. O resultado completo do Top Of Mind Revenda Construção 2025 – a premiação mais aguardada pela indústria de materiais de construção – será publicado na edição 416 da revista Revenda Construção. E as empresas vencedoras em 87 categorias de 9 segmentos receberão o troféu Ruy Ohtake, especialmente desenhado pelo renomado arquiteto para o Grupo Revenda, em evento para convidados da indústria, atacadistas e lojistas no dia 05 de junho.

O envio do e-mail marketing é distribuído entre as regiões Sudeste (51%) – São Paulo, Rio de Janeiro e Minas Gerais (igualmente distribuídos); Sul (21%) – Rio Grande do Sul, Santa Catarina e Paraná (igualmente distribuídos); Nordeste (10%) – Bahia, Pernambuco e Ceará (igualmente distribuídos); Centro-Oeste (9%) – Distrito Federal, Goiás, Mato Grosso e Mato Grosso do Sul (igualmente distribuídos).

São nove segmentos que concorrem ao Top of Mind 2025: Esquadrias e Ferragens, Ferramentas, Itens para Banheiro, Itens para Cozinha, Material Básico, Material Elétrico, Material Hidráulico, Material de Acabamento e Tintas e Acessórios, além das enquetes para o Melhor Atacadista, Melhor Veículo de Carga e Casa Inteligente, importantes segmentos para os revendedores.

A pesquisa Top of Mind Revenda Construção é realizada de forma espontânea, não induzida.

ESTAMOS CONCORRENDO AO PRÊMIO TOP OF MIND 2025

#VoteAdelbras

Nós te convidamos a participar da votação, ajudando-nos a eleger a **"marca mais lembrada"** na categoria de **Fitas Adesivas** no segmento de Construção.

Até dia **10 de Abril**

BIT.LY/VOTE**ADELBRAS**2025

adelbras

TOP MIND
Revenda Construção





UM ESPAÇO PARA UM AMPLO DEBATE. SÓ PARA MULHERES.

A presença de empresárias, executivas de empresas, vendedoras e atacadistas marcou o 3º Fórum de Mulheres na Construção, organizado e realizado pelo Grupo Revenda, no dia 11 de março, no Espaço Milenium, em São Paulo.

Com o tema "O Poder da Conexão e Transformação", as participantes foram recebidas pela influenciadora e especialista em treinamentos de venda Priscilia Queiroz.

Foram realizados cinco painéis, nos quais foram discutidos: O Impacto da Presença Feminina na Construção Civil e o Compromisso de Impulsionar Mais Mulheres no Setor e O Presente e o Futuro das Mulheres na Construção.

Antes da realização dos painéis, foi exibido um vídeo da diretora da Ferramentas São Romão, Alcione Teixeira, que não pôde comparecer por estar se convalescendo de uma cirurgia, e mandou seu recado: "Gostaria muito de estar prresente com vocês neste evento maravilhoso, mas estou me recuperando de uma leve cirurgia. Quero desejar a todas um grande evento, que seja um momento especial para cada uma de vocês. Aproveito a oportunidade para falar da importância da mulher, da nossa importância. Devemos reforçar, cada vez mais, a presença feminina no ambiente da construção civil, com nosso esforço, nossa garra, determinação e perseverança para ocupar o nosso espaço e também tomar decisões importantes e fazer acontecer".

PAINEL 1

Mulheres na Construção – Avanços e Desafios.
O que conquistamos até agora e quais barreiras ainda precisamos derrubar?

Participantes
- Michele Santos, Construjá
- Duanne Brumkhorst, Tambasa
- Kelly Meuci, Nicom
- Renata Uehara, Rede Center Okinalar
- Tábata Bandolin, Grupo Saint-Gobain
- Maria Isabel, Mix Representações
- Cristina Godoy, Pluzie
- Roberta Marques, Cobrecom

Quando olhamos para a evolução da presença feminina na construção civil, quais foram as principais conquistas que vocês consideram de maneira irreversível e quais ainda correm risco de retrocesso?

"A gente vem conquistando o nosso espaço dia após dia. Antes, o universo masculino era muito grande no segmento. E estas conquistas são irreversíveis, pois foi uma conquista nossa, foi de uma forma digna, equilibrada e com muito respeito, e isso estamos adquirindo graças aos nossos esforços e os homens enxergam isso e admiram o nosso trabalho, pois somos guerreiras", **Cristina Godoy**.

"O que ainda vemos nas empresas é a desigualdade salarial e as mulheres têm que ganhar pelo mérito e não pelo gênero. As mulheres vêm conquistando seu espaço e temos que manter e conquistar ainda mais. As mulheres fazem a diferença em todos os sentidos", **Roberta Marques**.

"Segundo dados recentes, o número das mulheres na construção civil está em 22%, e estamos conquistando ainda mais espaços e nada foi imposto, mas sim por respeito, muita dignidade e uma trilha muito bonita traçada por nós mulheres. Feliz por representar as mulheres em nosso segmento", **Duanne Brumkhorst**.

"Hoje nós temos políticas públicas e privadas incentivando as mulheres no mercado. E temos que aproveitar as oportunidades para ocupar, ainda mais, os espaços", **Maria Isabel**.

Na construção civil, temos a participação majoritariamente masculina, o que é preciso fazer para que as mulheres não sejam vistas apenas como exceções?

"A tecnologia é um papel muito importante na construção civil, e à medida que trazemos esta tecnologia para o canteiro de obras, também conseguimos trazer as mulheres. Na parte de projetos e escritórios, a mulher já é uma realidade no segmento. Eu tenho na empresa uma equipe de 30 pessoas e apenas 30% são homens. Isso não é uma questão de escolha, mas sim pessoas que atenderam todos os requisitos no processo seletivo. Mas quando você vai para o canteiro de obras, você ainda tem ainda a predominâcia da força e aí o homem leva vantagem. Mas, como disse, a tecnologia está diminuindo este gap", **Tabata Bandolin**.

DADO INTERESSANTE:
Sabiam que os homens têm 4 milhões de neurônios a mais do que as mulheres?

Onde estão alocados estes neurônios? Nos músculos, por isso, por mais que tentamos, não vamos conseguir realizar algumas tarefas que exigem força física.

"Os desafios que temos é vencer os preconceitos dos homens principalmente na área de vendas,onde atuo, e precisamos deixar de lado a insegurança, não se fazer de vítima e se posicionar sempre", **Renata Uehara**.

Os desafios que muitas mulheres enfrentam e que não são colocados abertamente.

"O meu maior desafio é a questão familiar, lidar no dia a dia com as tarefas da casa, cuidar dos filhos e ter bom desempenho no trabalho", **Renata Uehara**.

"A gente já levanta de manhã com desafios e é isso que nos impulsiona. Nossa jornada é encarar tudo, como cuidar da casa, cuidar das vendas, treinamentos e isso é coisa da mulher e temos a necessidade de fazer bem feito o que é típico das mulheres", **Kelly Meuci**.

"Nós ainda temos muito medo de impor nossas opiniões no ambiente de trabalho, mas estamos ganhando confiança em nós mesmas e vamos superando os desafios", **Michele Santos**.

PAINEL 2

Liderança Feminina nos Negócios – O nosso diferencial.

O que torna as mulheres líderes únicas no setor? Casos de sucesso e estratégias.

Participantes

- Duanne Brumkhorst, Tambasa
- Roberta Marques, Cobrecom
- Maria Isabel, Mix Representações
- Flavia Sá, Tintas MC
- Renata Uehara, Rede Okinalar
- Daiane Soares, Center Mega
- Tabata Bandolin, Grupo Saint-Gobain
- Patricia Giovanini, Cimemprimo Distribuidora
- Karen Santos, Adere

O que a liderança feminina tem de único que gera impacto positivo nos negócios e na cultura das empresas, especialmente no setor da construção?

"Não tem como negar que o setor é primordialmente masculino e tem a máximo de que: quem está de fora vê melhor. E por mais que a gente está dentro e com espaço, muitos não enxergam a mulher fazendo parte do negócio. A nossa participação é especial, damos um tchan, um diferencial especial, algo que eles não veem e não tem e isso é o diferencial", **Daiane Soares**.

"Existe a visão do túnel e a visão da gente. Para quem não conhece este ditado, a visão do túnel é a do homem, muito focada, enquanto a visão da mulher é mais abrangente. Nós mulheres temos esta visão e consegue fazer um monte de coisa ao mesmo tempo, mas não podemos deixar de exaltar a visão focada do homem e tudo bem, porque temos outras características boas e não acho ruim quando um homem desacredita na gente no primeiro contato profissional. Nestas ocasiões, aproveito para demonstrar todo o conhecimento do assunto que no segundo contato já domino a situação e supero a expectativa dele", **Duane Brumkhorst**.

Diante disso, muito se fala sobre "soft skills" como diferencial da mulher na liderança. Mas além dessas habilidades, quais as competências e estratégias que fazem das mulheres líderes?

"Eu acredito que seja mais a empatia de entender melhor a situação do que o homem", **Daiane Soares**.

"É importante ter a visão de mercado diferenciada, pois é mais importante ter a visão de CPF e não apenas de CNPJ. Quando falamos de Soft Skills, na maioria das vezes, somos reconhecidas pelo nosso comportamento, e é importante quando somos subestimadas, o nosso conhecimento técnico, mesmo com a dupla jornada. Somos competentes e mostramos duas vezes mais a capacidade profissional", **Karen Santos**.

"A gente tem empatia e várias coisas pertinentes à mulher, que tem visão mais sistêmica do negócio e acabamos sendo mais agregadoras. Tem uma fator que nos diferencia muito dos homens: somos muito competitivas, mas não chegamos ao ponto de não dividir com outros o que fazemos de melhor, e o homem é mais competitivo e evita dividir com medo de perder seu cargo, insegurança. A mulher é mais rápida nas decisões e não se preocupa em dividir as funções", **Flávia Sá**.

O que você considera como principais desafios quando a mulher assume um cargo de liderança?

"Para mim, o desafio é se posicionar perante os interlocutores homens. Eu comecei a trabalhar na área de vendas na indústria do meu pai. Até que um dia ele chegou para mim e disse assume a área de vendas, antes administrada pelo meu irmão mais velho. Imagine eu, com 19 anos, assumir o cargo de um homem com 40 anos? Os compradores não acreditavam quando uma jovem ligava para falar de vendas e eu argumentava que era uma jovem que queria apreender com os mais velhos. A virada de chave foi quando eu resolve deixar de agir como homem e me assumir …", **Maria Isabel**.

"Eu acredito que o maior desafio é a resistência às mulheres, mas o embasamento de nossa fala vai resultar no sucesso. Pelo fato de termos o instinto materno, vai ser um diferencial para a sensibilidade no trato com as pessoas e no mundo moderno, o fruto do trabalho é o seu caminho". **Patricia Giovanini**.

"Tem uma parte dolorosa que quando olhamos para os números do mercado, somos praticamente 50% da média da gestão nos negócios, mas quando olhamos para as grandes corporações, as direções são praticamente masculinas. Temos as competências técnicas para liderar, mas talvez não tenhamos as estratégias certas para o mundo corporativo". **Roberta Marques**.



PAINEL 3

Inovação e Resistência – Os Bastidores do Mercado. Como as mulheres estão impulsionando mudanças e superando desafios na construção civil?

Participantes

- Duanne Brumkhorst, Tambasa
- Kelly Meuci, Nicom
- Daiane Panazzolo, Acquabios
- Karen Santos, Adere


Daiane Panazzolo
ACQUABIOS


Roberta Marques
COBRECOM

A construção civil ainda é vista predominante como um ambiente masculino. Como as mulheres estão vencendo estas barreiras?

"A gente tem que saber separar o trabalho bruto do trabalho intellectual. Tem serviços que não podem ser feitos por mulheres, pois exigem força bruta e aí temos que nos apegar às tecnologias. Algumas pesquisas indicam que a construção civil tende a crescer 60% na inovação e a empresa que tem homens e mulheres trabalhando a tendência é ter lucro acima de 15% em comparação com as empresas que não tem. Nós mulheres temos que estudar, pesquisar e estar sempre à frente do esperado pelos homens. A dupla jornada não é fácil, mas é o que nos faz mulher. O Gersinho (diretor de compras da Tambasa) diz que eu sou muito diferenciada, mas se não fosse assim, não estaria trabalhando com ele. Um dia ele me disse: nunca discuti tanto com uma mulher como estou discutindo com você… E isso é bom, pois mostra que estou me posicionando dentro da Tambasa", **Duanne Brumkhorst**.

"Quando a gente fala da força física em nosso segmento, o que me chama a atenção é o poder da mulher a se adaptar. Como estamos no ramo de pintura, destaco a presença das mulheres pintoras. Tem empresas que têm equipes só de mulheres para fazer a pintura de uma obra. O homem é necessário, pois coloca a lata de tinta no ombro, mas o detalhe da pintura, o fino acabamento são diferenciais das mulheres", **Karen Santos**.

Vocês já testemunharam ações que fizeram toda a diferença? Que ações foram estas?

"Hoje temos diferentes pontos de vista, e quando vou contratar uma pessoa eu tenho que ter a visão geral da empresa, seja de TI, vendas ou compras. Como trade, necessariamente quando tomo decisões eu estou fundamentada com todos os setores da empresa e isso se adquire com vivência", **Karen Santos**.

Se você tivesse um radar, como usaria para ter mais mulheres no setor da construção?

"Precisamos entender todo o processo, fazer cursos e trocar experiências, porque queremos crescer dentro da empresa. Sou compradora da Nicom e lá só temos compradoras e recebemos a missão do Sr. Hiroshi (dono da Loja Nicom) de comprar certo e ser humilde para aprender. Quando fui contratada pela Nicom meu não sabia nada e o Sr. Hiroshi me mandou circular pelos corredores e aprender tudo, inclusive escutando muito os fornecedores", **Kelly Meuci**.



"Agradeço ao grupo Revenda pela oportunidade de participar do Fórum de Mulheres 2025. O evento foi fundamental para discutir desafios e inovações no setor da construção civil, além de fortalecer a liderança feminina. Juntas, continuaremos a promover mudanças e a excelência no setor."
Karen Francisco
ADERE



"Este tema é fundamental, pois promove a igualdade de gênero e destaca a contribuição vital que as mulheres trazem para o setor. Eventos como este são cruciais para fomentar a diversidade e a inclusão, permitindo que mais vozes femininas sejam ouvidas e reconhecidas."
Cintia Assis, Coordenadora de Vendas Internas
COBRECOM


Duanne Brumkhorst
TAMBASA


Renata Uehara
REDE CENTER OKINALAR

"A mulher tem uma capacidade muito grande de manipular, embora, às vezes, seja manipulada. Gostaria de saber que tipo de liderança eu estou exercendo, porque posso ser uma líder para as pessoas, mas posso passar para outras pessoas este desenvolvimento. Sou CEO da Acquabios, onde temos 150 mulheres trabalhando na produção, e preciso de pessoas que possam desenvolver o trabalho quando eu não estiver mais na cadeira de CEO. Como preparo estas pessoas? Elas estarão preparadas para ocupar postos maiores e pensar onde querem chegar. No meu ponto de vista acho que temos que avançar muito", **Daiane Panazzolo**.

PAINEL 4

Histórias que Inspiram – Coragem, Superação e Conquistas.

Relatos reais de mulheres que abriram caminho pasra a nova geração.

Participantes

- Flavia Sá, Tintas MC
- Luciana Martins, Construvip
- Michele Santos, Construjá
- Daiane Soares, Center Mega
- Daniela Carvalho, Galo Desempenadeiras
- Gisele Barreto, Sika
- Cristina Godoi, Pluzie



"Foi uma honra participar pelo terceiro ano consecutivo dos painéis do Fórum das Mulheres na Construção. Um evento enriquecedor que fortalece o setor e promove conexões valiosas. Agradeço à Revista Revenda pelo convite e pela oportunidade de fazer parte desse momento!"

Daniela Carvalho, CEO da GALO DESEMPENADEIRAS

Se pudesse voltar ao início da carreira, qual o conselho que você se daria?

"Persistência está na natureza da mulher e cada uma tem a sua própria característica. Às vezes, precisamos desenvolver estratégias para ter sucesso neste universo. Homem e mulher se completam, mas o homem tem visão focada, enquanto a mulher tem visão periférica, mais de colher frutos e vamos nos desenvolver ao longo do tempo e fazer sobressair. Eu diria para a Gisele, lá atrás, para não desistir que vai valer a pena cada choro, cada lágrima. Vim para São Paulo de mala e cuia com a milha filha pequena, mas sabia que tudo isso iria valer a pena", **Gisele Barreto**.

"Cada uma de nós tem o seu início no trabalho marcado pela superação e eu, também, diria para a jovem Cristina não desistir. Desde o tempo em que sonhava conquistar alguma coisa eu tinha em mente humildade e honestidade. Eu construi uma empresa que, para mim, é a maior de todas com 200 funcionários, sendo 70% composto por mulheres eu cuido da administração, trabalho de campo em todo o Brasil e admiro muito o trabalho de cada mulher que está na minha empresa porque não desistem", **Cristina Godoi**.

"Todo mundo sente insegurança no início da carreira profissional. Estou em uma empresa familiar onde todos os homens são homens e por mérito próprio cheguei a uma posição de commando. Então, um dos meus grandes medos era ser sombra, porque tenho na empresa pai e irmão na diretoria. Durante muito tempo eu ficava com este medo. Mas um dia meu pai falou para mim: o sol brilha para todo mundo, vai buscar o seu. Isso foi um ponto de virada e passei a acreditar muito. Hoje na empresa temos cerca de 800 mulheres trabalhando diretamente, fora as franqueadas, e durante um evento recebi muitos elogios das participantes o que me deixou muito orgulhosa de ser inspiração para muitas mulheres", **Flavia Sá**.

"Estou administrando uma loja de materiais de construção familiar há 30 anos e o meu público é formado por pedreiros, carpiteiros, eletricistas , ou seja: predominente masculino. Mas gosto muito de dizer que o lugar da mulher é onde ela quiser, uma frase que me marcou muito. Tinha tudo para não continuar no comércio e ouvi do meu próprio pai que este ramo não era apropriado para mulher, mas meu irmão seguiu outro caminho e eu assumi. Aconteceu, várias vezes, de clientes querer falar com o gerente e quando eu aparecia eles insistiam em querer falar com o gerente… Depois que demonstrava segurança, tudo mudava. O caminho não é fácil, mas a chama tem que estar dentro de você. Para mim, gênero não vai ser divisor de águas para fazer ou não fazer, é a chama interna que vai decidir", **Luciana Martins**.



Michele Santos
CONSTRUJÁ



Kelly Meuci
NICOM

Quais foram as maiores conquistas que você celebrou e quais ainda quer celebrar?

"A gente sempre achou que éramos impostoras no segmento até que conseguimos equilibrar os pratinhos e ver que somos competentes. Entrei na Center Mega, também uma rede de lojas de materiais de construção familiar, há 10 anos para atuar na área de marketing e toda a diretoria era formada por homens e o meu maior desafio era me colocar. Tive que criar um departamento de marketing que não existia e se tive medo, foi com medo mesmo. Como estou lá há 10 anos, acho que consegui ter sucesso, foi uma satisfação muito grande e o que eu fiz valeu a pena e consegui multiplicar isso para toda a equipe", **Daiane Soares**.

"Quero agradecer ao Grupo Revenda pela oportunidade de participar, mais uma vez, do Fórum. Você semeou a minha jornada com muitas informações e caminhos a serem percorridos. Eu diria para a Daniela, lá atrás, é que fui escolhida para comandar minha empresa. A inteligência é do homem, mas a sabedoria vem do Senhor…", **Daniela Carvalho**.



"Participar do Fórum de Mulheres da Revista Revenda foi transformador! Compartilhar minha jornada e aprender com mulheres incríveis do setor reforçou minha missão: representar com excelência e inspirar outras a conquistarem seu espaço nos negócios."

Maria Isabel
MIX REPRESENTAÇÕES

Se pudesse deixar um legado para a próxima geração, qual seria a sua marca?

"Há 20 anos, quando comecei, tinha um ambiente só de homens, mas quando entrei para trabalhar no departamento de compras da empresa, o número de mulheres não preenchia uma mão. Olhava para aquela situação e pensava: como vou conversar com este pessoal? Mas tive que ser eu mesma e aceitar o desafio. Eu sabia que os homens falam muito de mulheres e de futebol, então resolvi me especializar em futebol… Para esta nova geração, é para que confrontem opiniões quando estiverem seguras do que querem. A gente pode muito mais do que conseguimos até agora", **Michele Santos**.



"Participar do Fórum das Mulheres a cada ano é uma experiência enriquecedora e repleta de aprendizado. Estar ao lado de mulheres fortes e determinadas, que lutam por seu espaço em um setor ainda predominante masculino, é inspirador. Compartilhar conhecimento e vivências com aquelas que também buscam o seu lugar nos dá a gratificante sensação de dever cumprido. A cada edição, somos impactados por histórias reais e inspiradora, vivenciadas por todos nós que presenciamos esse grande evento. O Fórum de Mulheres promovido pela Revenda tem ganhado uma importância cada vez maior, promovendo conhecimento e fortalecendo a mensagem de que as mulheres podem e devem ser o que quiserem, sem medo de buscar a felicidade e a realização profissional."

Cristina Godoi, PLUZIE



"Foi uma grande alegria palestrar no 3º Fórum da Mulher na Construção Civil, promovido pelo Grupo Revenda. Estar entre tantas mulheres inspiradoras, compartilhando experiências, reforça o quanto nossa força transforma o setor. Eventos assim impulsionam a equidade e criam mais oportunidades para todas!"

Gisele Barreto, Gerente Nacional SIKA

PAINEL 5

O Futuro da Mulher na Construção – Para onde vamos? Tendências e oportunidades para o crescimento feminino no setor.

Participantes

- Luciana Martins, Construvip
- Kelly Meuci, Nicom
- Karen Santos, Adere
- Patricia Giovanini, Cimimprimo
- Daiane Panazzolo, Acquabios
- Daniele Carvalho, Galo Desempenadeiras
- Gisele Barreto, Sika

Quais as tendências que poderão acelerar a presença da mulher na construção civil?

"A presença do público feminino vai contribuir muito para o crescimento do matcon. Em nossa empresa, temos um grupo feminino com uma gestora dentro da operação, que está fazendo uma revolução dentro da Cimemprimo. É o público feminino é que traz o sucesso que estamos tendo e a certeza de que o caminho será a composição seletiva onde poderemos combinar o conhecimento com a inteligência para suprir as desigualdades. Temos que dividir todas as tarefas, inclusive dentro dos nossos lares para podermos crescer, evoluir e ter sucesso, precisamos de tempo", **Patricia Giovanini**.

"Transformação de realidade. Os bastidores não são tão bonitos como estamos debatendo. Quando você conversa com qualquer construtor existe um problema grande hoje que é a falta de mão de obra. E o que fazer para aumentar isso? Eu sempre levo para a mesa de debates na empresa a ideia de contratar mais mulheres. Todas nós precisamos avançar sobre o

MARGIRIUS®

Interruptores e tomadas residenciais





Proteção





Acessórios elétricos





@margirius

margirius.com.br

Telefone/SAC:
0800 707 3262

Telefone: 55 19 3589-5000
comercial@margirius.com.br


Daiane Soares
CENTER MEGA


Flavia Sá
TINTAS MC



"Quando falamos, organizamos melhor nossos próprios pensamentos. E quando conversamos, temos a chance de enxergar a perspectiva do outro. Para mim, isso resume o que vivemos no 3º Fórum Mulheres na Construção, da Revista Revenda. Tivemos um espaço aberto para compartilhar nossa realidade e ouvir relatos honestos e espontâneos sobre os desafios que enfrentamos no mercado de trabalho. E eu sempre gosto de lembrar: alguns desses desafios são internos — e talvez por isso, os mais difíceis de encarar. Mas são exatamente esses que merecem ser discutidos, acolhidos e transformados."

Tábata Eberl Bandolin, Gerente Trade Marketing na Divisão de Produtos para Construção da SAINT-GOBAIN DO BRASIL

que acontece em nosso setor e como levar as mulheres para as obras? Precisamos formar mais profissionais mulheres e mudar a mentalidade das pessoas e provar que a mulher tem uma visão diferente dentro da obra", **Daniela Carvalho**.

"As mulheres são muito mais capazes do que imaginam. Eu, por exemplo, sou compradora de Ferramentas na Nicom, um segmento totalmente masculino, e foi um desafio que aceitei e está dando certo. Mulher é muito detalhista e isso é um fator muito positivo", **Kelly Meuci**.

"É extremamente importante esta visão do masculino e do feminino. Enquanto o homem, em uma venda, vai ser direto, a mulher vai procurar acrescentar outros produtos que complementarão a venda por ser mais detalhista. A nossa força está na nossa mente e podemos fazer a diferença", **Gisele Barreto**.

Vamos imaginar como será o mundo da construção em 2035? Quais conquistas estaremos celebrando?

"Acho que não iremos mais discutir as questões homem x mulher. Isso será o maior avanço em nossas pautas. Todas as tendências e oportunidades são nossas, em qualquer área, seja na Inteligência Artificial, Eficiência de Dados, espero que em 10 anos tenhamos pautas que oxigenem as nossas vidas, porque aí sim o nosso salto terá sido gigantesco", **Daiane Panazzolo**.

"O mundo está completamente diferente do que era no passado com relação à familia, amizade e trabalho. Os nossos maiores entraves hoje são as leis trabalhistas, que atrasam muito o crescimento do setor. Então espero que em 10 anos as nossas leis sejam mais justas e não vejo continuar discutindo estes mesmos temas no futuro", **Luciana Martins**.

www.adere.com

FITA CREPE PREMIUM COM
FILME ELETROSTÁTICO

LANÇAMENTO

IDEAL PARA PROTEÇÃO DE MÓVEIS E SUPERFÍCIES

✓ PROTEGE CONTRA POEIRA E RESPINGOS DE TINTA

✓ REDUZ O TEMPO DE LIMPEZA

2em1 FITA CREPE + PLÁSTICO

REMOÇÃO LIMPA E FÁCIL

RESISTE A 14 DIAS APLICADA

PROTEÇÃO #QUE ADERE!

Saiba mais, sobre o LANÇAMENTO

TAMANHO DISPONÍVEIS:
45cm x 20m
90cm x 20m
1,5m x 20m
2,4m x 20m

Soluções completas ADERE para pintura: qualidade e inovação para profissionais e revendedores.

ADERE
Colou, tá colado.





PatriciaGiovanini
CIMIMPRIMO



Priscilia Queiróz



Luciana Martins
CONSTRUVIP

TÉCNICAS DE VENDA

O 3º Fórum de Mulheres na Construção foi encerrado com a palestra de Priscilia Queiroz sobre Treinamento de Vendas de Alto Impacto.

A palestrante abordou temas como técnicas de persuasão, negociação e fechamento que fazem a diferença no mercado da construção.

SORTEIO

Durante o evento, foi realizado o sorteio de um kit especial oferecido pela Saint-Gobain, e a vencedora foi Hermínia Silva Eguez Galvez, do Varejão de Ferragens Hotaru/Center Okinalar.







POR ROBERTO FERREIRA

LÁ VEM ELAS!

Nas últimas décadas, o empreendedorismo feminino tem ganhado destaque no Brasil, refletindo a luta constante pela igualdade de gênero e pela conquista de mais espaço no mercado de trabalho. De acordo com dados do Governo Federal, no fim do primeiro quadrimestre de 2024, o Brasil registrou 21,7 milhões de empresas ativas, com o setor feminino crescendo a passos largos. No entanto, as mulheres ainda enfrentam desafios significativos, como a desigualdade salarial e a baixa representação em posições de liderança.

O Brasil está reduzindo a disparidade salarial entre homens e mulheres ao longo das últimas décadas — de um dos maiores índices da América Latina nos anos 1990 para uma diferença de 29% —, mas o cenário ainda é desafiador. As mulheres empreendedoras e autônomas, por exemplo, ganham em média 20% a menos que seus colegas homens, uma disparidade considerável, especialmente quando se leva em conta que as mulheres, em média, possuem mais anos de escolaridade do que os homens.

Além disso, embora o Brasil esteja entre os 10 países com o maior número de empreendedoras no mundo, segundo o estudo Global Entrepreneurship Monitor 2021, as mulheres continuam sub-representadas nas posições de liderança. Elas ocupam apenas 17% dos cargos de presidência em empresas no país, refletindo uma clara desigualdade de gênero no topo das organizações.

A trajetória dessas mulheres reflete o potencial do empreendedorismo feminino como força motriz na economia brasileira. Porém, a luta por mais igualdade e equidade no mercado de trabalho e nos negócios continua sendo um desafio, e as histórias de superação dessas empreendedoras são a prova de que, embora o caminho ainda seja longo, o futuro promete um cenário cada vez mais inclusivo e plural.

EXEMPLOS

O setor da construção, antes reconhecidamente como ambiente machista, está evoluindo e muitas mulheres ocupam cargos de comando, com excelente desempenho.

A revista Revenda mostra a trajetória, a rotina e os desafios de algumas das principais executivas do nosso segmento:



ASTRA
ANA OLIVA BOLOGNA
Presidente do Conselho da Astra/Japi

Difícil acompanhar o ritmo da empresária Ana Oliva Bologna, presidente do Conselho das empresas Astra e Japi. Seu dia começa bem cedo. Normalmente, acorda por volta das 4h10 para fazer sua dose diária de exercício, antes de os filhos acordarem. "Tenho uma bike de spinning em casa, o que facilita muito. Muitas vezes, enquanto estou treinando indoor, acabo trabalhando. Portanto, não se assustem se eu responder comentários de Instagram e Linkedin às 5h00 da manhã. Faço questão de olhar todos e responder pessoalmente", diz Ana.

Depois da dose de endorfina, Ana toma café da manhã com os filhos às 6h00, leva-os à escola na cidade de Jundiaí, próxima de sua casa, e, por volta das 8h30, está no escritório da empresa, "pronta para uma rotina extremamente cheia e diversificada. Sou bem 'intensa' em tudo o que eu faço e no trabalho não é diferente. Estou sempre conectada e disponível, em qualquer lugar que estiver, sendo acessível para me comunicar a qualquer dia, a qualquer hora. No jargão empresarial, sou a típica 24 x 7. Porém, quando estou com meus filhos, minha atenção é toda deles. Sou uma mãe - e esposa - presente, participo ativamente da vida dos meus filhos, mas sempre ligada para conseguir dar conta de toda a minha rotina, que é uma demanda "pesada" em termos profissionais".

Para ganhar tempo, normalmente almoça no escritório quando aproveita para, também, resolver alguma pendência com as equipes ligadas diretamente com ela. Sob seu guarda-chuva, trabalham cerca de 2.238 colaboradores na Astra e 372 na Japi, e atualmente, na Astra, as mulheres representam 38,5% da força de trabalho. "Mas temos a meta de sermos 40% mulheres, ainda que a indústria da construção seja, historicamente, muito masculina".

Ana reforça que as mulheres estão conquistando mais espaço em todos os mercados, incluindo o da construção. "Vejo isso como uma oportunidade para trazer uma nova perspectiva ao setor. Acredito que a diversidade é fundamental para a inovação e o crescimento e criar um ambiente de trabalho inclusivo, onde todos se sintam valorizados e ouvidos, é uma prioridade para mim".

Ana Bologna teve uma educação muito empoderadora desde criança, promovida pelo seu avô, fundador das empresas que administra e, talvez por isso, não tenha se sentido inferior por ser mulher. "Obviamente, esta não é uma realidade para todas as mulheres. Mas, acredito que mulher é potência: somos multifacetadas, somos "polvo", fazemos muitas coisas ao mesmo tempo. Chegamos às 8h00 no escritório já tendo feito um monte de outras tarefas em casa, por exemplo", explica.

Mas nem tudo foi maravilha na vida profissional de Ana. "No princípio da minha carreira, por exemplo, quando trabalhava no mercado financeiro, eu era a única mulher na mesa de operações da BM&F. Certa vez, tivemos um problema com uma operação e, diante desta situação, a reação do meu chefe não foi a mais apropriada. Apesar de estar super chateada, com um nó na garganta, para ser bem sincera, me segurei para não chorar".

Hoje em cargo de liderança, Ana pode ter um olhar diferenciado na empresa, justamente por ser mulher e mãe. "E muitos projetos foram realizados justamente por estes fatos. Dentre eles, o Projeto Renascer (que é um projeto voltado para famílias, especialmente mães), que contempla as licenças maternidade e paternidade estendidas, a sala de lactação, o apoio psicológico durante a gestação, no pós-parto e retorno ao trabalho, o kit bebê e a Bloom Care (aplicativo de apoio parental, para apoiar famílias com filhos). Acredito que precisamos dar condições para todos exercerem suas funções em seu pleno potencial".

"Sempre digo que sou mãe, esposa, empresária e esportista. Já fui triatleta. A ordem não é proposital. A questão é o conjunto, como os mandamentos divinos: todos são importantes. Costumo dizer que vivo a metáfora do "equilíbrio dos pratinhos" e, para mim, a chave está na disciplina. Exercitei muito a disciplina e a resiliência na época de triatleta (foi bicampeã do Ironman Brasil, nos anos de 2011 e 2012, sendo recordista em 2011), mas lido com o esporte como tudo na vida. Já fui recordista do amador feminino do Ironman Brasil, em Florianópolis, já participei de cinco provas de Ironman, sendo duas delas no mundial - no Hawaii - e hoje, apesar de não praticar mais esporte de forma competitiva, ainda tenho uma rotina de treinamento. Atualmente pratico corrida, musculação, bike indoor e surf (e sinto falta da natação). E costumo dizer que o surf está sendo um dos maiores desafios da minha vida esportiva, pois é uma atividade que me desafia. O segredo para conseguir dar conta de tudo remete sempre à metáfora dos pratinhos: equilibrar tudo na rotina, colocar prioridade e ter disciplina. Eis a dica, que vem do esporte também: "o mundo será dos amadores - daqueles que amam o que fazem."

PLUZIE
CRISTINA GODOI
Diretora Comercial da Pluzie

Empresária, mãe e atleta. Formada em Administração de Empresas com pós em Marketing.



A empresária Cristina Godoi, diretora Comercial da Pluzie, costuma dizer que tem duas rotinas: "Quando estou em Leme, cidade do interior do estado de São Paulo, onde está localizada a Pluzie, chego na empresa por volta das 7h30 e já participo de muitas reuniões com as equipes comercial, industrial e fornecedores para alinharmos tudo e acertar detalhes dos dias que estarei

ausente. Volto para casa por volta das 18h00 e janto com meu filho. A outra é quando estou viajando, quando geralmente acordo às 5h30, tomo café da manhã reforçado, pois vou para o campo com os representantes da empresa. O dia se encerra por volta das 20h00".

Cristina é responsável por toda a empresa. "Sob a minha gestão hoje são 250 funcionários, sendo 70% mulheres, e 120 representantes comerciais entre homens e mulheres. Tenho uma excelente equipe de gerentes, supervisores e encarregados que fazem a diferença, principalmente quando estou fora da empresa, às vezes até seis dias".

Uma das coisas que não abre mão é almoçar no refeitório da empresa quando aproveita para conversar com os funcionários. "Também tenho o hábito de ligar para alguns clientes para saber sobre o mercado". Mas do que gosta mesmo é de sentir presencialmente o mercado. "Geralmente, fico seis dias fora, retorno, fico dois dias na empresa e volto novamente para fazer o trabalho de campo. Tem meses que faço até quatro estados diferentes, mas é essa rotina que eu gosto".

Sua carreira profissional desde o inicio foi muito pautada pelo respeito e admirações de todos que trabalham ela "e também dos profissionais do mercado, com os quais temos um excelente relacionamento. Por ser mulher, e viajar bastante, vejo que os profissionais que conheço têm muita admiração pela profissional que sou no mercado e isso me faz sentir feliz no que faço. Respeito e admiração você conquista", pondera.

Separada e com um filho de 15 anos, talvez essa seja a tarefa mais difícil da empresária, pois tem que compensar a sua ausência, quando viajando a trabalho, dedicando mais tempo quando está presente. "Aí, acordo às 5h30 preparo o café dele, depois levo para a escola e vou trabalhar, o que não é nenhum sacrifício, pois aproveitamos muito esse momento. O mas o difícil é saber que ele está doente e você não está com ele, ou um trabalho da escola que não posso ajudá-lo, e sem falar das programações da escola que na maioria delas não estou presente. Sei que minha profissão tem o ônus e bônus, por isso não me culpo muito, sempre coloquei para meu filho a importância do meu trabalho e o quanto me sinto realizada. Acho que só o tempo pra dizer se estou certa ou errada, mas nós dois somos felizes e isso é o que me importa nesse momento. Sou uma pessoa muito família e de poucos amigos, procuro ter minha família sempre perto de mim, quando estou em Leme fazemos programa em família sem se preocupar com tempo, curtimos o momento".

Fora do trabalho, Cristina enfatiza que é mãe, empresária e atleta. "Gosto de cuidar de mim, da minha saúde, isso eu não abro mão. Onde quer que eu esteja, sempre me programo para fazer exercícios físicos, mas o que mais amo é a corrida. Sou maratonista e também ultramaratonista e me programo para participar das provas de corridas que coloco no meu foco ao longo do ano".

E filosofia: "O tempo é você que faz, por isso sempre faço o que gosto e sempre encontro tempo na minha rotina".

Cristina concorda que as mulheres estão cada vez mais conquistando seu espaço em todos os universos, e no segmento da construção não é diferente: "O mais bacana é que temos o apoio da maioria dos homens. Hoje, as grandes empresas estão entendendo que a mulher veio para ficar e fazer a diferença dentro das organizações, e isso vem ajudando a conquistar nosso espaço e o respeito de todos. Como eu sempre digo: a mulher pode ser o que ela quiser e estamos provando isso".

VEDACIT
MARIANA MANIERI

Diretora Comercial da Vedacit



Com uma experiência de mais de 20 anos em vendas, key accounts, trade marketing e customer marketing, Mariana Manieri assumiu o desafio de desenvolver, criar e implementar estratégias de vendas alinhadas aos objetivos da Vedacit, liderando o time comercial.

A executiva é graduada em marketing pela Faculdade Cásper Líbero, com pós-graduação pela London School of Marketing. Na Vedacit, Mariana fica à frente das sete regionais de vendas recentemente reorganizadas, bem como as áreas de Trade Marketing, Inteligência Comercial e Pricing, reportando-se diretamente ao presidente, Maurício Harger. Sua chegada, em agosto de 2024, marcou uma nova fase na estratégia comercial da empresa, que visa fortalecer a marca em todas as regiões do Brasil.

"Sou casada, tenho 2 filhos (Theo, cinco anos e Caio, um ano) e um enteado de 15 anos, o Heitor. Ele não mora junto, mas passa todas as férias escolares em casa. Temos uma rotina familiar bem definida, o que ajuda bastante no planejamento. Tenho um super parceiro de vida que é o meu marido. Sem o seu suporte, respeito e colaboração, não estaria onde estou hoje. Compartilhamos valores, visão de futuro, respeito e admiração mútua. Sei que posso contar com ele em qualquer momento. Todas as vezes que viajo, é ele quem fica com as crianças. Além disso, tenho uma colaboradora do lar que me ajuda com o bebê e nas tarefas de casa do dia a dia. Também temos uma faxineira 1x por semana".

O dia de Mariana começa bem cedo, às 5h00. "Medito e faço yoga pelo menos 3x por semana por 10m. Logo em seguida, aproveito o momento da manhã para me conectar com o marido e filhos. Preparo o café com o meu marido e, se não estou viajando a trabalho, sou eu quem leva o Theo para a escola. De lá vou para a Vedacit. Já no caminho aproveito para fazer ligações de status e follow ups com meu time direto. Tanto para ir para o trabalho como para voltar, eu demoro uma hora, portanto otimizo esse tempo. Chego por volta das 9h00 no escritório e saio às 18h30".

Mas o dia está longe de terminar. "Como chego em casa às 19h30, vou correndo colocar o meu filho menor para dormir, enquanto o meu marido coloca o maior. Janto com o marido, colocamos a conversa em dia. Antes de dormir procuro fazer alguma leitura ou assistir televisão e cama, por volta das 21h30, pois o dia seguinte será novamente intenso."

Atualmente, sob seu guarda-chuvas trabalham 200 pessoas da área comercial, contemplando o time de vendas, Trade Marketing, Pricing, Inteligência Comercial e Merchandising. São 101 homens e 99 mulheres."Mas as mulheres estão crescendo…"

No início da sua carreira, aos 21 anos, na área de vendas, Mariana sofreu alguns preconceitos. "Há 20 anos,



essa área era bem mais masculina. Na regional comercial na qual eu trabalhava éramos somente duas mulheres. Na época eu procurava não pensar sobre isso. Algumas coisas aconteciam, mas eu preferia ignorá-las. Fazendo uma autoanálise, descobri que na verdade eu me blindava inconscientemente de diversas formas. Não falava a minha idade, achava que além de não me verem como uma profissional mais madura, poderia despertar piadinhas. Também não usava saia, além do meu batom vermelho ficar no armário de segunda à sexta. Tinha medo e essas foram as alternativas que eu criei comigo mesmo para ser mais respeitada. Hoje, você acha que o meu batom vermelho está onde? Não sai da minha boca!

Acredito que essa blindagem não foi a melhor maneira de lidar com a situação, mas, naquele momento, era o que pensava ser certo. Se eu pudesse voltar no tempo, faria diferente. Traria à tona exatamente quem eu sou, sem me esconder em estereótipos machistas para ser aceita. As salas predominantemente masculinas não me amedrontam mais há muitos anos e me sinto fortalecida com as experiências que aprendi".

Desde pequena, a executiva sabia que queria ter uma família, casar, filhos e uma carreira que pudesse progredir.

"Tudo o que eu consegui profissional e pessoalmente foi fruto de mérito, planejamento, reflexão, erros e acertos. A idade me reforçou que sozinha não vamos a lugar nenhum. A jornada acompanhada da família e de amigos faz toda a diferença. Equilibrar os diversos pratos da vida não é fácil, não estou romantizando. Mas é possível ter filhos e continuar trabalhando, desde que você tenha uma boa rede de apoio, seja ela qual for ", diz.

Culpa? Não viu o filho porque teve que viajar, não deu aquela atenção a sua família e amigos como gostaria? "Mas aprendi a trabalhar com esse sentimento, pois sei que dou o melhor do meu tempo para cada parte que é importante para mim. Terão momentos que serão necessários focar em alguma área específica, tudo bem. Aceite e não deixe as demais abandonadas".

Quando está em casa com as crianças e marido, Mariana procura focar em estar presente com eles, sem o celular por perto. "Claro que se estou no fechamento comercial do mês, ou tenho temas urgentes, eu acabo utilizando o celular. Nas férias eu procuro delegar. É um momento importante para desenvolver o time também. Aos finais de semana, aproveito o cochilo do bebê pela manhã para treinar musculação".

Mariana vê uma evolução na presença feminina no mundo da construção. "Mas ainda há um caminho longo a perseguirmos. Se analisarmos o Relatório Global de Desigualdade de Gênero de 2023 do Fórum Econômico Mundial, serão necessários 131 anos para eliminar as desigualdades de gênero em geral. Especificamente no que diz respeito à participação econômica e oportunidades, a previsão é de que a paridade seja alcançada em 169 anos…"

VIAPOL
CARLA CUNHA

Diretora Comercial e Marketing da Viapol



A rotina de Carla Cunha na Viapol é bastante intensa. "Exerço a função de Diretora de Vendas & Marketing, o que requer muita organização, disciplina e, claro, energia. Em minha agenda semanal, divido meus compromissos entre viagens de negócios para visitar diversos clientes em todo o Brasil, bem como reuniões presenciais com a equipe no nosso escritório em São Paulo e algumas reuniões em Caçapava, onde se encontra a nossa fábrica. Atualmente, minha agenda é organizada conforme a demanda da equipe e dos clientes, para que possamos sempre oferecer o melhor aos nossos parceiros", diz.

Sob o guarda-chuvas de Cunha, trabalham cerca de 35 pessoas entre os times de Vendas e Marketing, que são colaboradores diretos, mais 140 representantes de vendas, chegando a um total de 175 pessoas. Considerando colaboradores e representantes comerciais, e cerca de 70% são do sexo masculino. "Estamos trabalhando para alcançar um equilíbrio maior entre homens e mulheres, mas ainda há uma oferta menor de profissionais do sexo feminino em relação ao masculino".

O bom humor de Cunha foi fundamental para que não sofresse situações desconfortáveis em sua carreira profissional. "Duas habilidades emocionais sempre me ajudaram muito a lidar com situações desafiadoras. A primeira é o bom humor; a segunda, a autoconfiança. Aprendi com o tempo a não levar tão a sério pessoas preconceituosas, pois, afinal, o preconceito reflete as deficiências de conhecimento de quem o pratica, seja por classe, sexo, cor ou qualquer outra razão, e não diz nada sobre quem é alvo. Eu diria que foram algumas dezenas de situações em que fui confrontada por ser mulher, mas que serviram de aprendizado sobre como não agir com o próximo e, de certa forma, me tornaram mais resiliente, contribuindo para a profissional que me tornei. Na Viapol, posso afirmar que minha dedicação e meu foco em resultados foram as principais habilidades que me ajudaram a alcançar o cargo de diretora. Respeito e diversidade são valores fundamentais em nossa companhia", detalha com orgulho.

Solteira, Carla Cunha pode se dedicar integralmente ao trabalho, sem deixar de cuidar da saúde: "Tenho a sorte de trabalhar em uma empresa que entende a importância da saúde na vida de um profissional. A Viapol reforça na cultura organizacional os valores '168', que são um lembrete de que só temos 168 horas em cada semana e que nunca teremos essas horas de volta. Portanto, todos nós temos a obrigação de usar o tempo limitado que nos foi dado para equilibrar saúde, família e trabalho", reforça.

A presença das mulheres no mundo da construção é exaltada pela executiva, bem diferente de quando começou. "Eu acredito que a presença da mulher em posições de liderança no segmento da construção ainda é tímida se comparada a outros setores. Porém, nos últimos anos, tenho observado uma transformação. Lembro-me de que, no meu início de carreira, há mais de 20 anos, nas salas de espera dos clientes ou até mesmo em eventos do setor, a presença de mulheres era muito baixa. Hoje, esse cenário vem mudando. Percebo muitas mulheres já na sucessão das lojas de materiais de construção, o que me deixa muito feliz".

A holding internacional RPM, multinacional à qual a Viapol pertence, acredita na diversidade e inclusão, e tem motivos para isso. "Possuímos uma Política Corporativa de D&I robusta, oferecendo vários programas de apoio a uma cultura diversificada, em que todos são bem-vindos. Nossos números já mostram um aumento considerável de mulheres na gestão. Isso é motivo de orgulho e celebração, pois fazemos parte de uma companhia que valoriza e reconhece o trabalho das mulheres no setor", finaliza.

SOPREMA
TAIS ABAMBRES

Diretora de Marketing e Desenvolvimento de Negócios do Grupo Soprema



Formada em marketing pela faculdade Mackenzie e MBA em negócios pela FGV, Taís Abambres já acumula 22 anos de carreira, sendo 20 anos no segmento químico e de materiais de construção, o que lhe confere ampla experiência em marketing, negócios e gestão geral para exercer o cargo de diretora de marketing e desenvolvimento de negócios no Grupo Soprema. Sob seu guarda-chuvas trabalham 38 pessoas, sendo 18 mulheres e 20 homens.

A organização é uma das virtudes de Tais. "Procuro organizar minha agenda das 9h00 às 18h00, mas isso não significa que, em muitas ocasiões, eu não precise estender a jornada. Para conciliar, costumo parar, dar o jantar para minha filha, participar da hora do sono dela e, depois, retomo às minhas atividades. As viagens e eventos fazem parte da rotina, e, nesses momentos, conto com o apoio da minha rede para equilibrar minha vida pessoal", diz.

Começando a trabalhar muito jovem em um ambiente predominente machista, Taís relata, com bom humor, algumas situações no início de sua carreira: "Lembro-me de me vestir como uma mulher mais velha para passar mais segurança através da minha imagem. Trabalhei, também, por 11 anos em uma multinacional indiana, a Pidilite, e, nos primeiros anos, eu não conseguia me enxergar em cargos mais elevados nessa empresa, principalmente por falta de referências. Eram pouquíssimas as mulheres em cargos de liderança. Porém, depois de alguns anos, acabei assumindo a posição de CEO no Brasil dessa mesma empresa.

Tive a oportunidade de me preparar para assumir a responsabilidade, estruturar uma equipe de alta performance e, junto do time, mudar a cultura e dobrar o resultado da empresa, o que demonstra que a limitação estava muito mais na minha cabeça. Assumi uma posição de liderança muito jovem, aos 21 anos. Não posso dizer que sofri preconceito por ser mulher no comando, mas, pela pouca idade, tive uma ou outra situação de desconfiança que soube contornar com maturidade e profissionalismo".

Divorciada, e com uma filha de cinco anos, Tais precisou montar um esquema especial para conciliar família e trabalho. " Há 8 anos, tomei a melhor decisão para conciliar a agenda: mudei para perto do escritório e ganhei qualidade de vida.

O tempo que ganho no deslocamento em São Paulo faz com que eu tenha mais tempo para estar presente na rotina da minha filha, para cuidar de mim e me dá muito mais disposição nos dias em que preciso esticar um pouco a rotina no escritório, pois sei que, em 15 minutos, chego em casa.

Agora, com a rotina de 4 sites diferentes, essa dinâmica ganhou um novo tempero, mas ainda assim estabeleci o escritório mais próximo de casa como o QG oficial".

Cuidar do corpo também faz parte da rotina de Tais que faz musculação de 3 a 4 vezes por semana." Hoje em dia, com a tecnologia ao nosso alcance o tempo todo, é necessário uma dose extra de disciplina para me desligar. O que busco fazer é estar presente no que estou fazendo, reservando momentos exclusivos para minha filha, minha família, amigos, e priorizando o que é mais importante no momento.

Nas férias, tento me desligar mais (nunca 100%) e prefiro tirar períodos curtos para conseguir cumprir esse objetivo", diz.

A executiva destaca a maior presença de mulheres em cargos de comando no segmento atualmente, bem diferente de quando começou. "Entendo que temos cada vez mais espaço, 20 anos atrás, a realidade era outra. E a presença de mais mulheres na alta gestão, é uma questão de tempo. Entendo que as mulheres conseguem trazer todo o pacote de soft skills de uma forma muito mais natural para os negócios, e isso contribui para um ambiente de trabalho mais dinâmico, criativo e empático, características fundamentais para negócios que prosperam através da colaboração dos times", finaliza.



SOCEL
SARAH C. BENNERT
Diretora Comercial e Marketing da Socel

Com mais de 20 anos de experiência no setor de material de construção liderando equipes multidiciplinares em estratégias de crescimento e fortalecimento de marcas, no setor de material de construção, Sarah C. Bennert é especializada em desenvolvimento de estratégias omnichannel e inovação da força de vendas, com MBA em Gestão empresarial pela FGV.

Comprometida em liderar estratégias que alinhem audácia, inovação e resultados, a executiva tem sob seu guarda-chuvas em torno de 65 pessoas, sendo 17 mulheres e 48 homens.

Sua rotina é marcada pela diversidade de tarefas e a necessidade de flexibilidade para atender as demandas em um mundo cada vez mais dinâmico e competitivo. "Minha agenda é divida nos compromissos internos e as viagens para visitar clientes. Quando estou na fábrica, início minhas atividades por volta das 8h00 e encerro por volta das 19h00. Em algumas ocasiões há a necessidade de reuniões on-line (treinamentos) que correm após as 19h00. O ponto crucial das atividades internas/fábrica é gestão do tempo, mantendo o equilíbrio entre as reuniões com os times, tarefas administrativas e tomada de decisões estratégicas para o negócio. Em geral, divido o meu mês intercalando entre estar presente na fábrica e as visitas de campo com o time de vendas. Em média passo duas semanas do mês na fábrica e duas semanas em viagens", explica.

A carreira professional de Sarah começou muito cedo, aos 19 anos "em um mundo predominantemente masculino e com uma presença quase inexistente de mulheres. Acredito que em função deste cenário, havia uma leve desconfiança em relação às minhas habilidades técnicas, afinal todos nós ficamos desconfortáveis com mudanças de padrões pré-estabelecidos". Mas destaca que, ao longo da sua carreira sempre foi respeitada pelos seus colegas de profissão, pelos times de vendas, gestores e, principalmente, pela empresa na qual trabalhou por quase 15 anos, onde não faziam distinção pelo sexo e sim pela meritocracia".

Manter uma rotina equilibrada entre a vida familiar e a gestão da empresa/viagens é um desafio significativo para Sarah, divorciada e sem filhos. Por isso, estabeleceu alguns limites como comunicação clara e transparente com a sua família e organização da rotina. "Alguns pontos são fundamentais como: bloqueio de datas importantes (aniversários etc.) que trato como compromisso inadiável, como se fosse uma reunião importante; automatização de processos e ter horas pré-definidas para desconectar do trabalho e ter atenção plena a sua família", diz.

Destaca o avanço da tecnologia "quando pode-se resolver praticamente tudo de qualquer lugar, mas é fundamental programar estabelecendo um equilíbrio, que é fundamental". Atualmente organiza as suas férias junto com as férias coletivas da fábrica, momento esse que todos estão com as suas atenções voltadas para as suas famílias. "Nestas ocasiões estabeleço horários para acessar e-mails, sistemas etc. e resolver pendências. Após esse período, desconecto para ter atenção plena para as minhas necessidades pessoais e família".

Sarah tem como compromisso fundamental a prática de atividade física "não apenas para a saúde física, mas também para o desempenho cognitivo. Em função da rotina entre a empresa/casa e viagens opto por atividades que consigo realizar em horários variados, como a musculação, corridas e treinos funcionais. Sempre considerei o exercício físico como um compromisso inadiável, como se fosse uma reunião em minha agenda, dessa forma tenho uma rotina regular nas primeiras horas da manhã (entre 5h30 e 6h00) o que me possibilita ser mais produtiva ao longo do dia, aumenta o meu nível de energia, concentração e capacidade de resolver problemas".

Mais mulheres ocupando cargos de comando nas empresas do segmento é, segundo Sarah, encorajador para outras mulheres. "O exemplo de mulheres em posições de destaque no setor vem inspirando outras a seguirem o mesmo caminho.



CONHECENDO NOVOS CAMINHOS





Cacá Esteves foi o MC do 1º Matcon Connect Sudeste

O Grupo Revenda realizou o primeiro MATCON SUDESTE no dia 18 de fevereiro, no Milenium Centro de Convenções, em São Paulo. Foi a primeira rodada de negócios envolvendo indústrias, atacadistas e lojistas da região Sudeste em uma imersão de conhecimentos sobre o mercado de materiais de construção.

A iniciativa visa fomentar o crescimento empresarial por meio de encontros estratégicos entre atacadistas e distribuidores, lojistas de médio e grande porte, e palestras que trarão dados e tendências do setor em questão.

Os convidados participaram de uma rodada de negócios com os representantes dos patrocinadores Disflex, Cobrecom, Empalux, Ferramentas São Romão, Plastilit e Socel. Durante 1 hora, os atacadistas e revendedores presentes se alternaram nas mesas com os produtos apresentados pelas empresas, tirando dúvidas e negociando boas condições para trabalhar com os produtos. E todos ficaram muito o satisfeitos!

Após a rodada de negócio, foi oferecido um coffee break, que ninguém é de ferro, e a segunda atividade do dia foi uma palestra de João Gonçalves, CEO da Essencial Consultoria, baseada em pesquisa setorial realizada pelo Grupo Revenda para fornecer uma visão abrangente sobre tendências, desafios, oportunidades e projeções do mercado, auxiliando os empresários a tomarem decisões que irão beneficiar seus negócios.

João Gonçalves iniciou sua palestra contando um pouco dos momentos importantes da indústria e comércio de materiais de construção, lembrando que a indústria até os anos 1990 dava das cartas em uma inflação galopante. "A indústria vendia para quem queria no preço que queria. Depois surgiu o Código de Defesa do Consumidor, que trouxe um pouco mais de responsabilidade para o negócio. Em 1994 surge o Plano Real realizado no governo Itamar Franco que estabilizou a economia, mas ao mesmo tempo surge a China, abrindo-se para o mundo, com seus 1,5 bilhão de habitantes, com seus produtos não tão confiáveis. Em 1997 as indústrias investem no mercado de materiais de construção e chega ao Brasil a Leroy Merlin, rede de home centers com um novo conceito de vendas e exposição de produtos, que em apenas cinco anos se tornou a maior rede do Brasil graças a sua competência. Em 2002, uma publicação foi muito feliz ao abordar a "ditadura do varejo" em todos os segmentos de









Empresas patrocinadoras realizaram rodadas de negócios com os lojsitas e atacadistas presentes

negócios, quando os comerciantes passaram a exigir condições boas para eles. A indústria acorda e passa a vender para o consumidor final. Os revendedores reagem e passam a reinvindicar treinamentos presenciais para os seus revendedores. Foi o primeiro grande passo para a boa relação entre indústria e comércio. A partir de 2013 o mercado oscilou muito por causa da inflação e tudo ia mais ou menos para o nosso segmento até que… veio a pandemia provocada pelo novo coronavírus. E os consumidores, obrigados a ficarem em casa por conta do distanciamento social, passaram a olhar com mais carinho para as suas casas e foram às compras. Foi um momento histórico nas vendas de materiais de construção. Passada a pandemia e o mundo voltando à normalidade, o mercado foi se ajeitando e atualmente está bom, se comparado aos números de antes da pandemia. Só que o mercado conheceu um novo consumidor: que compra de quem e onde ele quiser, muito mais antenado nas mídias sociais e internet e obrigou o nosso mercado a entender uma nova realidade".

Para João Gonçalves, a ideia foi trazer para discussão alguns pontos que são os mais citados durante nossas visitas aos lojistas e atacadistas brasileiros.

"Com base nestes pontos, organizamos uma enquete junto a estes atores e organizamos o Painel de acordo com as respostas que recebemos.

A participação dos lojistas, atacadistas e fornecedores foi bem interessante, estendendo consideravelmente o tempo destinado ao encontro – fato que mostra que, quando o tema é envolvente, a conversa rende.

As questões que mais geraram a intervenção dos participantes foram aquelas que consideramos as causas das grandes discussões comerciais: prazos logísticos; política comercial; venda direta e indireta; capacitação e inclusão digital.

Todos os temas foram amplamente discutidos e cada lado tentou defender as suas convicções através de fatos recentes e históricos, mas é consenso de que o comportamento do chamado "consumidor final" vem mudando ao longo dos últimos anos e é esse importante elo da cadeia que deve ser mais bem analisado.

Afinal de contas, se este consumidor quiser, ele pode importar diretamente produtos similares aos disponíveis no nosso mercado, escolher como pagar, definir como quer receber e ainda ter o privilégio de devolver o produto, caso não fique satisfeito com este.

Porém, se este mesmo consumidor tiver experiências encantadoras em lojas que ele visitar, certamente o desejo de substituição será menor, ainda que o custo seja compensador.

E foi esta a tônica da reunião. Como fazer para que toda a cadeia de matcon brasileira possa chegar até o consumidor, gerando lucro em todos os elos da corrente e satisfação para quem adquire o produto.

Considero que tenha sido uma experiência muito positiva para os participantes e agora vamos nos concentrar para tornar os próximos encontros ainda mais enriquecedores".

Eis alguns temas colocados na pesquisa e que provocaram respostas do mercado:

COMO A INDÚSTRIA PODE AUXILIAR O ATACADISTA/DISTRIBUIDOR NO SENTIDO DE EVITAR RUPTURAS OU EXCESSO NO SEU ESTOQUE?

- "O principal ponto que nos faz mantermos estoques altos ou termos rupturas é uma falta de visibilidade nos prazos de entrega de várias indústrias que, por vezes, entregam rápido e em outras levam muito tempo para entregar".
- "A comunicação é ponto fundamental, por exemplo quando a indústria vai trocar um software e não comunica de forma clara quais os possíveis riscos para o mercado".
- "Nosso ERP faz as sugestões de abastecimento conforme a demanda dos períodos anteriores. Porém não tem como prever eventuais anormalidades no mercado".
- "Ter um OTIF acima de 90% seria o diferencial para deixar bem azeitado o Sell in X Sell out (trabalhar com projeções)".
- "Muitas marcas impõem regras de volume ou mix para que o atacado tenha melhor desconto, mas nem sempre o produto tem giro o suficiente".

COMO A INDÚSTRIA PODE AUXILIAR O VAREJO NO SENTIDO DE EVITAR RUPTURAS OU EXCESSO NO SEU ESTOQUE?

- "Ter regras claras e justas contra a venda direta, fortalecendo os distribuidores e varejos a apostarem em níveis de estoque e troca de informações de sell out".
- "Criar uma conexão do ERP da loja com a indústria onde a indústria enxergue as minhas vendas on time. Não adianta transferir estoques para o varejo".
- "A simples aproximação da indústria junto ao PDV pode ajudar a reduzir esse conflito, não apenas focar no sell-in, mas também garantindo a própria positivação no PDV".
- "A comunicação mais direta entre indústria e varejo é imprescindível. As previsões de demanda não podem ser definidas apenas pelos históricos de compra por período ou região".
- "As indústrias ficam na dependência da chegada de produtos comprados na China, acarretando atrasos e rupturas".
- "É necessário que todo o comércio varejista tenha uma pessoa destacada para realizar as compras e tenha diálogo interativo com os seus vendedores".
- "A indústria que está longe da Capital de SP é produtivo ter um CD no entorno".

COMO A INDÚSTRIA DEVERIA ESTABELECER A SUA POLÍTICA DE PRECIFICAÇÃO, CONSIDERANDO A VENDA DIRETA PARA O VAREJO E INDIRETA, ATRAVÉS DO ATACADISTA/DISTRIBUIDOR?

- "A indústria deveria ter tabelas de preços específicas para cada tipo de canal de venda, de maneira que todos possam ter competitividade, inclusive, dentro dos próprios canais, e também para aqueles que vendem on-line. Talvez uma diferença mínima de 10% entre ambos, podendo variar conforme o tipo de produto".
- "Determinar o que é varejo, quais as faixas, o que é atacado, o que são distribuidores, quais as regras a seguir. Não trabalhar por oportunidade ou necessidade de faturamento no final do mês".
- "Conflito entre canais já é uma realidade, vejam os atacarejos, os B2Cs diretos da indústria. Acredito que estamos "vendo" uma nova forma de fazer um produto chegar ao consumidor final, sem muitos intermediários".
- "Acredito que a indústria tem o dever de concentrar sua demanda ao Atacadista ou Distribuidor".
- "A indústria deve adotar políticas de preço em e-commerce e marketplaces que garantam margens saudáveis para as grandes redes, que possuem custos elevados, e que também possibilitem ao pequeno varejo competir, mesmo com margens um pouco menores".
- "Não vender para o consumidor final já ajuda e muito".
- "Ter uma diferença de preços mais justa em relação ao atacadistas. Houveram ocasiões em que o preço de um produto oferecido por um atacadista estava menor que o valor de tabela da indústria somado aos impostos".



• "Ter uma política de vendas definidas e com transparência".

• "Considero concorrência agressiva a indústria vender para o meu cliente final através do e-commerce".

COMO A INDÚSTRIA E OS ATACADOS/DISTRIBUIDORES CONSEGUIRAM TRABALHAR EM CONJUNTO DE MODO A DIMINUIR O PRAZO LOGÍSTICO ATÉ O CLIENTE FINAL?

• "Os 3 elos da cadeia (indústria/atacado/varejo) precisam trabalhar melhor a gestão de estoque e logística".

• "A indústria não precisa ser rápida na sua entrega, ela precisa ser assertiva. É preferível aquela indústria que informa 30 dias de prazo de entrega e cumpre, do que aquela que informa 7 dias e entrega em 15".

• "O lojista, por sua vez, tem que entender que o custo de não atender o cliente final pode ser maior do que um estoque um pouco mais alto. Com o avanço da entrega 24hrs dos atacados, vemos muitos lojistas com estoques extremamente curtos".

• "A indústria tem mais capacidade e inteligência de mercado, mas o distribuidor tem mais agilidade nos processos".

• "A logística, ainda é o elo mais sensível desta cadeia. Mas, é o elo com maior potencial de crescimento e de desenvolvimento. E será necessário investimento de forma que tornem os custos mais baixos e a transferência dos produtos mais eficientes".

COMO A INDÚSTRIA E O VAREJO CONSEGUIRAM TRABALHAR EM CONJUNTO DE MODO A DIMINUIR O CUSTO E PRAZO LOGÍSTICO ATÉ O CLIENTE FINAL?

• "Indústria deve ter distribuidores e atacadistas que consigam suprir essa carência".

• "A indústria pode prover treinamento em gestão





Lojistas destacaram os bons negócios

de estoque e cálculo de quando poderá haver a falta do produto".

• "Esse é o grande calcanhar de Aquiles do Matcon, pois os custos logísticos estão cada dia mais altos e a complexidade de peso e volume do nosso segmento são acima da média do varejo no geral".

• "Hoje existem serviços de entrega terceirizados que podem oferecer alternativas interessantes nesse sentido".

• "Não vejo nenhum modelo para integrar a logística da indústria com a do varejo".

• "A indústria ainda tem muitos problemas na assertividade de entrega dos produtos".

• "Neste caso vejo a opção de abertura de CDs por parte das industrias".

• "Copiar o formato do Mercado Livre".

QUAL O MODELO MAIS ADEQUADO QUE DEVERÍAMOS ADOTAR PARA QUE O ATENDIMENTO AO CLIENTE SEJA CADA VEZ MELHOR E ENCANTADOR? DESDE O SIMPLES ESCLARECIMENTO DE UM CÓDIGO DE PRODUTO ATÉ O PRAZO DE VALIDADE DE OUTRO

• "Dependemos de pessoas para que esse atendimento seja melhor e mais encantador".

• "Quem está na ponta executando o atendimento, precisa estar munido de informação. Cabe a toda cadeia conscientizar esse vendedor sobre a importância de ter tais informações".

• "Os fornecedores têm nos oferecido treinamentos sobre os produtos que temos cadastrados, mas não é comum um varejista pedir informações sobre produtos".

• "Importante a Indústria oferecer para o Atacado fichas técnicas de todos seus SKUs, também periodicamente capacitar o time comercial do Atacado".

• "Material de merchandising não pode faltar para o Atacado enviar para o seu cliente varejista".

• "O caminho é levar a indústria para estar próximo do varejo. E este precisa estar organizado o suficiente para absorver o evento e capacitar a equipe".

QUAL O MODELO MAIS ADEQUADO QUE DEVERÍAMOS ADOTAR PARA QUE O ATENDIMENTO AO CLIENTE SEJA CADA VEZ MELHOR E ENCANTADOR? DESDE O SIMPLES ESCLARECIMENTO DE UM CÓDIGO DE PRODUTO, ATÉ O PRAZO DE VALIDADE DE OUTRO.

• "O fabricante tem que disponibilizar estrutura para isso (treinamento on-line, vídeos, treinamento presencial) e a loja tem que engajar a equipe".

• "O auxílio da indústria em organizer e ensinar a expor melhor o produto no ponto de venda. QR Code, por exemplo".

• "A profissionalização no nosso segmento caminha a passos de tartaruga onde todos visam apenas o lucro imediato. Enquanto não se estabelecer o ganha x ganha ficaremos rodando em círculos".

• "O problema está na qualidade das pessoas! Infelizmente, o setor de matcon paga muito mal, seja na indústria ou no varejo".

• "Criar um curso técnico de vendas".

• "Vejo como um grande problema maior por parte da indústria, pois realizam treinamento para alguns lojistas, e mesmo assim, muitas vezes no final do expediente. Horário não ajuda".

COMO A INDÚSTRIA E OS ATACADISTAS/DISTRIBUIDORES PODERIAM TRABALHAR CONJUNTAMENTE, VISANDO A INTEGRAÇÃO DIGITAL DO CANAL? DESDE A ADOÇÃO DE B2B, ATÉ A COMUNICAÇÃO DIGITAL COM OS SEUS CLIENTES.

• "Acredito que o setor não tem maturidade suficiente para um processo integrado e digital. Muitos lojistas ainda buscam informações nos catálogos físicos".

• "Existe ainda uma forte cultura no nosso setor de fazer a compra junto a um vendedor, o que acredito que retarda a evolução para a digitalização".

• "Os clientes varejistas são heterogêneos, tem aqueles que só fazem pedidos por WhatsApp, aqueles que só compram pelo B2B, aqueles que só fazem pedido por telefone".

• "O e-commerce B2B permite que os distribuidores possam fazer suas compras e reposição de estoque de forma digital, sem a necessidade de um vendedor pre-

FERRAMENTAS

1975

São Romão

50 anos

De Profissional para Profissional



Brutas de verdade!

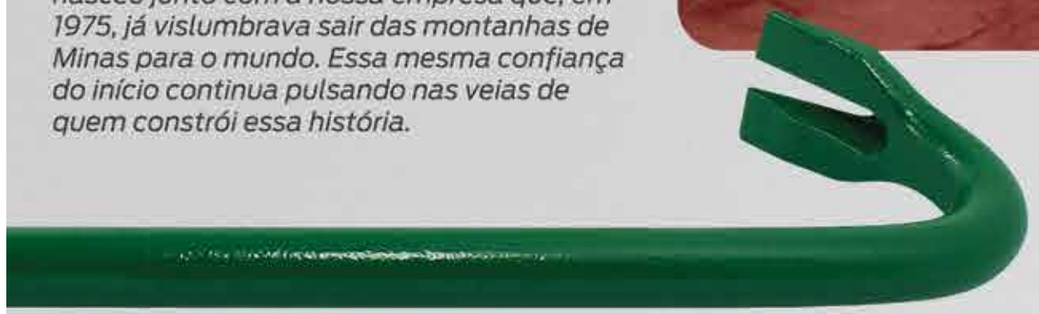
A história da Ferramentas São Romão pode ser traduzida em uma só palavra:

Transformação

Não só a transformação do aço em ferramentas de alta qualidade, mas também a de sonhos em realidade, de problemas em desafios, do querer em poder, de pessoas em profissionais e cidadãos conscientes.

O sonho de produzir as melhores ferramentas nasceu junto com a nossa empresa que, em 1975, já vislumbrava sair das montanhas de Minas para o mundo. Essa mesma confiança do início continua pulsando nas veias de quem constrói essa história.





Pé de Cabra



Nas forjas, construímos nossa história

Uma história feita por pessoas, desafios, vontade de crescer e alcançar horizontes inimagináveis.

Hoje, temos a certeza que nossa história ecoa em todos os cantos do Brasil.

Em 2025, completamos 50 anos, um tempo para celebrar nossas conquistas e olhar para o que o futuro nos reserva.

SÃO ROMÃO

FERRAMENTAS SÃO ROMÃO
A FERRAMENTA 100% BRASILEIRA

Ferramentas SÃO ROMÃO

FERRAMENTAS SÃO ROMÃO

1975 — 50 anos de

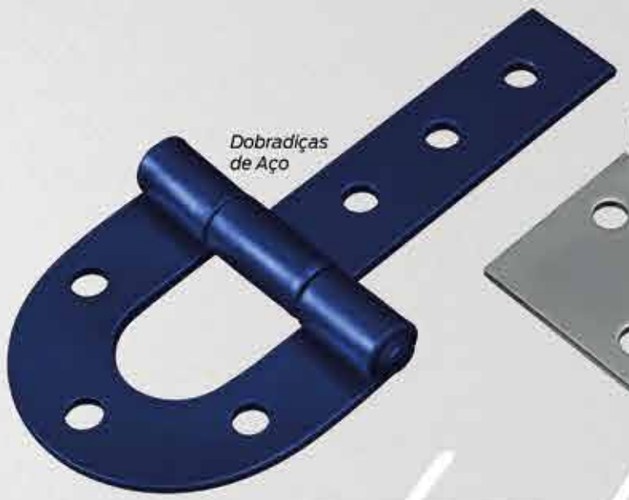


Célula robotizada

A equação matéria-prima de qualidade, estrutura adequada e equipe de profissionais capacitados faz toda diferença na produção de nossas ferramentas. Destinadas à construção civil e agropecuária, têm como principal função, contribuir com a construção e o progresso do nosso país.

O nosso futuro vem sendo preparado diariamente. Acreditamos na inovação como responsável pela nossa continuidade e sabemos que, ao fim de cada jornada, brindaremos o nosso sucesso.





Dobradiças de Aço



Usina fotovoltáica, geração de energia limpa



Estação de pintura automatizada

gratidão

2025

FERRAMENTAS São Romão

...l para Profissional.

FERRAMENTAS SR São Romão Desde 1975

De Profissional para Profissional

FERRAMENTAS São Romão 1975

De Profissional para Profissional

Nossa marca se destaca pela sua força impactante, refletida em nossos produtos, atendimento de excelência, tecnologia de ponta e confiabilidade absoluta.





Torquês Corta-Casco



sencial toda semana ou mês".

• "A questão é se colocar no lugar do usuário e entender a jornada e a experiência do cliente".

• "Criação de mais conteúdos explicando o produto para as redes sociais, focados em vídeos curtos ate 30s. Clientes gostam de ver como um produto é utilizado e para que serve".

COMO CRIAR CONJUNTAMENTE POLÍTICAS DE RETENÇÃO E FIDELIZAÇÃO DE CLIENTES, INCENTIVANDO A PARCERIA DE LONGO PRAZO?

• "A indústria deveria estabelecer uma política comercial adequada a cada tipo de canal. Qualquer política de fidelização que seja criada pode ser prejudicada por falta de competitividade".

• "Via de regra, os fabricantes se preocupam mais com sell-in, parecendo muitas vezes que não estão seguros dos seus postos para o próximo exercício".

• "Passam por essa readequação, não só os atacadistas/distribuidores, mas a indústria, assim como o consumidor final. A lei da economia é fazer substituições por produtos equivalentes mais acessíveis. Nós já fazemos isso quando vamos ao supermercado".

• "O ideal para a indústria seria promover um progama de fidelidade com uma plataforma complete, onde os distribuidores/atacadistas ganham pontos em cada compra e trocam por produtos do seu fornecedor ou até mesmo um desconto pontual".

• "A fidelização de clientes está diretamente ligada à criação de vínculos profundos. A melhor forma objetiva de trabalhar isso é ampliando o mix de produtos".

QUAL O MODELO MAIS ADEQUADO QUE DEVERÍAMOS ADOTAR PARA A CAPACITAÇÃO DAS EQUIPES COMERCIAIS DOS ATACADISTAS E DISTRIBUIDORES?

• "Percebemos que o treinamento tradicional chama cada vez menos a atenção dos vendedores. Tivemos experiências positivas com algumas (poucas) indústrias que adotaram modelos de treinamento digital via aplicativo, onde o vendedor pode acessar o conteúdo de onde quiser, a hora que quiser".



Patrocinadores levaram produtos para serem conhecidos pelos lojistas e atacadistas

• "Falta personalização, entender a necessidade, identificar oportunidade e interesse de cada atacado/distribuidor".

• "Todas as vezes que foi necessário, tivemos o apoio dos nossos fornecedores para ministrar treinamentos".

• "Treinamentos periódicos. Um canal com acesso através de login e senha para que haja um controle do seu acesso, e conteúdo como: Ficha técnica, Utilização, Recomendação, Garantia".

• "Os treinamentos on-line são a melhor forma de capacitar equipes comerciais. Treinamentos de longo prazo, mas com vídeos curtos em doses que sejam aplicadas semanalmente".

QUAL O MODELO MAIS ADEQUADO QUE DEVERÍAMOS ADOTAR PARA A CAPACITAÇÃO DAS EQUIPES COMERCIAIS NO VAREJO?

• "A resposta para todas as questão é quase a mesma: aproximação da indústria ao pdv independente do volume de vendas que aquele PDV gera".

• "A Internet e suas ferramentas têm sido muito úteis nessa comunicação, porém, a chegada no mercado de profissionais cada vez mais desqualificados tem gerado grande desafio".

• "A parte técnica dos produtos, tem que partir da indústria. Agora o desenvolvimento pessoal do profissional parte do varejo".

• "O conhecimento é a chave para transformar o segmento de Matcon. A venda é consultiva e o relacionamento faz parte do dia a dia desse segmento que cresce ano após ano".

• "Na nossa rede temos reuniões presenciais uma vez por mês e reúne diversos fornecedores parceiros que expõem o produto e tiram as dúvidas, além de mostrar itens que nem sempre o distribuidor tem".

É POSSÍVEL PENSARMOS EM UM CALENDÁRIO NACIONAL DO MATCON (MÊS DAS FERRAMENTAS, MÊS DAS TINTAS) PARA QUE TODOS OS ATACADISTAS/DISTRIBUIDORES TENHAM AÇÕES COORDENADAS NO BRASIL? COMO A INDÚSTRIA PODERIA COLABORAR NO DESENVOLVIMENTO DE UM CALENDÁRIO ASSERTIVO DE AÇÕES COMERCIAIS?

• "De certa forma vemos isso acontecendo hoje de forma natural pela própria sazonalidade do produto. Acredito que é possível, mas não tenho certeza sobre a adesão de atacados e varejistas, já que cada um acaba se fortalecendo em uma linha / categoria de produto".

• "Acredito que sim, mas precisamos entender que as demandas variam de região para região, o Brasil tem dimensões continentais e nem sempre a necessidade de uma região é a mesma da outra".

• "Sim, muito possível para indústria criar um calendário nacional contendo datas sazonais por categoria de produtos. O ponto de atenção, seria promover campanhas e ações de vendas contendo benefícios paras os distribuidores na compra antecipada dos produtos que fazem sentido com o calendário, como por exemplo 'Campanha de Inverno', 'Campanha Dia dos Pais', 'Campanha de Verão' e compra por lote com descontos acima da média. Tudo isso com antecedência e uma condição de pagamento esticada".

É POSSÍVEL PENSARMOS EM UM CALENDÁRIO NACIONAL DO MATCON (MÊS DAS FERRAMENTAS, MÊS DAS TINTAS) PARA QUE TODOS OS VAREJOS TENHAM AÇÕES COORDENADAS NO BRASIL?

• "Acredito que o caminho sempre será a união. Indústria e comércio devem trabalhar juntos e entender que o sucesso só acontece quando é compartilhado".

• "O Brasil é muito grande. Não vejo como resolver



isso! O que precisa acabar é a informalidade estruturada no segmento, pois gera uma concorrência desleal e, isso sim, tem como o varejo e a indústria trabalhar juntos!".

• "Seria interessante como um primeiro passo de padronização do nosso segmento".

• "Toda indústria já tem o fator sazonalidade em suas contas. Quando se tem um foco, o resultado vem de uma maneira mais rápida".

• "É uma ideia bem bacana, afinal temos tempos de chuvas, frio, calor em alta, etc. Infelizmente também é fato de que as indústrias não se preparam".



O consultor João Gonçalves fez comentários sobre a pesquisa realizada pelo Grupo Revenda

UMA CONVERSA FRANCA

Na mais recente edição da Rodada de Negócios Sudeste, representantes dos canais atacado, varejo e indústria estiveram lado a lado para discutir a atual relação entre estes, que são os principais atores da cadeia matcon no Brasil.

O atual cenário, marcado por um importante avanço nas vendas on-line – especialmente impulsionado pela pandemia de 2020 – somado ao fortalecimento dos atacarejos e a pressão cada vez maior por investimentos no ponto de venda, propiciou um momento muito interessante no Painel da Rodada, onde os presentes puderam expressar suas opiniões de modo democrático e direto.

Os temas abordados, os quais foram solicitados pelos varejistas e atacadistas, trataram de pontos como logística, precificação, atendimento, capacitação e integração digital. Porém, o que mais chamou a atenção foi a transparência com que os temas foram trazidos à discussão e a forma com que os envolvidos trataram as questões.

É fato que o setor precisa evoluir e se desenvolver, mas também é claro que muita coisa boa já acontece no nosso meio. E esse foi o ponto de partida para as discussões. Não se trata de terra arrasada, mas de um terreno que oferece grandes oportunidades para todos, desde que haja um mínimo entendimento entre os seus ocupantes.

Além disso, representamos um setor que é um dos principais pilares da economia brasileira, movimentando cerca de 250 bilhões de reais em 2024, e com excelentes perspectivas para os próximos anos.

Diante deste cenário, é fundamental que as maiores lideranças do segmento se reúnam e estreitem cada vez mais as relações. A rodada de São Paulo, foi a primeira de muitas que ocorrerão no Brasil ao longo deste ano, proporcionando discussões que certamente contribuirão para o desenvolvimento do setor de materiais de construção brasileiro.

Desta vez, como acontece em muitos debates, nenhum lado saiu vencedor. Ficou sim, a certeza de que o setor de materiais de construção continuará a ter um lugar de destaque na economia nacional e que, com a contribuição de todos, a vitória será coletiva.

JOÃO FRANCISCO GONÇALVES



NÃO FIQUE NA MÃO



Quer aumentar seu lucro e giro no ponto de venda? Venda ferramentas manuais ou elétricas. São produtos com muita procura pelos profissionais ou praticantes do faça você mesmo.

Ter as ferramentas certas é essencial para garantir praticidade e excelência nos trabalhos simples ou que demandam maior conhecimento.

BLACK+DECKER

A BLACK+DECKER, com mais de um século de tradição no mercado mundial e presente no Brasil há 76 anos, preparou uma lista de ferramentas que combinam inovação, durabilidade e versatilidade, ao oferecer opções que atendem às mais diversas necessidades.

Entre elas, a LD12, uma parafusadeira/furadeira de 3/8" (10mm) com 12V Max. Compacta e leve, é alimentada por uma bateria de lítio integrada, oferece torque de 16Nm e velocidade de até 550 RPM, o que proporciona um desempenho consistente em madeira, plástico e metais leves. Seu design ergonômico permite acesso facilitado a espaços reduzidos, enquanto a luz LED integrada garante visibilidade em locais com baixa iluminação, tornando-se ideal para pequenos projetos e ajustes cotidianos.

Para quem precisa de potência extra, a TM555 é uma furadeira de impacto com 1/2" (13mm) e 560W, equipada com um motor robusto que a torna ideal para perfurações em diversos materiais, incluindo superfícies duras como alvenaria. Com capacidade para brocas de até 13mm, seu design alia robustez e praticidade, sendo indicada para tarefas que exigem alta performance com confiabilidade. Já para quem busca versatilidade e alto desempenho, a BCD704 é uma parafusadeira/furadeira de impacto de 3/8" (10mm) com 20V MAX*. Com 11 posições de torque, impacto de 21.000 IPM e duas velocidades mecânicas, é ideal para furos em alvenaria, metal e madeira, além de aplicações de parafusos em geral. Seu design ergonômico inclui luz LED integrada, trazendo conforto e visibilidade mesmo em ambientes pouco iluminados.

"Escolher a ferramenta certa é o primeiro passo para garantir resultados de alta qualidade, seja em pequenos reparos ou projetos. Nosso portfólio foi desenvolvido para oferecer soluções que atendem às mais diversas demandas, com segurança e eficiência", destaca Daniel Romano, Gerente de Marketing de Produtos da BLACK+DECKER.

BOSCH

Felipe Roque, Gerente de Vendas da divisão de Ferramentas Elétricas da Bosch no Brasil, destaca os lançamentos que a empresa vai realizar este ano: "O ano de 2025 será marcado por uma grande quantidade de lançamentos para o Grupo Bosch. Estimamos lançar por volta de 60 produtos na linha de ferramentas e teremos novidades em todas as frentes: Linha Bateria, Linha a Cabo, itens de varejo, itens industriais, inovações tecnológicas em famílias que já trabalhamos e a entrada em mercados novos".

O foco da empresa é o usuário e trabalho presente nos revendedores. "Nossa estratégia estará centrada no usuário, com um olhar atento às necessidades e preferências de nossos consumidores, ao mesmo tempo em que priorizamos o fortalecimento das parcerias com nossos revendedores. Adotaremos uma abordagem de 'from sell in to sell out', que visa não apenas o fornecimento eficaz dos nossos produtos para os pontos de venda, mas também um acompanhamento contínuo e personalizado para garantir que nossos parceiros possam maximizar suas vendas e alcançar os resultados desejados. Somos extremamente focados nas necessidades reais dos usuários e queremos garantir que, independentemente da sua profissão, que ele carregue consigo a bolsa de ferramentas toda azul, repleta de produtos e acessórios Bosch", diz.

E ressalta as estratégias de vendas regionais, adaptadas a cada realidade local, e sempre buscando o alinhamento com os objetivos de crescimento das revendas. "Somos uma empresa nacional, com presença estratégica nas diversas regionalidades, e estamos prontos para agir com flexibilidade e inovação, sempre com o objetivo de gerar valor tanto para nossos parceiros quanto para nossos consumidores. 2024 foi um ano muito especial porque conseguimos completar uma jornada que iniciada em 2020, com aumentos de volume e de variedade de produtos fabricados em nossa fábrica de Campinas e conseguimos alcançar quase 200 novos produtos da nossa linha de 18V a Bateria, e esse é o nosso maior foco de trabalho e motor do nosso crescimento".

Tem notado aumento de consumidores Do It Yourself das suas ferramentas?

"A categoria 'hobby, caseiros e/ou entusiastas' tem alta adesão da marca Bosch, atingimos pouco mais de 10% deste mercado, mas segue em pleno crescimento, muito ainda impulsionado pelos anos de pandemia. É um segmento que claramente nos chama atenção. Temos como estratégia central o foco extremo no usuário profissional e em todas as suas variedades de trabalho. Nós observamos e acreditamos que ao fazer um trabalho forte com os profissionais, de certa forma, ressonamos, repercutimos em muitos usuários hobistas".

Recomendações aos revendedores. "Acredito que a nossa grande arma é a informação. Por isso, investimentos na multiplicação e propagação de conhecimento, através de treinamentos constantes no ponto de venda. Contamos com uma equipe que roda o Brasil divulgando nossos produtos e lançamentos, trabalhando muito próximo com nossos revendedores, profissionais e consumidores. Além disso, a Bosch possui canais de comunicação dinâmicos e sempre atualizados: seja no mundo online com as nossas mídias sociais, sites institucionais e de parceiros ou também nos nossos catálogos, almanaques e pontos de venda espalhados nos quatro cantos do país. Também apostamos cada vez nas ferramentas digitais como a Universidade Bosch e no nosso aplicativo BeConnected".

Mercado. "Acreditamos que 2025 será mais um ano de crescimento para o mercado de ferramentas elétricas. Porém, as dificuldades econômicas e políticas de nosso país deixarão esse crescimento menos propenso a grandes investimentos. Todos os setores terão a mesma tendência, mas acreditamos que o varejo sentirá um pouco mais, gerando provavelmente um ano mais agitados nos preços. Essa situação obrigará toda a cadeia e os revendedores a refinarem a qualidade dos seus custos e a assertividade dos seus negócios. Apuração das oportunidades, revisão de contas e fornecedores, desenho de novas estratégias de vendas, incursão em novos canais/regiões e, por último e mais importante, um aumento de foco no nível de atendimento do usuário/cliente final. Observamos claramente que as revendas que mais apostam nos temas mencionados acima são as que mais triunfaram nos últimos anos: opções de atendimento omnichannel, qualificação da equipe, variedade de produtos e ofertas, melhoria de seus pontos de venda e das suas estratégias de pós-vendas estão entre os pontos mais eficazes".

CORTAG

Ao completar 30 anos de história em 2025, a Cortag reafirma sua missão de inovar com foco na qualidade e lança no mercado uma série de soluções desenvolvidas

para tornar o dia a dia de trabalho do profissional da construção mais dinâmico, eficiente e seguro.

"Entre as nossas novidades está, por exemplo, a nova linha de Cortadores Prime, que oferecem alta performance de separação e são 50% mais leves que os cortadores tradicionais. Já a Ventosa Vibratória MAC-100 proporciona um aumento na produtividade no assentamento de pisos e revestimentos, sem abrir mão da qualidade do resultado.

E não paramos por aí quando o assunto é ventosas:



apresentamos novos modelos — manual, a bateria e com manômetro. Além disso, lançamos também a nova Desempenadeira Elétrica Cortag e importantes acréscimos à Linha de Equipamentos para Medição", comenta Leandro Pizetta, CEO da Cortag.

E destaca os lançamentos: Linha de Cortadores para Porcelanatos e Pisos Cerâmicos PRIME. Alta performance e desempenho garantidos com cortadores que se destacam por serem 50% mais leves que os tradicionais, proporcionando maior praticidade no uso e na movimentação. O design das soluções PRIME da Cortag foi pensado em cada detalhe para priorizar o conforto e a melhor ergonomia para os profissionais. Exemplos disso são o limitador lateral para destros e canhotos, a dupla camada de espuma e a facilidade de transporte. Tudo isso para que você tenha ainda mais autonomia e produtividade na obra.

Ampliação da Linha de Ventosas. Para oferecer ainda mais opções aos profissionais da construção, a Cortag amplia sua Linha de Ventosas, sempre valorizando soluções tecnológicas e seguras para o transporte e a movimentação de pisos e revestimentos. A Ventosa a Bateria, por exemplo, conta com um sistema de auto sucção, proporcionando maior agilidade. Há também a opção manual, que apresenta ótimo desempenho tanto em superfícies lisas quanto rugosas e possui uma linha de segurança que indica perda de sucção. Complementando a linha, o modelo com manômetro permite um controle ainda maior, pois indica continuamente o nível de pressão da sucção.

Todas essas novidades contam com uma aba para remoção facilitada e relevos profundos, permitindo aderência a diversas superfícies. Estão disponíveis com base branca para peças claras e base preta para peças escuras.

Sistema de Nivelamento Easy Spin. Sistema composto por espaçador e porca niveladora que permite realizar o nivelamento utilizando apenas uma das mãos, sem a necessidade de alicate. Indicado para pisos e revestimentos cerâmicos, especialmente porcelanatos, promove agilidade graças ao design exclusivo da Cortag, que garante o rompimento perfeito abaixo da superfície do piso e alta resistência, proporcionada pelos três pontos de ancoragem com a base.

O Sistema Easy Spin se junta à linha campeã de vendas dos Sistemas de Nivelamento Cortag, que conta com as versões Tradicional, Smart, Slim, Eco e Supra.

No segmento de ferramentas elétricas, a Cortag destaca a Ventosa Vibratória MAC-100 equipamento projetado com motor brushless, que não usa escovas de carvão e é mais eficiente e potente que os motores tradicionais. A solução facilita o esmagamento do cordão de argamassa, proporcionando velocidade e precisão.

Nível a Laser 3D. Novidade da Linha Verde de Níveis a Laser da Cortag, essa solução está disponível nas versões Profissional e Standard, sendo destinada a profissionais da construção, como gesseiros, masseiros e especialistas na área de decoração.

O produto projeta linhas horizontais e verticais em 360 graus para medições precisas e alinhamentos de estruturas. Conta com painel de controle para ajuste da intensidade do laser, modo piscante, trava do pêndulo e controle individual das linhas.

Tem notado aumento de consumidores "Do It Yourself" utilizando suas ferramentas?

"Sim, esse tipo de demanda tem crescido no mercado, e podemos confirmar essa tendência por meio de pesquisas que realizamos continuamente para avaliar o perfil dos consumidores de nossas soluções. Por isso, muitos de nossos novos produtos são desenvolvidos com o cuidado de serem práticos, de fácil entendimento e uso, permitindo que não apenas profissionais, mas também hobbistas que gostam de realizar suas próprias reformas e pequenas obras obtenham excelentes resultados. Paralelamente a isso, temos investido em conteúdos explicativos, vídeos e atividades interativas em todas as nossas plataformas, com o objetivo de sermos cada vez mais proativos e claros na apresentação detalhada de nosso portfólio, realizando demonstrações e solucionando eventuais dúvidas".

Recomendações aos revendedores. "Os produtos Cortag, de forma geral, são pensados para satisfazer o cliente final, gerando confiança e fidelidade. Por isso, ao destacar os diferenciais de nossas soluções, orientamos os revendedores a ressaltar a efetividade que nossos produtos proporcionam às obras, agregando: Agilidade na execução de diversas tarefas; Garantia de funcionamento pleno, com assistência técnica eficiente; Contribuição para um resultado estético superior, devido à precisão que oferecem. Dedicamos especial atenção à qualidade das matérias-primas e dos materiais utilizados na fabricação dos produtos, pois esse cuidado contribui decisivamente para uma melhor performance por mais tempo, garantindo a quem escolhe Cortag um excelente custo-benefício".

Mercado. "A trajetória da Cortag tem sido de crescimento constante ao longo dos últimos anos. Graças à nossa capacidade de inovar, estando atentos a novas oportunidades tecnológicas e aos avanços de toda a cadeia produtiva na qual estamos inseridos, temos conseguido expandir nossas fronteiras de negócios e consolidar ainda mais a marca. Para 2025, a perspectiva é de que o mercado se mantenha aquecido, abrindo espaço para investimentos estruturais já em andamento, além de uma agenda ativa de lançamentos que priorizam sempre a inovação e a qualidade características de nossas soluções. Temos também uma boa perspectiva para a continuidade de nossa expansão internacional, aumentando o número de países onde comercializamos diretamente e fortalecendo o trabalho já realizado com nossas sedes operacionais nos Estados Unidos, Espanha, Peru, Emirados Árabes e China".

FERRAMENTAS THOMPSON

A empresa segue com forte expansão do seu portfólio para atender seus clientes.

"Entre os destaques de 2024, estão: Nova linha de Discos para Esmerilhadeiras, Disco Diamantado (Rebolo) e Disco Diamantado Turbo; Ampliação para o setor automotivo, atuando em 8 diferentes mercados, mas com produtos para a construção Civil, Jardinagem entre outros; Lançamento da linha de chavarias, com mais de 20 CHAVES! Entre elas chaves combinadas, Torx, Fixas, Estrela, Canhão e Soquetes, além da chave de roda Cruzeta, informa o Diretor Comercial Renato Biaze".

Tem notado aumento de consumidor "Do It Yourself" utilizando suas ferramentas?

"Sim, e um fator interessante é o crescimento do público feminino entre os hobbystas. Nossa maior audiência e engajamento nas redes sociais vêm justamento desse grupo, com muitas mulheres adotando o DIY e buscando ferramentas práticas e acessíveis para seus projetos".

Recomendações aos revendedores: "Uma exposição bem planejada faz toda a diferença. Além de uma organização intuitiva, é essencial oferecer soluções completas, com demonstrações e materiais informativos que valorizem os diferenciais dos produtos. Para este ano, estamos desenvolvendo novas soluções para PDV que vão fortalecer ainda mais a apresentação no varejo".

Mercado: "O cenário é positivo. Iniciamos 2025 com recorde de vendas e seguimos ampliando nosso portfólio, com as empresas diversificando suas ofertas para atender às novas demandas dos consumidores, que estão mais exigentes e conectados. O comércio digital continua a crescer exponencialmente, com um aumento significativo no número de consumidores que preferem comprar online, reforçando a importância de investir em canais digitais para se manter competitivo no mercado atual".

GALO DESEMPENADEIRAS

Vitor Magrini, Gerente Industrial da Galo Desempenadeiras, informa que a empresa está lançando dois produtos: "Para o mercado de aplicações de Resinas de pisos e revestimentos especiais de paredes, temos as espátulas plásticas dentadas com várias dimensões. Para o mercado de revestimentos de paredes, massas corridas, tintas e gesso, lançaremos as Espátulas de Cantos e Quinas".

Durante o ano passado, Magrini destacou a consolidação da presença da empresa em diversos estados, destacando aumentos significativos nas Regiões Sul e Norte/Nordeste.

"Destacamos também o sucesso de nossa Linha Galox, que agora compreende as dimensões de 15mm, 25mm, 40mm e 60mm. Leve e eficaz em acabamentos de paredes e tetos".

Magrini elenca os tributos dos novos produtos: "As espátulas dentadas têm dentes com dimensões variadas de 1mm a 5mm, atendendo todas as amplitudes de aplicações de resinas. As espátulas de Cantos e Quintas têm

SATISFAÇÃO PARA QUEM USA

LUCRO CERTO PARA QUEM DISTRIBUI E REVENDE

etaniz®
OS PROFISSIONAIS USAM

Na **Chesiquimica**, elevamos padrões com soluções técnicas robustas e resultados validados, desenvolvendo produtos da marca **Etaniz** de alta performance para construção civil que atendem às demandas específicas do setor. Com tecnologia aplicada e garantia de resultados, oferecemos inovação em cada etapa do processo, desde a preparação até a finalização, integrando segurança, durabilidade e eficácia.

CHESY · etaniz · lev&uze · NUAGE · Peg & Uze · ECO FROG-DROP · Chesy AGRICULTURA · AGROCHESY



CHESIQUIMICA® 28 anos

1ª DO BRASIL

A COLA CANO EVOLUIU AGORA EM SPRAY!

LANÇAMENTOS EXCLUSIVOS NO BRASIL

- O PRIMEIRO ADESIVO PARA PVC EM SPRAY DO BRASIL
- O PRIMEIRO ADESIVO PARA CPVC EM SPRAY DO BRASIL
- A PRIMEIRA SOLUÇÃO PREPARADORA EM SPRAY DO BRASIL
- O PRIMEIRO LUBRIFICANTE PARA ANEL DE VEDAÇÃO EM SPRAY DO BRASIL



QUER SABER MAIS SOBRE ENTRE EM CONTATO:

contato@chesiquimica.com.br

OU ACESSE O QR CODE AO LADO:

42 3227-6542

41 99740-1559

uma configuração inédita no mercado, apresentando um único cabo metálico e duas ferramentas superiores intercambiáveis, permitindo flexibilidade e praticidade para os trabalhadores da construção civil".

Tem notado aumento de consumidores "Do It Yourself" utilizando suas ferramentas?

"Sim, a aplicação e vendas de nossa linha HD Galo de desempenadeiras, apresentou enorme expansão nos últimos anos. Muitas pessoas resolveram adotar como hobby as pequenas reformas e pinturas internas de paredes de casas e escritórios".

Recomendações aos revendedores: "Aos nossos revendedores, recomendamos que apresentem os produtos da Galo Desempenadeiras destacando não apenas sua qualidade superior, mas também a cultura que nos define. Nosso compromisso vai além de fabricar ferramentas, mas buscamos entender as reais necessidades dos profissionais da construção civil e desenvolver soluções que facilitem seu trabalho. Nosso diferencial está no processo de fabricação, que é 100% pensado para resolver as dores do profissional, garantindo eficiência. Mesmo com a alta durabilidade que diferencia nossas ferramentas no mercado, é essencial orientar os clientes sobre os cuidados adequados para preservá-las por ainda mais tempo. Recomendamos sempre a limpeza após o uso com água e sabão neutron, a secagem completa antes do armazenamento e a proteção contra contato com materiais corrosivos. Essas práticas garantem um desempenho prolongado, preservando a resistência e a qualidade dos nossos produtos".

Mercado: "Embora o Brasil enfrente desafios relacionados ao clima, a economia, ao governo e aos acontecimentos no cenário global, acreditamos que cada obstáculo pode se tornar uma ponte para o crescimento. O setor da construção civil segue sendo um dos pilares fundamentais do país, e é justamente em tempos desafiadores que a inovação, a qualidade e compromisso com os profissionais fazem a diferença. Este ano, esperamos um mercado mais exigente e seletivo, onde qualidade e confiança serão diferenciais ainda mais valorizados. Por isso, seguimos firmes em nossa visão, acreditando que, com compromisso, inovação e uma escuta ativa das necessidades do setor, podemos contribuir para o avanço da construção civil e para o sucesso de nossos clientes e parceiros".

GRUPO VELLORE

Em 2025, o Grupo Vellore segue inovando com lançamentos estratégicos nas marcas Foxlux e Famastil, sempre focando na qualidade, praticidade e eficiência para profissionais e consumidores.

"Na Famastil, ampliamos nosso catálogo de ferramentas de medição e precisão, com destaque para o Medidor de Temperatura a Laser, a Trena Digital a Laser e o Nível a Laser, que garantem mais exatidão e eficiência em medições. Além disso, trouxemos o Motoesmeril de Bancada, uma ferramenta robusta para afiação e acabamento, essencial para oficinas e profissionais do setor", explica Paulo Velloso Ribeiro, Presidente do Grupo Vellore.



Tem notado aumento de consumidores Do It Yourself (DIY) das suas ferramentas?

"Temos notado um crescimento significativo no interesse de consumidores DIY, especialmente pelas ferramentas da Famastil. A busca por soluções acessíveis e práticas para pequenos reparos e projetos pessoais tem aumentado, mas o que realmente chama a atenção é a mudança no entendimento dos hobbistas: a qualidade das ferramentas passou a ser vista como fundamental.

No passado, muitos consumidores focavam apenas no preço, mas, com o tempo, perceberam que durabilidade e qualidade são essenciais para o bom desempenho e, principalmente, para garantir segurança e eficiência no uso. Produtos como o Martelo Alma de Aço e a nova linha a laser da Famastil, além de serem ferramentas de alta performance, são aliados na construção de projetos de longa duração, com o selo de qualidade que nossa marca oferece.

Ao investir em ferramentas de alta qualidade, os hobbistas podem ter a confiança de que estão adquirindo produtos que não só atendem às suas necessidades imediatas, mas que também têm o poder de ser herdados, perpetuando a história de projetos bem-sucedidos por anos. O mercado DIY está em expansão, e estamos orgulhosos de oferecer produtos que garantem precisão, durabilidade e confiança, acompanhando nossos consumidores em cada etapa de seus projetos, sejam eles simples ou mais complexos".

Recomendações aos revendedores: "Para os revendedores, é fundamental adotar estratégias que destaquem os produtos e chamem a atenção do consumidor logo ao entrar na loja. Algumas práticas essenciais incluem: Agrupamento por categoria – Organizar os produtos de forma lógica facilita a navegação e agiliza a escolha do cliente; Exposição estratégica – A cor laranja da Famastil ajuda a destacar as ferramentas no ponto de venda, criando um impacto visual forte e reforçando a identidade da marca; Demonstração prática – Permitir que os consumidores testem as ferramentas e compreendam seu funcionamento agrega valor e reforça a percepção de qualidade; Material de apoio – Cartazes, vídeos curtos e folhetos informativos ajudam a reforçar os diferenciais do produto e sua aplicação; Destaque para qualidade e durabilidade – Mostrar que as ferramentas Famastil são ideais para o uso diário e podem ser passadas de geração em geração fortalece a conexão emocional com o cliente; Abordagem do consumidor – Quem experimenta a qualidade dos produtos entende seu valor. Por isso, reforçamos: "quem compara, compra". Estimular o cliente a testar e comparar as ferramentas é uma maneira eficaz de demonstrar a superioridade do produto.

A chave é tornar o ponto de venda um espaço de experiência para o consumidor, onde ele possa não só conhecer as ferramentas, mas entender a importância da qualidade e como elas se encaixam nas suas necessidades diárias".

Mercado: "Para 2025, as perspectivas para o mercado de ferramentas e materiais de construção seguem positivas, impulsionadas por tendências como a digitalização do setor, avanços tecnológicos e um crescente foco em sustentabilidade. No entanto, o cenário econômico ainda impõe desafios, como a inflação e a redução do poder de consumo, levando a um otimismo moderado. A adaptação das empresas à nova dinâmica do mercado, priorizando inovação, eficiência e qualidade, será essencial para garantir competitividade e crescimento sustentável.

No Grupo Vellore, buscamos estar sempre à frente, antecipando as necessidades do mercado e desenvolvendo soluções inovadoras. Nosso compromisso é oferecer produtos de alta qualidade, que combinem tecnologia, eficiência e durabilidade, garantindo que nossos consumidores tenham as melhores ferramentas para transformar seus projetos em realidade.

Nossa fábrica, localizada em Pinhais (PR), é um reflexo desse compromisso. Com processos rigorosos de controle de qualidade e investimentos constantes em tecnologia e inovação, asseguramos que cada produto Foxlux e Famastil atenda aos mais altos padrões de desempenho e confiabilidade. Seguimos investindo em pesquisa e aprimoramento contínuo para manter a excelência e continuar crescendo em um setor dinâmico e promissor".

IRWIN

Reconhecida mundialmente pela qualidade de suas ferramentas manuais, a IRWIN lança sua mais recente linha de martelos, projetada para atender às demandas mais exigentes dos profissionais. Combinando eficiência, durabilidade e versatilidade, a coleção abrange modelos que atendem a diferentes necessidades: desde carpintaria e trabalhos delicados, até a demolições robustas.

Entre os destaques da linha, está o Martelo de Pena, especialmente projetado para golpear formões e talhadeiras, além de auxiliar no posicionamento de estacas e cunhas. Sua cabeça forjada e polida, combinada com fixação reforçada por cunha metálica, assegura maior segurança e resistência.

Outro protagonista é o Martelo Bola, ideal para moldagem e criação de curvas em madeira e metais. Equipado com uma cabeça em aço carbono forjado e polido, oferece resistência superior e precisão em cada golpe. Com cabo de madeira envernizado e maior ergonomia, garante controle total durante o uso.

Para trabalhos delicados, como o assentamento de revestimentos e azulejos, o Martelo de Borracha é indispensável. Com cabeça de borracha branca que evita danos às superfícies e cabo de madeira envernizado, é a ferramenta ideal para acabamentos impecáveis. Já para demolições, a linha de Marretas de Demolição oferece robustez incomparável, com cabeças em aço carbono temperado e cabos mais longos que proporcionam força adicional para tarefas pesadas.

"Cada ferramenta da nova linha foi desenvolvida com foco em alto desempenho e durabilidade. Nosso objetivo é proporcionar aos profissionais soluções que maximizem a produtividade", destaca Paulo Penna, gerente de Marketing de Produto da IRWIN. "Com as soluções apresentadas, a IRWIN reafirma seu compromisso com a excelência, ao oferecer produtos duráveis, que atendem desde reparos domésticos até grandes obras", finaliza.

STANLEY

A Stanley tem mais 180 anos de tradição no mercado e acaba de lançar a Caixa Baú com 3 gavetas com jogo de ferramentas mecânicas de 126 peças - STMT-98107-LA. Em um tamanho compacto e cômodo para o transporte, a solução é ideal para oferecer praticidade aos mecânicos.

"É difícil transportar mais de 100 ferramentas mecânicas para todos os locais, então projetamos este conjunto que além de possuir ferramentas de altíssima qualidade para diversas aplicações dos mecânicos profissionais, oferece um armazenamento compacto, otimizado e resistente", afirma Paulo Penna gerente de marketing STANLEY.

Todas as ferramentas são de cromo vanádio, fabricadas de acordo com os padrões ANSI e com acabamento cromado. Os soquetes e chaves combinadas contam com o sistema MAXI DRIVE, que oferecem 15% a mais de torque. Além disso, a caixa de 3 gavetas possui o sistema PRO-STACK, compatível com o sistema TSTAK da DEWALT, que permite a conexão e expansão do armazenamento.

O conjunto inclui 1 chave catraca com cabeça em formato de pera com encaixe 1/4" e 1 com encaixe 1/2", ambos com mecanismo de 72 dentes e ângulo de recuperação de 5° soquetes curtos, longos e de vela de ignição, extensões com encaixe de 1/4" e 1/2", adaptadores, pontas bits variadas, chaves hexagonais e chaves combinadas.



STARRETT

Antônio Alberto D´Angelo, Gerente de Marketing Internacional da Starrett informa os diferenciais da empresa. "Este ano, continuaremos inovando e ampliando nossa linha de produtos, com lançamentos que reforçam a posição da Starrett como referência em soluções para medição e corte no mercado. Em 2024, tivemos grande sucesso com novidades como as lixas abrasivas, que rapidamente se destacaram, além de uma nova opção de estilete de segurança, uma linha renovada de serras de fita para madeira, ampliações nas categorias de serras tico-tico e serras sabre e, no final do ano, a atualização de um de nossos campeões de vendas: as trenas de bolso Starrett. Essa categoria, na qual a somos líder e referência, passou por um redesign, trazendo um visual mais moderno e funcional, o que foi muito bem recebido pelo mercado e pelos consumidores. Mantendo nosso compromisso de antecipar tendências e inovar constantemente, seguimos aprimorando nossos produtos para oferecer sempre as melhores soluções".

Tem notado aumento de consumidores Do It Yourself das suas ferramentas?

"Sim, há um crescimento do Do It Yourself (DIY) no Brasil, impulsionado pelo alto custo da mão de obra especializada e pelo acesso facilitado a ferramentas. Muitas pessoas realizam pequenos reparos e projetos como hobby, ampliando o mercado para fabricantes e distribuidores. Paralelamente, a qualificação da mão de obra profissional aumenta a demanda por ferramentas de alto desempenho. Com novas tecnologias e maior oferta de equipamentos importados, tanto o DIY quanto o setor profissional seguem em expansão".

Recomendações aos revendedores: "A Starrett é amplamente reconhecida no mercado como uma referência em soluções para medição e corte. Para nossos revendedores, contar com nossos produtos bem apresentados em loja é sinônimo de credibilidade, transmitindo ao consumidor a confiança de que estão adquirindo um produto de extrema qualidade. Isso não apenas fortalece a reputação do revendedor, mas também contribui para a redução de custos com retrabalho e desperdícios nas mais diversas obras".

Mercado: "Temos acompanhado os relatórios do setor de Matcon e o cenário macroeconômico vem demonstrando boas perspectivas de crescimento para o mercado da Construção Civil devido à retomada de investimentos em programas de incentivo ao segmento. Na Starrett, seguimos otimistas para um grande 2025, com muito trabalho pela frente, trazendo investimentos em tecnologia, lançamento de novos produtos e as melhores soluções em corte e medição para o mercado. Estamos preparados para enfrentar qualquer desafio, assim como fizemos no passado, e temos certeza de que este ano não será diferente. Por isso, vamos com tudo para mais um ano de 2025 de sucesso e conquistas".

TRAMONTINA

Em 2024, os principais lançamentos da Tramontina foram as furadeiras de impacto, as parafusadeiras/furadeiras à bateria, os carrinhos de mão com pneu maciço reciclável e também as mangueiras de PEAD, além da ampliação da linha de produtos fabricados em polímero de engenharia, com três tamanhos de marretas, três tamanhos martelos de unha, arco de serra e três tamanhos de níveis.

Para 2025, a empresa destaca chegada dos geradores, ampliando ainda mais nosso portfólio. Também lançaremos as conexões para mangueiras de PEAD, proporcionando mais versatilidade, e um novo pneu maciço de borracha reciclada para o carrinho de mão, reforçando do nosso compromisso com a sustentabilidade. Além disso, devemos ter complementos de linha com lixadeira orbital, pistola de ar comprimido, cortadores de azulejo, jogos de ferramentas, organizadores transparentes, entre outras novidades.

A furadeira de impacto da Tramontina é projetada para exercer uma pressão significativa durante o uso. Seu mecanismo permite que a broca perfure com maior facilidade as superfícies resistentes, tornando possível lidar não só com madeira, plástico e metal, mas também com materiais densos, como concreto, alvenaria e pedra, com maior eficiência do que as opções convencionais. Com 550w de potência, o modelo de impacto reduz a quantidade de esforço físico necessário no manuseio. Isso significa que, mesmo em situações que exigem perfurações prolongadas ou repetitivas, o trabalho fica mais acessível para pessoas de diferentes habilidades e níveis de experiência.

Com o mote da praticidade, a parafusadeira/furadeira à bateria oferece mais liberdade de movimento em comparação às versões com fio, podendo ser usada até mesmo em espaços como jardim ou oficina, sem se preocupar com fontes de energia próximas. O produto conta com uma bateria com carga completa de cinco horas, velocidade variável de 0 a 900 repetições por minuto e um LED frontal para facilitar a visualização da área de trabalho.

O Nível Tramontina em Polímero de Engenharia com Três Ampolas foi desenvolvido para auxiliar na medição correta de estruturas, ele possui três ampolas de nivelamento (de 0°, de 45° e outra de 90°) e régua graduada em centímetros e polegadas. Seu corpo possui perfil "I".

O Martelo de Unha Tramontina foi projetado para introduzir e remover pregos. Além disso, rasga e retira componentes estruturais de madeiras na construção ci-



vil. Sua cabeça é produzida em aço fixado com epóxi.

Ideal para armazenar e transportar ferramentas manuais e elétricas, as Caixas Sanfonadas Metálicas possibilitam armazenar pequenos objetos de uso que ajudam na rotina profissional ou nos pequenos reparos domésticos. Disponíveis com 3, 5 ou 7 gavetas, as caixas possibilitam o uso de cadeado para garantir a segurança dos itens.

Tem notado aumento de consumidores Do It Yourself das suas ferramentas?

O mercado de "Do It Yourself" (DIY) tem apresentado crescimento significativo nos últimos anos. Durante os períodos de isolamento causados pela pandemia, muitos consumidores passaram a realizar projetos de melhoria doméstica por conta própria, aumentando a demanda por ferramentas manuais e materiais de construção. No Brasil, por exemplo, quatro em cada dez usuários de internet aumentaram seus gastos com melhorias para o lar desde 2020. E com a chegada de novos lançamentos, a tendência é que esse mercado continue crescendo.

Na paralela, profissionais da construção, como pedreiros e mestres de obras, continuam sendo os principais compradores de ferramentas como carrinhos de mão e mangueiras de PEAD, pois utilizam esses itens em seu dia a dia. Embora o acesso a tutoriais e dicas online tenha facilitado pequenas reformas para alguns, a demanda principal ainda vem de quem já atua no setor e busca produtos duráveis, eficientes e de qualidade para suas atividades profissionais.

Recomendações aos revendedores: Para impulsionar as vendas desses produtos, é essencial que o ponto de venda ofereça uma experiência prática e atrativa. Permitir que os clientes manuseiem os produtos, sentindo o peso e a qualidade dos materiais, ajuda a transmitir confiança na compra. A organização também é um fator-chave, agrupando ferramentas complementares de forma estratégica para facilitar a escolha. A comunicação visual deve ser clara e eficiente, destacando os diferenciais dos produtos, como capacidade de carga, resistência e materiais utilizados.

A ambientação também faz diferença: criar um espaço que remete ao ambiente de obra, como um pequeno cenário simulando o uso real das ferramentas, pode ajudar o cliente a visualizar o produto em ação. Outro ponto importante é a presença de informações técnicas e comparativas. Ter placas e totens interativos que expliquem as características de cada modelo auxilia na escolha e evita dúvidas.

Além disso, treinamentos para a equipe e promoções estratégicas, como kits e descontos sazonais, tornam a experiência de compra mais atrativa. Integrar o PDV com conteúdos digitais, como QR Codes com vídeos explicativos e catálogos interativos, também facilita a decisão de compra e reforça a conexão com o público.

Mercado: Na visão da Tramontina, o mercado da construção civil em 2025 deverá continuar sua trajetória de crescimento, com projeções favoráveis. Esse cenário representa uma oportunidade significativa para a Tramontina, que se destaca pela sua forte presença no setor e pela oferta de produtos de alta qualidade.

O mercado de ferramentas deverá ser influenciado por várias tendências-chave. A digitalização e a automação continuarão a transformar o setor. A sustentabilidade também ganhará destaque, com consumidores exigindo práticas empresariais mais ecológicas e socialmente responsáveis. Além disso, a integração de experiências físicas e digitais, reformulará a interação com os clientes, proporcionando uma jornada de compra mais fluida e personalizada.

Essas tendências sugerem que o mercado de ferramentas em 2025 será marcado por inovação tecnológica, responsabilidade ambiental e uma experiência aprimorada para o consumidor. O mercado já está demonstrando crescimento e acreditamos que teremos um ano de muitas conquistas e retomada da economia. Enquanto isso, reforçamos que o mais importante continua sendo o cuidado com as pessoas: nossos funcionários, consumidores, parceiros lojistas e fornecedores.

VONDER

A VONDER é referência no desenvolvimento de ferramentas com elevado rigor técnico, tecnologia embarcada e alto desempenho. As Ferramentas Manuais são um best-seller da VONDER, com uma ampla e especializada gama que garante robustez, confiança, durabilidade e resistência para os trabalhos profissionais e industriais que fazem da VONDER uma das linhas mais completas do mercado.

As linhas de ferramentas manuais e elétricas da VONDER recebem constantes desenvolvimento que acompanham a evolução, tecnologia e principais tendências do mercado, pelo vasto mix de produtos é sem dúvida presença obrigatória nas revendas de material de construção e lojas especializadas para profissionais.

Uma tendência na linha de ferramentas manuais é a versão multifuncional, ampliando a versatilidade de uso por se adaptar às mais diferentes situações do dia a dia profissional. Um produto recém-lançado pela VONDER é o Alicate Multifunções com Cabeças Intercambiáveis 5 em 1, destinado a quem necessita de ferramentas versáteis e robustas, com ergonomia adequada e acima de tudo seguras.

A Chave Multifunção, Encaixe Sextavado, 12 mm a 19 mm VONDER é a ferramenta fundamental para realizar reparos e serviços de manutenção; certamente não pode faltar na caixa de ferramentas da empresa ou de casa e, por isso, também no ponto de venda especializado. Possibilita diversas utilizações com a mesma chave, pois sua cabeça tem sistema giratório em 360°. Sendo assim, facilita a seleção dos soquetes. Seus encaixes são fabricados com uma liga de aço muito resistente, o aço cromo molibdênio. O material oferece maior resistência e durabilidade à ferramenta.

Já entre as Ferramentas Elétricas, destacam-se itens como: furadeiras de impacto, parafusadeiras/furadeiras sem impacto, esmerilhadeiras, politrizes roto-orbitais, lixadeiras de parede, cortadores de parede, serras circulares, serras de esquadria, tupias, plainas, serras tico-tico, serras mármore, marteletes, vibradores de concreto e muitos outros, que reúnem atributos específicos que lhe conferem força, alto desempenho e segurança em uma linha profissional e industrial completa.

O foco de trabalho da Furadeira de Impacto 1/2" FIV 519 e Jogo com 19 Acessórios VONDER é força e potência de 500 W, desempenhando um excelente trabalho! Sua força rotacional adicional, proveniente do mecanismo de impacto, permite a perfuração de granitos, concretos, paredes de alvenaria, pedras, blocos, tijolos maciços, entre outros. As furadeiras de impacto exigem brocas de maior diâmetro para se trabalhar em materiais resistentes.

Conta com furadeira com interruptor eletrônico com pré-seleção de velocidade, o qual permite controlar a rotação da máquina, possibilitando iniciar um furo com



uma rotação baixa e aumentar gradativamente segundo a necessidade de perfuração. Conta ainda com sistema reversível, que facilita a retirada da broca caso ela trave durante a perfuração. Possui botão de trava do interruptor para trabalhos contínuos, punho auxiliar e limitador de profundidade, conferindo maior praticidade ao operador. Além de motor com dupla isolação, que garante maior segurança.

Estando disponível nas tensões 127 V~ e 220 V~, vem acompanhada de uma maleta contendo 19 acessórios, devidamente organizados e conferindo mais produtividade, praticidade e maior vida útil, além é claro, da facilidade de reunir em um único jogo as ferramentas mais usuais em diferentes trabalhos de reparos, instalação e manutenção.

Outro produto do segmento que merece destaque para o profissional da pintura é a Lixadeira de Parede LPV 950B da VONDER PLUS, que possui motor Brushless (sem escova de carvão) que garante maior durabilidade, resistência e desempenho. Conta com painel de controle eletrônico de velocidade com 7 níveis, luz de LED para melhor iluminação da área a ser trabalhada, aba da capa de proteção removível, capa de proteção giratória 360° e cabeça articulada, que facilitam o lixamento de cantos e permitem seguir os contornos da superfície. E ainda conta com válvula de alívio de sucção, possui cabo de extensão removível e acompanha bolsa para facilitar o armazenamento e transporte.

WORKER

O portfólio da Worker reúne itens com total liberdade para estruturação de um mix totalmente voltado para o perfil de negócios e proporcionando uma reposição rápida, o que leva a um baixo comprometimento de capital e alto retorno sobre o investimento. "Os nossos produtos também beneficiam o pequeno varejo, que tem mais opções à sua disposição e pode centralizar as compras em um único fornecedor, cuja reputação é sinônimo de qualidade. Entre os produtos pensados e produzidos para facilitar o dia a dia de lojistas e empresários, estão: chave de impacto, alicate crimpador e lavadora de alta pressão", explica Vinicius Bueno, Gestor de Coligadas.

A Chave de Impacto é equipada com tecnologia Brushless, que garante eficiência máxima e vida útil prolongada. Ideal para aplicações que demandam alto desempenho e durabilidade, é leve e compacta, além de ter indicador de LED e design sem fio que garante mais praticidade e oferece liberdade de movimento para trabalhos em locais de difícil acesso. Como tem um torque maior em baixa rotação e encaixe para diferentes tipos de trabalho, é a solução perfeita para apertar e soltar parafusos com rapidez e precisão, sendo indispensável em oficinas, marcenarias, construções e outras atividades profissionais que demandam potência e qualidade.

Potente, versátil e seguro, o Alicate Crimpador Hidráulico a Bateria ACW 400 conta com sistema hidráulico de alta pressão e tecnologia inteligente com um visor digital que permite controle dos ciclos de crimpagem e monitoramento da carga de bateria, garantindo mais eficiência e segurança no trabalho.

A Lavadora de Alta Pressão LW 1.305 é indicada para limpezas em geral, incluindo veículos, máquinas, calçadas e fachadas. Leve e compacta, garante uma remoção maior de sujeiras devido à alta pressão de saída de água, além de mais eficiência com menos consumo de água. Tem um sistema de segurança com desligamento automático, alça para transporte e jato d'água ajustável.

Tem notado aumento de consumidores Do It Yourself das suas ferramentas?

"Consumidores têm incorporado o conceito Faça Você Mesmo cada vez mais em sua rotina, o que reflete na demanda por ferramentas elétricas e manuais que facilitam o trabalho com grande eficiência. O crescimento desse mercado está relacionado à possibilidade de compras seguras por e-commerce sem sair de casa, com mais praticidade e economia a partir de pesquisas comparativas de produtos".

Recomendações aos revendedores: "A exposição dos produtos Worker em PDV pode ser feita por meio de fachadas, expositores, capacitações e ações de vendas. Os principais lançamentos da marca são apresentados em vídeos em canais digitais, com uma linguagem acessível que promove o compartilhamento de informações enquanto fortalece a conexão entre consumidores, lojistas e o público em geral".

Mercado: "O mercado de Construção Civil possui demandas de ampliação da capacidade produtiva. Levando isso em consideração, os lançamentos das linhas de produtos Worker estão aliados a novos projetos de expansão da companhia, oferecendo tecnologia de alta performance a um público cada vez mais exigente, que busca mais produtividade e ganho de tempo".







BOSCH
Linha Bateria, **Linha a Cabo**, itens industriais



CORTAG
Ampliação da **Linha de Ventosas**.
Conta com um sistema de auto sucção, proporcionando maior agilidade. Há também a opção manual, que apresenta ótimo desempenho tanto em superfícies lisas quanto rugosas e possui uma linha de segurança que indica perda de sucção. Complementando a linha, o modelo com manômetro permite um controle ainda maior, pois indica continuamente o nível de pressão da sucção.



Ventosa Vibratória MAC-100 equipamento projetado com motor brushless, que não usa escovas de carvão e é mais eficiente e potente que os motores tradicionais.



Desempenadeira Elétrica. Desenvolvida para proporcionar conforto e permitir uso prolongado sem fadiga, a desempenadeira elétrica é ergonômica e possui cabo plástico para uma pegada protegida. Seu comprimento e largura permitem trabalhos em diferentes superfícies, enquanto sua potência de 720 W garante alto desempenho no desempeno do reboco e no lixamento da parede.



Nível a Laser 3D. O produto projeta linhas horizontais e verticais em 360 graus para medições precisas e alinhamentos de estruturas. Conta com painel de controle para ajuste da intensidade do laser, modo piscante, trava do pêndulo e controle individual das linhas.



FERRAMENTAS THOMPSON
Linha de chavarias, com mais de 20 chaves, entre elas chaves combinadas, Torx, Fixas, Estrela, Canhão e Soquetes.



GALO DESEMPENADEIRAS

As **espátulas dentadas** têm dentes com dimensões variadas de 1mm a 5mm atendendo toda a amplitude de aplicações de resinas. As **espátulas de cantos e quintas** têm uma configuração inedita no mercado, apresentando um único cabo metálico e duas ferramentas superiores intercambiáveis, permitindo flexibilidade e praticidade para os trabalhadores da construção civil.











GRUPO VELLORE

A Famastil, ampliou o catálogo de ferramentas de medição e precisão, com destaque para o **Medidor de Temperatura a Laser**, a **Trena Digital a Laser** e o **Nível a Laser**, que garantem mais exatidão e eficiência em medições. Além disso, trouxemos o **Motoesmeril de Bancad**a, uma ferramenta robusta para afiação e acabamento, essencial para oficinas e profissionais do setor



IRWIN

Martelo de Pena, especialmente projetado para golpear formões e talhadeiras, além de auxiliar no posicionamento de estacas e cunhas.

Martelo Bola, ideal para moldagem e criação de curvas em madeira e metais. Equipado com uma cabeça em aço carbono forjado e polido, oferece resistência superior e precisão em cada golpe.





STANLEY

Caixa Baú com 3 gavetas com jogo de ferramentas mecânicas de 126 peças - STMT98107-LA.



TRAMONTINA

O **Martelo de Unha Tramontina** foi projetado para introduzir e remover pregos. Além disso, rasga e retira componentes estruturais de madeiras na construção civil.
Sua cabeça é produzida
\em aço fixado com epóxi.



A **Furadeira de Impacto** permite que a broca perfure com maior facilidade as superfícies resistentes, tornando possível lidar não só com madeira, plástico e metal, mas também com materiais densos, como concreto, alvenaria e pedra, com maior eficiência do que as opções convencionais. Com 550w de potência, o modelo de impacto reduz a quantidade de esforço físico necessário no manuseio.



Parafusadeira/furadeira a bateria oferece mais liberdade de movimento em comparação às versões com fio, podendo ser usada até mesmo em espaços como jardim ou oficina, sem se preocupar com fontes de energia próximas. O produto conta com uma bateria com carga completa de cinco horas, velocidade variável de 0 a 900 repetições por minuto e um LED frontal para facilitar a visualização da área de trabalho.



Caixas Sanfonadas Metálicas possibilitam armazenar pequenos objetos de uso que ajudam na rotina profissional ou nos pequenos reparos domésticos.



O **Nível Tramontina em Polímero de Engenharia com Três Ampolas** foi desenvolvido para auxiliar na medição correta de estruturas, ele possui três ampolas de nivelamento (de 0°, de 45° e outra de 90°) e régua graduada em centímetros e polegadas.

POR UMA ÁGUA MELHOR PARA UMA VIDA MELHOR!

Em referência ao **Dia Mundial da Água**, reforçamos o seu papel fundamental na saúde. Porém, mais do que beber a quantidade certa, **é preciso consumir qualidade.**

É por isso que há 16 anos nos dedicamos a soluções para toda a casa, como os **filtros para caixa d'água**, que se ajustam às necessidades de cada local.



Conheça mais aqui!

ACQUABIOS

www.filtrosacquabios.com.br

ACQUABIOS

macau







STARRETT

Destaques para as **lixas abrasivas**, além de uma nova opção de **estilete de segurança**, uma linha renovada de **serras de fita para madeira**, ampliações nas categorias de serras tico-tico e serras sabre.





VONDER

O **Alicate Intercambiável** é composto por um sistema especial que permite a troca rápida das cabeças para adequar-se às funções de alicate universal, decapagem de fios de 0,6 mm² até 2,6 mm², crimpadora de fios com diâmetro de 1,5 mm² a 6,0 mm², corte de fios de no máximo 16 mm² e tesoura para cortar chapas metálicas de até 0,3 mm de espessura.

Furadeira de Impacto 1/2" FIV 519 e Jogo com 19 Acessórios VONDER é força e potência de 500 W, desempenhando um excelente trabalho! Sua força rotacional adicional, proveniente do mecanismo de impacto, permite a perfuração de granitos, concretos, paredes de alvenaria, pedras, blocos, tijolos maciços, entre outros. As furadeiras de impacto exigem brocas de maior diâmetro para se trabalhar em materiais resistentes.

Chave Multifunção, Encaixe Sextavado, 12 mm a 19 mm, VONDER. Seus encaixes são para medidas: 12 mm, 13 mm, 14 mm, 15 mm, 16 mm, 17 mm, 18 mm e 19 mm. Tem um comprimento aproximado de 255,0mm e pesa cerca de 0,53kg. Aperta e solta porcas e parafusos sextavados. Para um melhor aproveitamento e maior vida útil, não deve ser utilizada com prolongadores, pois isso aumentará o torque aplicado e diminuirá a vida útil da ferramenta.



Lixadeira de Parede LPV 950B da VONDER PLUS, que possui motor Brushless (sem escova de carvão) que garante maior durabilidade, resistência e desempenho.





WORKER

A **Chave de Impacto** é equipada com tecnologia Brushless, que garante eficiência máxima e vida útil prolongada. Ideal para aplicações que demandam alto desempenho e durabilidade, é leve e compacta, além de ter indicador de LED e design sem fio que garante mais praticidade e oferece liberdade de movimento para trabalhos em locais de difícil acesso.

Alicate Crimpador Hidráulico a Bateria ACW 400 conta com sistema hidráulico de alta pressão e tecnologia inteligente com um visor digital que permite controle dos ciclos de crimpagem e monitoramento da carga de bateria, garantindo mais eficiência e segurança no trabalho.



ChemiColor

TINTAS 250ml:
ATUADOR COM VÁLVULA 360°



imagens meramente ilustrativas.

Praticidade, eficiência e acabamento impecável em cada etapa.



Atuador Exclusivo

- Atuador anatômico para maior conforto;
- Aplicações suaves e práticas em todas as posições;
- Evita entupimentos, garantindo uma aplicação contínua;
- Trava de segurança para maior controle e proteção.

CHEMICOLOR.
ALÉM DAS TINTAS.

Siga-nos no Instagram e fique por dentro das novidades!

@tintaschemicolor

Acesse o **QR Code** e solicite o contato de um de nossos consultores de vendas.

BASTON



INVISÍVEL, MAS FUNCIONA

Os produtos para fazer funcionar bem os sistemas hidráulicos de uma residências têm que ter bom desempenho para transmitir segurança aos consumidores.

AMANCO

Em 2025, a Amanco Wavin continua a se expandir e fortalecer sua atuação, com destaque para o aumento da capacidade produtiva e a inovação de soluções para infraestrutura, saneamento e instalações prediais. "Um dos grandes destaques é o lançamento do Amanco Wavin K5, um sistema de condução flexível para água quente e fria, que entre seus diferenciais, se destaca o alerta sonoro nas conexões, indicando quando uma instalação está mal executada, através de teste de pressão com ar. Por ser um sistema flexível, proporciona maior produtividade e economia, já que reduz o tempo de instalação significativamente, comparado aos sistemas rígidos. Seu lançamento está previsto para o segundo semestre deste ano", informa Ricardo Faulin, Gerente de Estratégia de Mercado e Inovação Brasil e Argentina.



No ano passado a empresa trabalhou os seguintes produtos: Tubo BIAX: Desenvolvido para adução de água bruta, água tratada e recalque de esgoto sanitário, o BIAX é um tubo de PVC biorientado (PVC-O), que combina alta resistência mecânica e baixo peso, ideal para aplicações de água potável, água bruta, esgoto pressurizado e se destaca pela leveza, resistência e alto desempenho hidráulico, sendo 80% mais leve que o ferro fundido e altamente durável, mesmo sob variações de pressão e impactos; Grelha Vórtice Abre-e-Fecha: Produzida em plástico ABS na cor branca, a novidade amplia a competitividade da linha ao oferecer uma alternativa ao modelo em inox já disponível.

O novo design segue tendências do mercado, proporcionando um visual moderno e padronizado; Calha Moldura para Beiral: A linha é composta por perfis, condutores e conexões em PVC, proporcionando uma solução eficiente para a captação e direcionamento de águas pluviais em telhados com beiral. Leves, duráveis e fáceis de instalar, as calhas são resistentes à corrosão e aos raios UV, além de permitirem uniões rápidas e diversas aplicações em construções residenciais, comerciais e industriais; QuickStream: O Amanco Wavin QuickStream continuou se destacando em 2024 como um sistema sifonado de alta performance para captação de águas pluviais. É ideal para projetos de coberturas de qualquer tipo, seja residenciais, comerciais e industriais, principalmente em grandes áreas de telhados.

Recomendações aos revendedores: "A experiência do consumidor no ponto de venda é essencial para que ele compreenda os diferenciais das nossas soluções. Por isso, é fundamental que os revendedores criem um ambiente que facilite essa interação. Uma abordagem eficaz é investir em demonstrações interativas, permitindo que os clientes vejam de perto a qualidade dos produtos e compreendam seu funcionamento. Além disso, materiais explicativos são indispensáveis, seja por meio de folhetos informativos ou QR Codes que direcionam para vídeos e conteúdos digitais sobre instalação e benefícios. Outro ponto importante é a capacitação da equipe. Ter profissionais bem treinados, que conheçam em detalhes cada produto, faz toda a diferença no momento da venda. Também incentivamos que as revendas reforcem o apelo sustentável das nossas soluções, já que a demanda por alternativas ambientalmente responsáveis cresce a cada ano. Muitos consumidores buscam maneiras de economizar água e reduzir impactos ambientais, e destacar esses benefícios pode ser um fator decisivo na escolha do cliente".

Mercado: "Para 2025, a expectativa é de um cenário desafiador, porém promissor. Continuaremos investindo em inovação e no desenvolvimento de soluções sustentáveis, com foco especial na gestão de água e saneamento. O aumento da demanda por soluções mais eficientes e responsáveis reforça a importância de tecnologias que promovam o uso consciente dos recursos naturais.

Nosso objetivo é 'fazer acontecer' em diferentes camadas da sociedade e segmentos estratégicos da construção civil. Com negócios consolidados junto a consumidores, instaladores e varejistas, enxergamos no setor de infraestrutura uma oportunidade essencial para expandir nossa atuação. Nossa participação em projetos de saneamento, seja por meio de produtos ou serviços, fortalece nossa conexão com a sociedade e contribui diretamente para que o país avance em direção às metas do Marco Regulatório do Saneamento, garantindo acesso seguro à água potável e esgotamento sanitário ao maior número de pessoas possível".

BLUKIT

A Blukit destaca como lançamento deste ano o duchão que alterna a pressão entre a água da rede pública e a água do reservatório, garantindo que a pressão da rede abasteça diretamente os pontos de consumo da residência. E caso ocorra falta de água da rede, faz o uso da água armazenada na caixa d'água, evitando a falta de abastecimento. "A Válvula Redutora de Pressão com Manômetro Integrado é outro lançamento importante. É essencial para manter a pressão controlada, dentro dos parâmetros de utilização de aparelhos hidráulicos, garantindo segurança e eficiência", destaca Douglas Muller, Coordenador de Marketing.



"Os itens são vendidos separadamente, mas pensando na comodidade para o consumidor criamos o Kit completo para atender perfeitamente o consumidor", conclui.

Recomendações aos revendedores: "Uma solução prática para mais conforto e economia! O Kit Válvula Redutora de Pressão com Duchão da Blukit mantém o fluxo controlado, evitando surpresas no dia a dia. Destaque para os benefícios: Conforto – Acaba com oscilações de pressão; Economia – tenha mais pressão na sua residência com um custo baixo; Fácil instalação – prático e simples de instalar e sem necessidade de obras".

Mercado: "O setor de hidráulica em 2025 deve crescer com a retomada da construção civil e investimentos em infraestrutura. A demanda por soluções sustentáveis, como produtos economizadores de água, deve seguir em alta. A inovação precisa ser constante para facilitar o dia a dia dos profissionais bem como os consumidores finais. Para se destacar, as empresas devem focar em qualidade, diferenciação e inovação".

CHESIQUIMICA

"Somos uma empresa com 28 anos de atuação no setor químico, mas ainda jovem no segmento de aerossóis, onde estamos há apenas nove anos. Em 2021, redefinimos nosso foco estratégico e consolidamos o aerossol como o principal negócio da companhia. Como resultado dessa decisão, registramos um crescimento de 742% no faturamento nos últimos quatro anos.

Embora o mercado não tenha evoluído na mesma velocidade, alcançamos esse resultado por meio de planejamento, estratégia e profundo conhecimento do segmento. Investimos na inovação, construímos uma identidade forte e desenvolvemos produtos de excelência com preços acessíveis ao consumidor brasileiro. Nossa equipe de desenvolvimento, comercial e marketing



trabalhou intensamente na análise de dados e, nesse período, lançamos 49 novos itens. Muitos desses produtos já existiam no mercado, mas com propostas pouco expressivas. Nosso diferencial foi trazer vida e percepção de consumo ao usuário", explica Bruno Vulcanis, Gerente de Marketing e Design da Chesiquímica.

E acrescenta que o principal lançamento deste ano promete transformar o setor: a primeira linha de produtos aerossóis para preparação, montagem e adesão em tubos e conexões de PVC e CPVC (água fria e quente). "São quatro itens que irão revolucionar o mercado. Com esses lançamentos, reafirmamos nosso compromisso com a inovação, oferecendo soluções eficientes, práticas e seguras para o mercado. Estamos prontos para continuar essa trajetória de crescimento e transformação".

Bruno fala dos principais lançamentos realizados no ano passado: "Em 2024, um dos nossos principais lançamentos foi a linha de tintas vintage da marca Etaniz. Inspirada nos anos 70, essa coleção resgata a essência de uma década marcada por grandes transformações culturais e sociais, trazendo cores e nomes que remetem à época: Abajur, Calça Jeans, Doce Infância, Festa de Arromba, Fim de Tarde, Manhã de Sol, Tropicália e Cadillac. Cada cor carrega uma história e um sentimento, transformando simples pinturas em verdadeiras expressões artísticas".

Recomendações aos revendedores: "O comportamento do consumidor brasileiro tem uma característica marcante: a necessidade de tocar, pegar e sentir o produto antes de adquiri-lo – o famoso "ver com a mão". Esse hábito reflete a busca por confiança na qualidade, textura e usabilidade dos itens, tornando a experiência sensorial um fator decisivo na hora da compra.

Diante dessa realidade, é fundamental que as marcas ofereçam acesso direto aos produtos sempre que possível. Disponibilizar amostras, áreas de demonstração ou até mesmo embalagens que permitam a interação física pode ser um grande diferencial na experiência do cliente. Além disso, contar com colaboradores bem-preparados para apresentar as características do produto de forma rápida, prática e em linguagem acessível faz toda a diferença. A abordagem direta e objetiva facilita a tomada de decisão do consumidor, tornando o processo de compra mais eficiente e satisfatório. Em um mercado cada vez mais competitivo, compreender e atender às preferências do público é essencial. Proporcionar essa conexão entre cliente e produto fortalece a marca e impulsiona melhores resultados. Afinal, quando o consumidor vê, toca e entende o que está comprando, a decisão de levar para casa se torna muito mais natural".

Mercado: "O cenário atual é desafiador e exige velocidade, eficiência e praticidade para se destacar. Em um mercado onde quem entrega mais rápido e com maior qualidade leva vantagem, os fabricantes enfrentam um grande desafio: oferecer produtos de excelência a um preço justo, que esteja ao alcance do consumidor. Essa missão se torna ainda mais complexa em um país de dimensões continentais, como o Brasil, onde as diferenças regionais influenciam hábitos de consumo, logística e estratégias comerciais. Atender a essa diversidade requer planejamento, inovação e adaptação constante. Mais do que nunca, as empresas precisam equilibrar custo e qualidade, garantindo que seus produtos não apenas cheguem ao mercado".



ESTRELA

Tiago Vizzari, CEO da Estrela, anuncia a participação da empresa na Feicon onde apresentarão cerca de 200 itens nos grupos de produtos de Acessórios Hidráulicos, Caixas Sanfonadas, Conexões Reparos, Grelhas Tampões e Coletores, Ralos e Grelhas, Registros de Esfera, Válvula, Filtros e Bloqueadores. "Em 2024, destacamos os lançamentos exclusivos de nossa marca, como a Válvula Vedágua, Luva de Expanão e Filtro Y em PVC".

Recomendações aos revendedores: "Oferecemos para as revendas parceiras diversos displays para expor nossas linhas de produtos, o que vem trazendo ótimos resultados.

Esse ano estaremos lançando o Display com Gancheiras para facilitar a exposição de todo nosso mix de autosserviço".

Mercado: "Apesar das crises econômicas e políticas que o país vem passando, estamos otimistas em buscar um crescimento ainda maior este ano.

Isto devido à vários investimentos na marca, participação em feiras, lançamento de produtos e expansão da equipe de Representantes Comerciais em todo o Brasil. Nossa expectativa é de um crescimento acima de 30% para 2025".

GRUPO KRONA

"O Grupo Krona está sempre preocupado em atender as necessidades de mercado com excelência, na oferta de produtos que tragam funcionalidade, comodidade e eficiência para o consumidor. Para isso, nossa área de desenvolvimento se empenha em estudos e pesquisas para termos diferenciais no portfólio das nossas cinco marcas. Para este ano, são várias as novidades prestes a ingressar no mercado, com foco neste começo de temporada para o início das vendas do Ralo Touch, da Elleve. Como uma corporação voltada para soluções hidráulicas, em 2024, tivemos inúmeros destaques nas prateleiras, como a linha Allure, da Viqua, que chegou com a nova cor ônix; os tubos, conexões e acessórios Krona Ultraterm, uma linha de alta eficiência para projetos que demandam fluxo de alta temperatura; o modelo oculto da Ralo Linear Novii, que oferece um dos melhores custo-benefício do mercado e valoriza o conceito decor, e o ralo modular Top-Max, com infinitas soluções de montagem rápida e fácil. Além da nossa Linha Krona Ultraterm, com um catálogo que envolve 22 itens, desde tubos, conectores, buchas, joelhos, luvas, tês e curvas, todos produzidos em CPVC, além dos adesivos plásticos, a linha Ultraterm atende a projetos residenciais, comerciais e industriais que exigem tubulações de alta resistência, preparadas para o fluxo de água com altas temperaturas e/ou pressões", explica Júlio Grein, Diretor Comercial e Marketing do Grupo Krona.

Recomendações aos revendedores: "A apresentação dos produtos do Grupo Krona tem um cuidado especial durante todo o processo de desenvolvimento. E isso se reflete nos pontos de venda: nossas equipes especializadas estão em constante treinamento nas revendedoras e observam a forma como as marcas são entregues ao público. Organização, informações claras, evidenciar as vantagens da solução, destaque para os itens que são o carro-chefe do segmento e que também têm mais saída naquele estabelecimento são algumas das nossas premissas. Utilizar os materiais de comunicação oferecidos pelo grupo, que ressaltam eficiência, funcionalidade, estética e qualidade, e fazer uma leitura concisa do comportamento do consumidor são determinantes para que a apresentação das soluções seja atrativa e que ajude o cliente a decidir pela compra das nossas marcas".

Mercado: "O setor da construção civil, embora com uma projeção de crescimento mais tímida que a de 2024, deve continuar sendo um dos pilares do desenvolvimento econômico este ano. Existem desafios, claro: os investimentos em infraestrutura e a escassez de mão de obra qualificada são alguns dos fatores que devem influenciar no cenário menos aquecido. Por outro lado, ino-



vação tecnológica continua sendo propulsora do segmento. Além disso, a sustentabilidade será um fator cada vez mais determinante. O setor está passando por uma transformação, com a adoção de soluções mais eficientes e sustentáveis, alinhadas às exigências ambientais e à demanda por construções mais inteligentes e resilientes. No Grupo Krona, estamos atentos a esse movimento e seguimos investindo em inovação e práticas que elevem a eficiência e a qualidade dos nossos produtos, contribuindo para um mercado mais dinâmico e sustentável".



GRUPO SOPREMA

"As novidades do Grupo Soprema para este ano são voltadas para os novos produtos de impermeabilização, os quais poderão servir como benefício e facilitador na execução da impermeabilização, mas temos um produto que se destacou no ano passsado: o BOCAL SOPREMA DE SAÍDA DE ÁGUA", explica Sergio Guerra, presidente do Grupo Soprema.

Recomendações aos revendedores: "Explorar a facilidade de colocação e a compatibilidade do acessório com o sistema de impermeabilização, principalmente das mantas asfálticas, na qual é sabido que pontos de coletores de água, como ralos e bocais, são pontos críticos e passíveis de falhas executivas e refazimento por parte do executor. Impermeabilize com os acessórios especiais e reforce ainda mais a durabilidade de sua impermeabilização".

Mercado: "Ampliar a cultura nas obras do uso de acessórios hidráulicos para facilitar e garantir uma melhor impermeabilização".

SHIVA

"A Shiva, referência no mercado de conexões em PVC e líder no segmento de grandes bitolas, segue inovando para atender às demandas de um setor dinâmico e exigente. Com mais de 20 anos de experiência, a empresa possui uma capacidade instalada para processar 1.800 toneladas de PVC por ano, investindo constantemente em novas tecnologias para aprimorar suas conexões", diz Marcio Selmi Castelli, Sócio Diretor da Shiva.



Marcio destacou que no ano passado, a Shiva continuou ampliando seu portfólio de produtos com a aquisição da linha completa para conexões em Bucha e Latão, além de grandes investimentos em ferramental e máquinas para a linha de 250 e 300mm Esgoto Injetado.

Com base em sua expertise, a empresa lançou a família de 250mm injetados com Luva e Cap,oferecendo maior resistência, qualidade e durabilidade.

"Para esse ano a Shiva segue ampliando seu portifólio, e apresenta o recém-lançado Joelho 90° Esgoto Branco 250mm, o primeiro injetado no Brasil. Mantendo a tradição e o pioneirismo, a Shiva segue investindo em tecnologias avançadas, garantindo melhor vedação, maior resistência a impactos e facilidade de instalação, tornando as obras mais rápidas e eficientes. Para aumentar a produtividade e qualidade, a Shiva modernizou seu Laboratório de Qualidade, adquirindo novos equipamentos para garantir maior controle dos produtos e conformidade com as normas ABNT. Em 2024, a empresa ampliou seu parque fabril em 25% e inaugurou uma nova filial em Minas Gerais. Essa unidade seguirá os padrões de excelência da Shiva, aprimorando e agilizando o atendimento a clientes da região e facilitando o escoamento dos produtos para os estados de Minas Gerais, São Paulo, Rio de Janeiro, Goiás, Mato Grosso, além do Norte e Nordeste do Brasil".

Mercado: "O setor de tubos e conexões em PVC segue aquecido, com grandes oportunidades de crescimento em infraestrutura e construção civil. Empresas que investirem em inovação, sustentabilidade e eficiência logística estarão melhor posicionadas para atender às demandas do mercado em 2024. Com investimentos governamentais e privados na ampliação do saneamento básico, visando atender às exigências do Novo Marco do Saneamento, a procura por tubos e conexões em PVC deve aumentar, especialmente para obras de abastecimento de água e redes de esgoto. A Shiva reafirma seu compromisso com a qualidade, inovação e crescimento sustentável, oferecendo soluções eficientes para um setor cada vez mais exigente".

SINTEX

"Temos várias novidades na parte de duchas higiênicas e registros. Estamos lançando a Ducha Higiênica Quadra nas versões saída dupla e única. No ano passado, tivemos um excelente resultado com as Duchas Higiênicas Elegance Duo e Mono e com o registro de saída dupla", informa Enio Bernardes, Diretor da Sintex.



E continua: "A Ducha Higiênica Quadra possui um design inovador e suporte magnético, e está à venda nas versões de saída dupla — que permite a instalação utilizando o ponto de água que alimenta a cisterna sanitária acoplada — e única. Esses produtos oferecem um jato uniforme de pulverização, com uma mangueira que permite alcance total sem esforço. No ano passado, tivemos um excelente resultado com as Duchas Higiênicas Elegance Duo e Mono, que contam com um gatilho ergonômico fácil de usar e um suporte articulado de 360°, além do registro de saída dupla, que pode ser utilizado em aquecedores elétricos, duchas higiênicas e lava-louças".

Recomendações aos revendedores: É preciso enfatizar a praticidade e design inovador destes lançamentos, especialmente o suporte magnético das Duchas Higiênicas Quadra Duo e Mono. A apresentação no ponto de venda deve ser chamativa, com materiais de comunicação que reforcem os benefícios dos produtos. Também é importante que as mercadorias estejam organizadas de maneira que facilite a comparação e atraia o olhar dos consumidores".

Mercado: "Em 2025, as tendências de sustentabilidade e eficiência energética devem seguir com força, com os consumidores buscando produtos que não apenas tenham qualidade, mas também tenham um bom custo-benefício e contribuam para a redução do impacto ambiental. Na Sintex, vamos continuar produzindo tecnologias que tornam nossos produtos mais econômicos e ecológicos. Ao mesmo tempo, o mercado global continua sendo uma oportunidade para expansão. Na Sintex, seguimos avançando na internacionalização, com forte presença na América Latina e em mercados africanos, adaptando nossos produtos e embalagens às necessidades desses consumidores".

• SHOWROOM • SHOWROOM • SHOWROOM •



BLUKIT

O **Kit Válvula Redutora de Pressão com Duchão** que contém: Válvula Duchão; Válvula Redutora de Pressão com Manômetro; Mangueira e TE.





AMANCO

Tubo BIAX. Desenvolvido para adução de água bruta, água tratada e recalque de esgoto sanitário, o BIAX é um tubo de PVC biorientado (PVC-O), que combina alta resistência mecânica e baixo peso, ideal para aplicações de água potável, água bruta, esgoto pressurizado e se destaca pela leveza, resistência e alto desempenho hidráulico, sendo 80% mais leve que o ferro fundido e altamente durável, mesmo sob variações de pressão e impactos. Por ter as paredes internas lisas, reduz o atrito do fluido em transporte, refletindo na eficiência energética quando comparado a outros tubos plásticos e tubos metálicos.



Grelha Vórtice Abre-e-Fecha. Produzida em plástico ABS na cor branca, a novidade amplia a competitividade da linha ao oferecer uma alternativa ao modelo em inox já disponível. O novo design segue tendências do mercado, proporcionando um visual moderno e padronizado. Com sistema de fechamento, evita o retorno de odores e insetos do esgoto, além de ser resistente à corrosão e compatível com diversos ralos e caixas.

QuickStream. É ideal para a projetos de coberturas de qualquer tipo, seja residenciais, comerciais e industriais, principalmente em grandes áreas de telhados. Seus diferenciais vão desde a facilidade de instalação até a possibilidade de redução de materiais na obra, além de oferecer total segurança na coleta de qualquer volume de água de chuva.

CHESIQUÍMICA

Linha de produtos aerossóis para preparação, montagem e adesão em tubos e conexões de PVC e CPVC (água fria e quente).



Lubrificante Spray
Ideal para juntas elásticas e tubos de PVC.



Solução Preparadora Spray
Desenvolvida para tubos e conexões.



Cola Cano Spray Água Fria
Adesivo instantâneo para colagem de tubos e conexões em PVC.



Cola Cano Spray Água Quente
Adesivo instantâneo para colagem de tubos e conexões em CPVC.

ESTRELA

A **VÁLVULA VEDÁGUA** é utilizada para facilitar a manutenção em pontos de água, permitindo realizar a troca de torneiras ou engates sem a necessidade de desligar o registro local.





A **LUVA DE EXPANSÃO** é recomendada para conectar e ajustar o comprimento de ligações hidráulicas de PVC, permitindo um movimento livre de 1cm para expansão ou retração na tubulação, facilitando manutenções em tubulações de água fria.



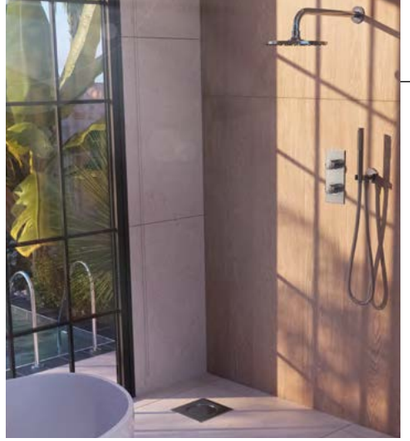
O **FILTRO Y EM PVC** ajuda a para proteger equipamentos e ligações hidráulicas, removendo partículas e sujeiras que podem prejudicar a instalação em tubulações de água fria.

GRUPO SOPREMA

BOCAL SOPREMA DE SAÍDA DE ÁGUA é um elemento pré-fabricado e fornecido para ralos de 50, 75 e 100 mm de diâmetro. É usado em coberturas com sistemas impermeáveis feitos com mantas asfálticas (poderá ser usado com outros sistemas, porém validado com o departamento técnico) como elemento para o transporte de água da chuva para canos.







GRUPO KRONA

Elleve – Ralo Touch: inovação em sistemas de escoamento, o Ralo Touch possui um mecanismo de abertura e fechamento totalmente autônomo, acionado com o peso da água. A peça é resultado de um trabalho de pesquisa que buscou reunir em um único produto a eficiência de fluidez da água, a segurança em saúde, estética clean e uma tecnologia inovadora, inexistente no mercado nacional.



Novii – Ralo Linear Oculto: o modelo que tem o conceito de valorizar o revestimento traz estilo e beleza ao ambiente. Disponível nos tamanhos de 25 cm, 50 cm e 75 cm de comprimento, atende a diversos tipos de projetos. Produzido com matéria-prima de alta qualidade, tem um excelente custo-benefício e garantia de eficiência no escoamento.



Viqua – linha Allure: as linhas Allure Décore e Allure Vitalité têm torneiras que, além de eficientes, atendem a critérios de sofisticação e novidade com a cor ônix. Na Allure Décore, são três opções de peças: a torneira de bica alta para banheiro e os modelos de bica móvel para cozinha, que podem ser instalados na parede e na mesa. Já a linha Allure Vitalité possui o diferencial do purificador de água, com dois modelos de peças (para mesa e para parede), ambos com bica móvel.

SHIVA

Joelho 90° Esgoto Branco 250mm, o primeiro injetado no Brasil.





SINTEX

A **Ducha Higiênica Quadra** possui um design inovador e suporte magnético, e está à venda nas versões de saída dupla — que permite a instalação utilizando o ponto de água que alimenta a cisterna sanitária acoplada — e única.

A bucha que seu drywall precisa só pode ser

Produtos fix 57 anos

FIXANDO QUALIDADE!





Conheça nossos produtos.

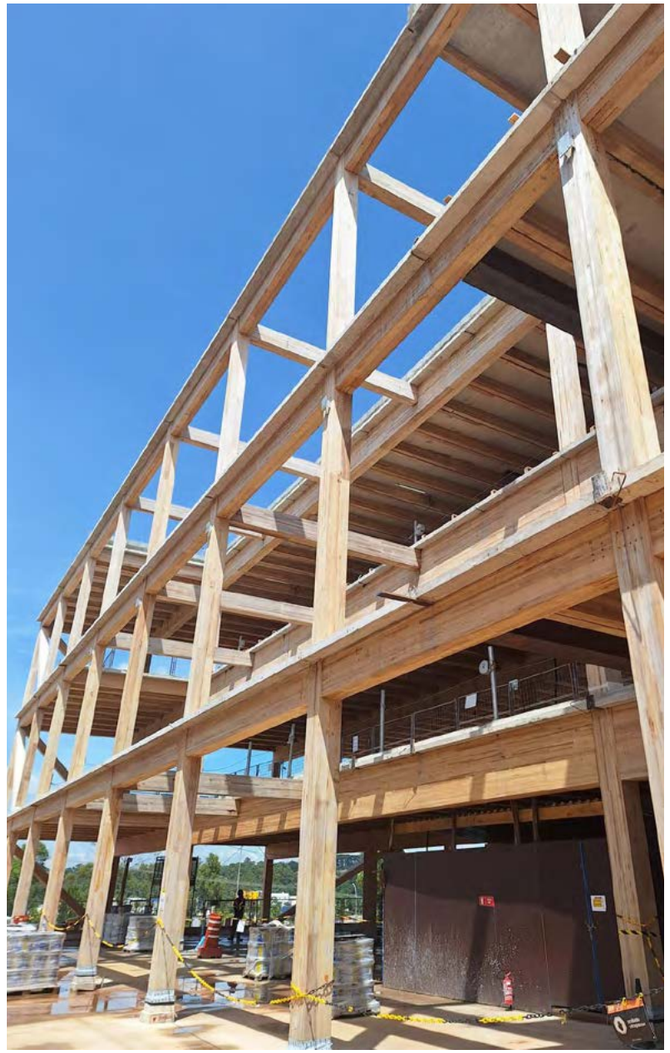
(21) 99440-7714

(21) 3890-0180
3860-4907
3860-0766

fix@fix-all.com.br

www.fix-all.com.br

HENKEL CONSTRÓI INSPIRATION CENTER



A Henkel iniciou as obras do primeiro Centro de Inovação e Tecnologia da Henkel na América Latina, denominado de Inspiration Center Jundiaí, com conceitos sustentáveis e tecnológicos que refletem o compromisso da Henkel com a inovação e o cuidado com o meio ambiente.

A conclusão da obra está prevista para o terceiro trimestre de 2025.

A escolha do Brasil para sediar o empreendimento se deve ao fato do país ter setores industriais robustos, nos quais os adesivos industriais e de consumo desempenham um papel importante. O Brasil é celeiro de tecnologia e desenvolvimento de soluções para as necessidades específicas de nossos clientes, o que confere à nossa operação brasileira um papel central no desenvolvimento de oportunidades para escalabilidade dos negócios e um hub estratégico de exportações. O empreendimento possui laboratórios de pesquisa e desenvolvimento, além de painéis solares, energia limpa e sistemas de reutilização de água – elementos que fazem parte de um conceito sustentável e tecnológico.

O Henkel Inspiration Center Jundiaí terá soluções sustentáveis dentro da construção como madeira engenheirada em um de seus edifícios, composta por camadas de madeira certificada de manejo responsável. Com o emprego da madeira engenheirada, a expectativa é capturar cerca de 500 toneladas de CO_2, reduzindo a dependência de cimento e concreto na construção. A estrutura deste edifício dispensa o uso de pregos ou parafusos.

Também está planejada a implementação de mais de 400 painéis solares, a adoção de energia totalmente limpa no complexo e práticas de reutilização de água.

ABILUX RENOVA **PARCERIA**



O Lux Brasil (Projeto de Exportação da Indústria Brasileira de Iluminação), resultado da parceria entre a ABILUX (Associação Brasileira da Indústria de Iluminação) e a ApexBrasil (Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos), que há 15 anos atua de forma ampla e contínua na promoção das empresas brasileiras do setor de iluminação em mercados internacionais, acaba de ser renovado. O novo ciclo, referente ao período 2025-2027, prevê investimentos totais de R$ 5,4 milhões, considerando R$ 2,4 milhões de recursos da ApexBrasil e R$ 3 milhões de contrapartidas das empresas apoiadas e da Associação. A meta é apoiar 80 empresas e exportar USD 13,5 milhões em dois anos.

O projeto terá 10 países como mercados-alvo, sendo os prioritários, Estados Unidos, Peru e Costa Rica, sempre com o propósito de promover, facilitar e acelerar o processo de internacionalização das empresas do setor de iluminação.

STECK REFORMULA **IDENTIDADE VISUAL**



A Steck anuncia o lançamento de uma nova identidade visual para sua fábrica, localizada em Guararema (SP). A transformação faz parte de um projeto em parceria com o hub global de inovação e criatividade Dionisio. AG, que em suas múltiplas facetas de trabalho, também utiliza a arte como instrumento de cuidado e comunicação, e é parte do movimento da Steck para a modernização de sua fábrica.

O projeto é a continuidade de uma ação realizada pela Steck, em 2021, quando adotou uma identidade visual que refletia seu compromisso em conectar pessoas ao futuro. Agora, a empresa inicia uma nova fase, reformulando sua fábrica de dentro para fora com uma abordagem que vai além da estética.

CISER TEM NOVO **POSICIONAMENTO**



A Ciser inicia um novo posicionamento de mercado. Sob o slogan "Fixando o futuro com segurança", a Ciser reafirma sua liderança e fortalece sua presença em setores nos quais já possui atuação consolidada, como agronegócio, automotivo, construção civil, energia, indústria e eletrodomésticos. Além disso, expande seu portfólio com soluções inovadoras para atender às demandas desses segmentos.

"Nosso compromisso sempre foi oferecer soluções que traduzem a essência da Ciser. Com esse novo posicionamento, reforçamos ainda mais por que somos a marca mais lembrada quando se fala em fixadores", afirma Bruno Inácio da Maia, gerente de Marketing da Ciser.



Feiras do segmento programadas para

2025

FEICON
Feira Internacional
da Construção Civil
De: 08 a 11 de abril
Local: São Paulo Expo, São Paulo, SP
www.feicon.com.br

BIM FÓRUM CONFERENCE
Os impactos do BIM
De: 21 e 22 de maio
Local: Distrito Anhembi, São Paulo, SP
www.bimforumconference.com.br

EXPO CONSTRUÇÃO OFF SITE
Exposição de Construção Modular
De: 03 a 06 de junho
Local: Sambódromo do Anhembi,
São Paulo, SP
www.expoconstrucaooffsite.com.br

CONSTRUSUMMIT
Gestão e Tecnologia da Indústria da Construção
De: 04 a 05 de junho
Local: Centro Sul Convenções,
Florianópolis, SC
www.sienge.com.br/construsummit

REVEST RIO
3ª Feira Internacional de
Arquitetura, Construção e Design
De: 04 a 06 de junho
Local: ExpoMag, Rio de Janeiro,RJ
www.revestrio.com.br

CONSTRUSUL
26ª Feira Internacional da
Construção
De: 22 a 25 de julho
Local: Centro de
Eventos FIERGS, RS
www.feiraconstrusul.com.br

CONSTRUEXPO ATIBAIA 2025
Feira de Construção,
Arquitetura e Design
De: 13 a 16 de agosto
Local: Estação Atibaia, SP
www.construexpo.com.br

16ª CONCRETE SHOW SOUTH AMERICA
Feira da Indústria da Construção
De: 19 a 21 de agosto
Local: São Paulo Expo, São Paulo, SP
www.concreteshow.com.br

7ª EXPOCONSTRUIR NORDESTE
Feira da Indústria da Construção do Nordeste
De: 19 a 22 de agosto
Local: Centro de Eventos do Ceará,
Fortaleza, CE
www.expoconstruir.com.br

CONSTRUMAQ
Feira de Tecnologias
para o setor construtivo
De: 02 a 05 de setembro
Local: Expotrade, Pinhais/PR
www.feiraconstrumaq.com.br

GLASS SOUTH AMERICA E E-SQUADRIA SHOW
Feira de Vidro e Esquadria
Data: 3 a 6 de setembro
Local: Distrito Anhembi / Pavilhões
1 e 2, São Paulo, SP
www.glassexpo.com.br

ABRAFATI SHOW
O universo das tintas e
revestimentos
Data: 23 a 25 de setembro
Local: São Paulo Expo, São Paulo, SP
www.abrafatishow.com.br

CONSTRU NORDESTE
Encontro do setor da construção
De: 16 a 17 de outubro
Local: Centro de Convenções,
Salvador, BA
www.construnordeste.com.br

HABITACON
Feira para o segmento Construtivo
De: 30 de outubro a 1º de
novembro
Local: Centro de Eventos Positivo,
Parque Barigui, Curitiba, PR
www.feirahabitacon.com.br

CONSTRULEV EXPO 2025
Feira de Construção Leve e
Sustentável
De: 04 a 06 de novembro
Local: São Paulo Expo, São Paulo, SP
www.construlevexpo.com.br



SATA É SUA ALIADA
PARA QUALQUER DESAFIO.



Na construção civil, mecânica e manutenção industrial, cada detalhe importa. É por isso que os profissionais mais exigentes confiam em SATA. Com nossas ferramentas de qualidade superior e inovação constante, transformamos desafios em conquistas.

VISITE NOSSOS ESTANDES E SURPREENDA-SE COM UMA EXPERIÊNCIA IMERSIVA.

FEICON

Estande **E200**
8 a 11 de Abril

AUTOMEC

Estande **E52**
22 a 26 de Abril

São Paulo Expo
Rod. dos Imigrantes, Km 1,5 - Água Funda



SATA®

FEITA COM CONFIANÇA, FEITA PARA DESAFIAR.

@satatoolsbrasil @satatoolsbr sataferramentas.com.br