

REVENDA^{360°}

ED. 380 | MAI 2022 | ANO XXXIV
www.gruporevenda.com.br

construção

TOP OF MIND 2022

OS FINALISTAS

APRESENTAMOS AS EMPRESAS MAIS VOTADAS,
EM ORDEM ALFABÉTICA

Ruy Ohtake

MESA-REDONDA

MOSTRAMOS A IMPORTÂNCIA
DAS REDES ASSOCIATIVAS

**60
MIL**
EXEMPLARES

MATERIAL HIDRÁULICO

SÃO MUITAS AS VARIEDADES PARA ATENDER BEM O CONSUMIDOR

E MAIS: • ESQUADRIAS • INCEPA 70 ANOS • CASAS MODULARES

A AMANCO AGORA É **AMANCO WAVIN**



Mudamos, mas sem perder a nossa essência.

Afinal, nosso compromisso é com você e o nosso objetivo continua sendo te conectar cada vez mais com o futuro, entregando tubos e conexões feitos com tecnologia e qualidade.

Essa mudança faz parte da nossa busca por soluções mais inteligentes, conectadas e sustentáveis.

É assim que procuramos ser agentes da mudança para construir cidades mais conscientes.

Amanco Wavin, instalando confiança em sua obra com qualidade global.

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

Regina Mallol
regina.mallol@revenda.com.br
(11) 98896-8875

Simone Abreu
simone.abreu@revenda.com.br
(11) 98936-8997

Solange Castilho
solange@revenda.com.br
(11) 96927-6555

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

ADMINISTRATIVO
Mislene Fernandes
mislene@revenda.com.br

TECNOLOGIA
Carlos Contucci
carlos@revenda.com.br

DEPARTAMENTO JURÍDICO
Dr. José Paulo Palo Prado

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

REDAÇÃO, ADMINISTRAÇÃO
E PUBLICIDADE
Rua Geraldo Flaúsinio Gomes, 78 - conj. 53
(sede própria)

(11) 5990.1598

Brooklin - CEP 04575-060 - São Paulo - SP

REVENDA³⁶⁰
construção

Edição 380 | MAI 2022

Tiragem: 60.000 exemplares

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.

A FORÇA DA MARCA

Ser a primeira marca que vem à mente do consumidor exige muito trabalho.

Trabalho de marketing, desenvolvimento de produto, embalagem, mas, acima de tudo, de muita divulgação.

Vamos pegar um exemplo muito corriqueiro em nosso segmento. O cliente entra na loja de material de construção e pede um produto para determinada finalidade, sem especificar a marca. O balconista entrega o produto X e não o Y e o cliente sai satisfeito. O que está certo nessa venda?

Simple. A melhor imagem que o fabricante do produto X tem do vendedor. E como isso é possível?

Simple. Um bom trabalho de relacionamento, treinamento, atendimento e, principalmente, divulgação da marca.

Isso é ser Top Of Mind.

Construir a imagem de uma marca/produto leva tempo. E dinheiro, não se pode negar.

Mas, destruir é muito mais rápido. Basta este produto não estar disponível por algum tempo, ou ser esquecido, em uma prateleira, fora do alcance dos olhos do comprador. E não tem volta.

Bem, não é o caso das marcas mais votadas no Top Of Mind Revenda Construção (nesta edição estamos nominando as 3 empresas mais votadas, em ordem alfabética, em cada segmento).

A única pergunta feita para os revendedores convidados a participar da pesquisa Top Of Mind foi: "Qual a marca que lembra no segmento ...?"

Os 500 primeiros revendedores que votaram estão concorrendo a uma viagem para Fernando de Noronha com tudo pago e direito a acompanhante.

Para evitar distorções, também separamos as marcas mais lembradas nas regiões Sul, Sudeste, Centro-Oeste, Norte e Nordeste. Sabemos que marcas regionais têm muita força em seus mercados e, agindo assim, estamos também premiando os fabricantes regionais, que mantêm bom relacionamento com os seus clientes. Claro que, no macro, as marcas vencedoras são aquelas que têm maior força em todo o Brasil, mas ser a 4ª ou 5ª marca mais lembrada é uma conquista para os fabricantes regionais.

Boa leitura.

Roberto Ferreira

Errata: Ao contrário do que foi publicado na página 69, edição 279, a empresa Âncora não é fabricante de buchas de fixação, mas, sim, de sistemas para fixação.



A SOPREMA É A ÚNICA FABRICANTE
DE IMPERMEABILIZANTES CERTIFICADA
EM 3 DIFERENTES CATEGORIAS
DE PRODUTOS!

DENVERFITA

Fita asfáltica autoadesiva

Superaderente
Resistente ao rasgo
Muito flexível!



DENVERMANTA ELASTIC

Manta asfáltica para impermeabilização

Produto pré-fabricado de espessura constante e definida
Resistência elevada ao rasgo e as trações longitudinal e transversal
Alta elasticidade e flexibilidade

DENVERTEC 100

Argamassa polimérica

Alta resistência a pressão de água (positiva e negativa)
Resiste até 60 m.c.a. (metros de coluna d'água)
Ótima aderência

#DENVERIMPERAGORAÉSOPREMA

Imagens ilustrativas



PRODUTOS CERTIFICADOS, QUALIDADE
E EFICIÊNCIA GARANTIDAS!

IBELQ | INSTITUTO BELTRAME DA QUALIDADE, PESQUISA E CERTIFICAÇÃO



soprema.com.br





12 TOP OF MIND

Listamos as empresas mais votadas em cada segmento, em ordem alfabética

34 VONDER

O relacionamento com os revendedores é permanente

52 ESQUADRIAS E FERRAGENS

Importante reservar um espaço para apresentar as novidades ao consumidor. E tem para todos os bolsos

68 CONSTRUÇÃO 3D

Casas construídas por impressoras! O futuro está chegando nos Estados Unidos e vários condomínios são construídos em pouco tempo

72 70 ANOS DA INCEPA

As ações realizadas pela Incepa para comemorar seus 70 anos de fundação. Mas sempre inovando nos revestimentos cerâmicos

78 CASAS MODULARES

A valorização da utilização da madeira na construção de casas pré-fabricadas em Santa Catarina

80 ARTIGO ARIEL

O marketplace é uma realidade no mercado da construção civil

81 SUA LOJA

Disensa apresentou grande crescimento em faturamento

83 PAINEL

As novidades que estão chegando ao mercado

88 AGENDA

38 MESA-REDONDA

A importância e o crescimento das redes associativas no mercado de materiais de construção em discussão por especialistas



24 MATERIAL HIDRÁULICO

As indústrias preparam seus lançamentos para aproveitar o aquecimento do mercado



grupo perlex

Conheça mais produtos:

www.perlex.com.br

(11) 4661-2414

@grupoperlex

85
anos de
história



quartzolit e brasilit

A primeira escolha
da sua obra.

**Construindo sonhos e cobrindo
os lares de milhares de brasileiros.**

A Quartzolit e a Brasilit oferecem soluções completas com a máxima qualidade e confiança com um amplo leque de produtos e serviços.

A Quartzolit tem as melhores soluções em assentamento e rejuntamento, impermeabilização, fixação, soluções técnicas, revestimento de fachadas, soluções para pisos, além de tintas, lixas e discos.

Há mais de 80 anos, a Brasilit apresenta as melhores soluções de coberturas e peças complementares, além de opções para o sistema de construção a seco: placas cimentícias, painéis e acessórios.



Uma **linha completa** para que sua loja possa oferecer um amplo e variado **mix** para **trabalhos profissionais** de máxima **qualidade!**



www.vonder.com.br



FERRAMENTAS MANUAIS

Assista aos vídeos e siga a **VONDER** nas redes sociais!
/vonderferramentas

É bom trabalhar com
vonder®

Maior durabilidade para instalações, reparos e manutenções! A escolha é sua e a qualidade é **VONDER!**

... E OS INDICADOS SÃO

O Top Of Mind, o Oscar do segmento da construção, é organizado e realizado pela revista Revenda Construção. É o resultado mais aguardado pela indústria que fabrica produtos que são comercializados pelas lojas de materiais de construção de todo o Brasil. Nas próximas páginas, estamos indicando as três indústrias mais votadas pelos lojistas, em ordem alfabética.

Este ano, a pesquisa do Top Of Mind foi realizada 100% on-line, através do envio de e-mail marketing para uma base de 30 mil nomes (enviado duas vezes, para reforço).

A distribuição ficou assim:

- Sudeste – 58,02%
- Sul – 19,45%
- Nordeste – 12,35%
- Norte – 2,93%
- Centro-Oeste – 7,25%

Uma marca é Top Of Mind em seu segmento graças à boa imagem que tem junto aos clientes. Neste caso, os revendedores de materiais de construção de todo o Brasil. São premiadas as empresas mais votadas em oito segmentos e duas enquetes (Melhor Atacadista Distribuidor e Veículo de Carga).

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

Os 500 primeiros votantes concorrerão a uma viagem, com acompanhante, para Fernando de Noronha, com todas as despesas pagas. O sorteio será realizado no evento Top Of Mind, no Clube Monte Líbano.

Outras ações realizadas pela revista Revenda Construção foram as chamadas nas edições 376 e 377, nas redes sociais do Grupo Revenda e no mailing de trabalho.

O início da pesquisa foi no dia 28 de fevereiro, terminando no dia 28 de março. O retorno foi excelente: 1.350 lojistas responderam, gerando 17.423 votos válidos.

A pergunta formulada aos eleitores, os revendedores de materiais de construção, era simples e objetiva: **NA SUA OPINIÃO, QUAL É A MELHOR MARCA NA CATEGORIA?**

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

Simples assim.

E o show vai ser ao vivo.

Depois de dois anos de pandemia, os indicados para o troféu Ruy Ohtake terão a oportunidade de confraternizar, como nos velhos tempos, e colocar a conversa em dia.

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

Prova disso é a tiragem recorde de 60 mil exem-

plares da revista Revenda Construção desde fevereiro deste ano. Uma ação inedita no segmento da construção. E o objetivo é ainda mais desafiador: chegar aos 100 mil exemplares.

Existem no Brasil mais de 140 mil lojas de materiais de construção! Quando a revista Revenda Construção foi lançada, há mais de 35 anos, o número de lojas não passava de 20 mil. Assim como o mercado cresceu, a revista também cresceu, ocupando espaços importantes na mídia segmentada.

E para abastecer este importante mercado, que gera mais de 155 bilhões de reais por ano (só o estado de São Paulo contou com faturamento de mais de 70 bilhões de reais em 2021 e emprega 1,1 milhão de de trabalhadores diretos e mais de 500 mil indiretos), as indústrias investem em novos produtos e relacionamento com os revendedores.

Isso justifica ser Top Of Mind!

PLATINUM



GOLD



SILVER



ESPECIAL



PARCEIROS PROJETO REVENDA 360°



INDICADOS 2022

ESQUADRIAS E FERRAGENS

BUCHA PARA FIXAÇÃO

FISCHER BRASIL
IV PLAST
VONDER

CADEADO

PADO
SOPRANO
STAM

ESPUMA DE POLIURETANO

MUNDIAL PRIME / AEROFLEX
QUARTZOLIT
TEKBOND

FECHADURA

ALIANÇA METALÚRGICA
ASSA ABLOY / PAPAIZ
PADO
STAM

FERRAGENS

ALIANÇA METALÚRGICA
STAM
VONDER

PARAFUSO

CISER
JOMARCA
VONDER

PORTA E JANELA DE AÇO

GRUPO RAMASSOL
MGM CORP
SASAZAKI

PORTA E JANELA DE ALUMÍNIO

ALUMASA
MGM CORP
SASAZAKI

PORTA E JANELA DE PVC

ASTRA / JAPI
DUDA
NOVA FORMA / FORTLEV
PLASBIL

FERRAMENTAS

BROCA

GOZILLA
IRWIN
VONDER

CORTADOR MANUAL DE REVESTIMENTO CERÂMICO

CORTAG
IRWIN
VONDER

DISCO DE CORTE

CORTAG
IRWIN
NORTON
THOMPSON

DISCO DIAMANTADO

DIAMANTE AZUL
MAKITA
NORTON
THOMPSON

FERRAMENTA ELÉTRICA

BOSCH
GAMMA FERRAMENTAS
STANLEY BLACK&DECKER
VONDER

FERRAMENTA MANUAL PARA CONSTRUÇÃO

BRASFORT
FAMASTIL
FERRAMENTAS SÃO ROMÃO
PACETTA
THOMPSON
TRAPP

INSTRUMENTO DE MEDIÇÃO A LASER

BOSCH
STARRETT
VONDER

MÁQUINA ELÉTRICA DE BANCADA

BOSCH
GAMMA FERRAMENTAS
STANLEY BLACK&DECKER
VONDER

TRENA

STARRETT
THOMPSON
VONDER

Obrigado!

A A. J. Rorato foi eleita espontaneamente e ficou entre as 03 melhores marcas nas categorias:

ARMÁRIO PARA BANHEIRO EM MDF, BP, FF, OSB
ARMÁRIO PARA COZINHA EM MDF, BP, FF
PIA DE MATERIAL SINTÉTICO



ITENS PARA BANHEIRO

ACESSÓRIOS PARA BANHEIRO

ASTRA
DECA
DOCOL

ARMÁRIO PARA BANHEIRO EM MDF, BP, FF, OSB

A.J. RORATO
ASTRA
COZIMAX
GAAM

LOUÇA SANITÁRIA

CELITE
DECA
ICASA
LORENZETTI

ASSENTO SANITÁRIO

AMANCO WAVIN
CELITE
DUDA
DURIN
KRONA

METAL SANITÁRIO

DECA
DOCOL
LORENZETTI
ROCA BRASIL

SISTEMA DE AQUECIMENTO A GÁS

KOMECO
LORENZETTI
RINNAI

CHUVEIRO ELÉTRICO

FAME
HYDRA
LORENZETTI

ITENS PARA COZINHA

ARMÁRIO PARA COZINHA EM MDF, BP, FF

A.J. RORATO
COZIMAX
MM GABINETES

PIA E CUBA DE INOX

FRANKE DOUAT
GHELPLUS
TRAMONTINA

FILTRO E PURIFICADOR DE ÁGUA

ACQUABIOS
HERC
HIDRO FILTROS
LORENZETTI

TORNEIRA ELÉTRICA

FAME
LORENZETTI
ZAGONEL

PIA DE MATERIAL SINTÉTICO

A.J. RORATO
ASTRA
DECORALITA

TORNEIRA PARA COZINHA

DECA
DOCOL
FABRIMAR / TIGRE
LORENZETTI
MEBER METAIS



QUEM COMPARA
QUALIDADE
SEMPRE PEDE
LAMESA.



MAIS SEGURANÇA
E TRANQUILIDADE
PARA SUA OBRA

LAMESA
CABOS ELÉTRICOS

MATERIAL BÁSICO

BETONEIRA

CSM
FISCHER
GMEG
MENEGOTTI

CARRINHO DE MÃO

FISCHER
METALOSA
TRAMONTINA

CIMENTO

HOLCIM
INTERCEMENT
ITAÚ / VOTORAN / POTY /
TOCANTINS / VOTORANTIM
CIMENTOS

IMPERMEABILIZANTE

DENVER
QUARTZOLIT
VEDACIT / OTTO BAUMGART
VIAPOL

MANTA ASFÁLTICA

DENVER
QUARTZOLIT
VEDACIT / OTTO BAUMGART

TELA, TRELIÇA E ARAME RECOZIDO

ARCELORMITTAL
GERDAU
VONDER

TELHA DE FIBROCIMENTO

BRASILIT
DVG PRECON
ETERNIT
INFIBRA

TELHA DE PVC

AFORT / FORTLEV
DVG PRECON
INFIBRA

VERGALHÃO

ARCELORMITTAL
GERDAU
VONDER

MATERIAL DE ACABAMENTO

ARGAMASSA

FORTALEZA
DVG PRECON
QUARTZOLIT
VOTOMASSA / VOTORANTIM
CIMENTOS

REJUNTAMENTO

FORTALEZA
QUARTZOLIT
SIKA
VOTOMASSA / VOTORANTIM
CIMENTOS

FORRO DE PVC

DUDA
NOVA FORMA / FORTLEV
POLIFORT / PLASTILT
TIGRE

REVESTIMENTO CERÂMICO

CEDASA
DELTA
ELIZABETH
EMBRAMACO
PORTINARI

PORCELANATO

DAMME
DELTA
ELIANE
ELIZABETH
PORTOBELLO



Ruy Ohtake

Linha de Hidráulica



Alicate Bomba D' Água



Chave Grifo



Fita Veda Rosca



Cabo emborrachado antiderrapante



Malha em Inox



Confira mais detalhes em nosso site:



BRASFORT

GRUPO BRFT

f @ v d BRASFORT_BRASIL

www.brasfort.net.br

MATERIAL ELÉTRICO

DISJUNTOR	FITA ISOLANTE	PINO ADAPTADOR DE TOMADA
FAME LEGRAND / GRUPO LEGRAND MARGIRIUS SOPRANO STECK TRAMONTINA	3M KRONA TIGRE	FAME ILUMI GRUPO PERLEX TRAMONTINA
EXTENSÃO ELÉTRICA / FILTRO DE LINHA	LÂMPADA DE LED	QUADRO DE DISTRIBUIÇÃO
FAME DANEVA / GRUPO LEGRAND ILUMI GRUPO PERLEX	FOXLUX GALAXY LED TASCHIBRA	AMANCO WAVIN FAME KRONA TIGRE
FIO E CABO ELÉTRICO	LÂMPADA FLUORESCENTE (COMPACTA E TUBULAR)	TOMADA, PLUGUE E INTERRUPTOR
COBRECOM CORFIO MEGATRON SIL	FOXLUX GALAXY LED OSRAM TASCHIBRA	FAME GRUPO PERLEX ILUMI TRAMONTINA
	LUMINÁRIA DE LED	
	BLUMENAU ILUMINAÇÃO FOXLUX GALAXY LED	

MATERIAL HIDRÁULICO

CAIXA D'ÁGUA DE POLIETILENO	MANGUEIRA PARA JARDIM	TUBO E CONEXÃO DE COBRE
BAKOF TEC FORTLEV TIGRE	ACQUAFLEX MANGUEIRAS TRAMONTINA VONDER	ELUMA RAMO
CISTERNA	RALO LINEAR	TUBO E CONEXÃO PARA ÁGUA FRIA
ACQUALIMP BAKOF TEC FORTLEV	GRUPO LINEAR TIGRE TRAMONTINA	AMANCO WAVIN DVG TUBOZAN FORTLEV KRONA TIGRE
FITA VEDA ROSCA	TORNEIRA DE PLÁSTICO	TUBO E CONEXÃO PARA ÁGUA QUENTE
AMANCO WAVIN PLASTIFLUOR SEAL TAPE TIGRE	HERC KRONA LORENZETTI VIQUA	AMANCO WAVIN KRONA TIGRE
	TORNEIRA EM ABS	
	LORENZETTI METAIS LEÃO TIGRE VIQUA	

TINTAS E ACESSÓRIOS

ÓLEO DESENGRIPANTE E ANTICORROSIVO	LIXA	TINTA PARA PAREDE INTERNA
3M TEKBOND WD-40 WHITELUB / ORBI QUÍMICA	3M ADERE LIXAS TATU NORTON	CORAL SHERWIN-WILLIAMS SUVINIL
ACESSÓRIO PARA PINTURA	SILICONE	TINTA PARA PISO
ATLAS TIGRE VONDER	BRASCOLA QUARTZOLIT TEKBOND UNIPEGA	CORAL EUCATEX LUKSCOLOR SHERWIN-WILLIAMS SUVINIL
COLA INSTANTÂNEA	STAIN	TINTA SPRAY
ADELBRAS ADERE SUPER BONDER LOCTITE / HENKEL TEKBOND TYTAN / SELENA	MONTANA QUÍMICA SAYERLACK SUVINIL	LUKSCOLOR SHERWIN-WILLIAMS / COLORGIN TEKBOND
CUPINICIDA	TINTA ESMALTE	
JIMO SAYERLACK VEDACIT / OTTO BAUMGART	CORAL KILLING LUKSCOLOR SUVINIL	
EQUIPAMENTO PARA PROTEÇÃO INDIVIDUAL	TINTA PARA PAREDE EXTERNA	
ATLAS MARLUVAS NORTON VONDER	CORAL KILLING SUVINIL	
FITA CREPE		
3M ADELBRAS ADERE		



NA PRÓXIMA EDIÇÃO, CONHEÇA OS VENCEDORES DE CADA CATEGORIA.

ENQUETE

ATACADISTA DE MATERIAL DE CONSTRUÇÃO MAIS PARCEIRO	FERRAGENS NEGRÃO
CARDÃO COMERCIO IMPORTAÇÃO CASA CARDÃO CASA DO LOJISTA CENTER FERTIN CONSTRUJÁ DEPECIL	MARTINS MUNDIAL ATACADISTA NOVA CASA TAMBASA

CAMINHÃO

VEÍCULOS DE CARGA
MAN FORD MERCEDES

FIXAMOS
SOLUÇÃO.

+ 62 anos
de história

+ 500
linhas

+ 27 mil
produtos

Marca de excelência com 62 anos de história, a Ciser conta com um portfólio de 27 mil produtos, divididos em mais de 500 linhas, que vão da fixação ao desbaste de materiais.

Nossos produtos cobrem diversos segmentos, como agronegócio, energia solar, moveleiro, metalomecânico, construção civil, estruturas metálicas, automotivo, linhas branca e marrom, petróleo e gás, eletrônica e varejo da construção civil.



EXPECTATIVA DE CRESCIMENTO DE VENDAS

O primeiro trimestre de 2022 mostrou que o mercado varejista de material de construção conta com um otimismo de crescimento nas vendas em todas as regiões do Brasil, mesmo que com moderação, após meses de pessimismo. Conforme publicado no Termômetro da Associação Nacional dos Comerciantes de Material de Construção, com pesquisa realizada em março, a expectativa de um possível crescimento deve ser com cautela, pois tudo depende da renda da população, bem como de ações do Governo Federal, que podem mudar o rumo do setor como um todo, variações do dólar, com suas incertezas frequentes, e a sazonalidade, que sempre traz um movimento de acordo com o que o consumidor final pode fazer em suas construções quando o clima e o bolso permitem ao mesmo tempo.

Entre os segmentos de destaque positivo e que podem apresentar crescimento de vendas no varejo está Material Hidráulico. Apenas 3% dos pesquisados acreditam que o volume de vendas vai diminuir; 46% e 44%



REINALDO PEDRO CORREA, PRESIDENTE DO SINCOMAVI

acreditam em crescimento ou que vai continuar no mesmo patamar, respectivamente.

Em um ano com eleições e possibilidade de mudanças nos governos Federal e Estaduais, a tendência de incertezas persiste. A observação dos últimos meses mostra que a expectativa de alta nas vendas pode ser uma constante. De maneira geral, o segmento espera um crescimento nas vendas em 2022, se comparado com 2021, quando o setor de varejo de material de construção fechou com aumento real de faturamento de 4,4%, alcançando o montante de R\$ 202,31 bilhões, segundo dados da FGV/IBRE. Cenário que representa um aumento real de 4,4% sobre 2020 (R\$ 150,55 bilhões). Já em 2020, o setor registrou crescimento de 11% (R\$ 132,06 bilhões).

“Importante ressaltar que foi um crescimento expressivo se considerarmos que temos um cenário de dificuldades econômicas, com forte elevação dos preços, queda da renda e a convivência com a Covid 19, mesmo diante do avanço da imunização. As perspectivas para 2022 são incertas. Teremos um ano bastante desafiador para o varejo”, pontua Geraldo Defalco, presidente da Associação dos Comerciantes.

Levando em conta tudo o que pode acontecer em 2022, economia e a inflação corroendo a renda dos brasileiros em todo o país, será preciso muita atenção ao volume de vendas mensalmente, pois a projeção de crescimento do PIB está em 0,5%, mostrando uma desaceleração no Brasil como um todo. Outro fator que pode interferir nos resultados são as altas taxas de desemprego, que causam um nível de endividamento elevado das famílias. Além das altas nos juros que o Banco Central tem apresentado, o que acaba interferindo nos investimentos em pesquisa e desenvolvimento de novos produtos para lançamento no varejo.

Tudo isso junto com as incertezas típicas de um ano eleitoral, que podem afetar fortemente as vendas, causan-



do um recuo no faturamento do varejo de lojas de material de construção que pode ficar entre 1% e 1,5% sobre 2021.

O otimismo e as expectativas variam para cima ou para baixo, mostrando que trabalho não vai faltar para manter as vendas de material de construção efetivamente positivas. “Somente para ilustrar a situação, o cimento, elemento básico para qualquer construção em território nacional, contou com um recuo nas vendas de 2,9% em abril, segundo informações do Sindicato Nacional da Indústria de Cimento (SNIC). Apesar da confiança da indústria imobiliária permanecer em bons níveis, conforme pesquisas da Associação Brasileira de Incorporadoras Imobiliárias (ABRAINC), a queda na demanda por cimento é um sinal de alerta para o varejo de material de construção em razão do atendimento de construtoras e novos proprietários. Diante de tal quadro, a expectativa é que o ano feche com um crescimento de vendas do varejo de material de construção entre

0,5% e 1%, o que pode ser considerado um resultado bastante pequeno”, destaca Reinaldo Pedro Correa, presidente do Sincomavi.

EXPECTATIVA EM ALTA

Daiane Panazzolo, diretora da Acquabios, destaca o novo lançamento da empresa e a expectativa quanto ao mercado: “No âmbito da macroeconomia, teremos um ano muito desafiador e nós estamos muito otimistas para que continuemos crescendo de forma sustentável, com novos produtos sendo lançados para o mercado”. A executiva destaca o design moderno e sofisticado do novo purificador, aliado à qualidade e eficiência.

Revendedor: “Damos todo o suporte necessário aos nossos clientes com materiais de ponto de venda, expositores personalizados para melhor visibilidade do produto e todo o material necessário para o desenvolvimento de ações promocionais”.

APELO AMBIENTAL

A Acqualimp tem bom posicionamento no mercado ao lançar diversos produtos. Mas Nelson Poli, Coordenador de Marketing e ESG da Acqualimp, destaca o Biodigestor, “um produto que temos fomentado bastante a venda pelo apelo ambiental e também, em um cenário do marco regulatório do saneamento básico, como uma possível solução em áreas não atendidas por redes coletoras de esgoto”.

Poli diz, ainda, que é cedo para afirmar que o mercado vai crescer este ano. “O mercado tem se mostrado bastante instável. Há questões relevantes e positivas em pauta, mas o cenário macroeconômico ainda é bastante complexo, com muitas variáveis que podem influenciar o mercado”, completa.

NOVAS TECNOLOGIAS

Thiago Thiesen, gerente de produtos da Amanco Wavin, pontua que a empresa está estudando algumas tecnologias para trazer ainda mais inovação para o mercado em breve. “Para esse ano, estamos prevendo alguns complementos de linhas já existentes. Dentre os produtos em nosso portfólio, destacamos a Linha Amanco Fire BlazeMaster®, o Amanco QuickStream e a Linha Amanco Super CPVC FlowGuard®”.

Com o fim das restrições impostas pela pandemia, a projeção para esse ano é de crescimento e expansão de mercado. Segundo a Fundação Getúlio Vargas (FGV) e o Sindicato da Indústria da Construção de São Paulo (Sinduscon-SP), haverá uma alta em 2% para o PIB setorial neste ano.

“Nós, da Amanco Wavin, também temos um olhar positivo para 2022. Assim como o setor, prevemos crescer ao longo desse período e explorar as novas possibilidades do mercado”, complementa Thiesen.

DESAFIOS E OPORTUNIDADES

“A pandemia nos trouxe muito desafios, mas também oportunidades. Acredito que 2022 será um ano importante para as indústrias buscarem melhorias, revelem custos e processos, uma vez que vivemos hoje uma situação que há tempos não víamos, que é a escassez de insumos e o aumento dos preços. A nossa expectativa, porém, é positiva, já que, nos momentos de crise, novas oportunidades aparecem e nos fazem sair da zona de conforto”, explica o Diretor Comercial da Arqua, Ricardo Lacerda.

E destaca alguns lançamentos da empresa: “O nosso último produto lançado foi o conjunto Giardino Extra Forte PT 300. Ele faz parte da linha conjunto para jardim, que vem equipado com conexões e engate rápido. O conjunto é versátil e pode ser aplicado na jardinagem, na manutenção industrial, em oficinas, no transporte de ar e água e no uso em geral. Outra novidade é que a nossa mangueira de pulverização SuperAgro PT 750 PSI está ainda mais resistente. Ela conta, agora, com duas tramas de fibra têxtil de poliéster, além da camada externa de PVC estriada. Estamos sempre em busca de processos mais modernos e que possam surpreender positivamente o mercado”.

DIVERSAS SOLUÇÕES

No portfólio da Cascola, marca da Henkel, há soluções que podem ser utilizadas no segmento hidráulico.

“Segundo dados do mercado, o setor de construção como um todo cresceu e, com esta onda positiva de retomada, a Cascola trouxe, em 2022, três lançamentos na categoria de selantes, ampliando o seu portfólio com as seguintes soluções: Cascola Veda Calha, Cascola Cuba e Espelho e Cascola Fixa Tudo. Esperamos dobrar nossos negócios na categoria de selantes, pois existe muita oportunidade de entregar produtos de qualidade comprovada e com a garantia de performance dos produtos Premium que fazem parte do portfólio de Cascola. A nossa linha de silicones é 100% silicone e, por este motivo, não encolhem, não trincam e não ressecam, garantindo 10 anos de garantia aos profissionais que os utilizam”, explica Vitor Cybis, gerente de Marketing da Cascola.

E destaca a importância dos balconistas: “É sempre importante que os profissionais do setor se mantenham atualizados para fazer a recomendação mais adequada de produtos ao usuário de uma maneira geral. Mas, quando recomendam produtos Cascola, podem ficar despreocupados, pois a Cascola produz produtos de qualidade e performance comprovadas. Honramos todos os atributos e benefícios enunciados em nossas embalagens”.

TANQUE VERDE

A Fortlev possui a mais completa linha de reservatórios de polietileno do mercado, incluindo caixas e tanques, nas capacidades de 100 litros a 20 mil litros. Em 2022, lançaram o Tanque Floresta Tropical, um reservatório na cor verde, pensado para empreendimentos de

FORTALEZA

A MELHOR ESCOLHA PARA SEU PROJETO

UMA LINHA COMPLETA DE PRODUTOS PARA VOCÊ CONSTRUIR OU REFORMAR

BAIXE NOSSO APP E CONFIRA

BOSTIK BRASIL

Disponível na **App Store** DISPONÍVEL NO **Google Play**

Clique para baixar

Clique para acessar **Produtos Fortaleza** Clique para acessar **Produtos Fortaleza**

regiões serranas, campestres e urbanas em que a cor verde é o destaque ou complementa com harmonia o ambiente.

Outros lançamentos:

Adesivos Plásticos (Bisnaga ou Frasco): utilizados para unir com praticidade tubos e conexões fabricados em PVC. O processo de soldagem acontece a partir de uma reação química, que é responsável por fundir as superfícies em contato com o Adesivo. **Fita Veda Rosca:** usada em instalações hidráulicas para promover a vedação de juntas roscáveis, eliminando as folgas existentes entre as conexões e tubulações. Pode ser usada em tubulações de água fria ou quente, vapor, combustíveis, gases e fluidos industriais em geral, com temperatura de trabalho de -90°C a 240°C.

Caixa de Gordura com Cesto de Limpeza: o produto, que tem capacidade funcional de 21 litros e total de 43 litros, é destinado para receber o esgoto proveniente do ramal de uma cozinha. O produto conta com sifão removível e um cesto interno que retém a gordura presente nesse tipo de esgoto.

PARA AS LOJAS

Em 2022, o Grupo Linear trouxe um modelo de ralo linear com algumas medidas padrões, que é vendido para lojas em dois perfis diferentes: o Top-Box é um conjunto padrão de peças, voltado para ambientes internos, e o Top-Car, uma exclusividade para garagens e estacionamentos. Uma terceira opção de venda são os produtos para o canal Engenharia, que atende a projetos específicos, conforme a solicitação do profissional da área da construção civil.

Roni Branco, diretor Comercial do Grupo Linear, destaca outros lançamentos.

Marca Elleve: Ralo Vertex – O modelo triangular é uma inovação no mercado interno. O design diferenciado ao acabamento de banheiros e lavabos oferece mais captação de água do que as grelhas tradicionais colocadas sobre caixas sifonadas, por conta da sua área. A ousadia do Vertex traz a proposta de transformar o ralo em uma peça ainda mais elegante, como um elemento de destaque no ambiente. A base do ralo é fabricada com tecnologia de monobloco, que proporciona mais qualidade e durabilidade à peça.

Marca Novii: Ralo Linear Novii Oculto – o primeiro ralo linear do portfólio da marca na modalidade invisível atende a uma necessidade do mercado em relação ao

custo-benefício, desprovido de uma peça resistente e eficiente, mas com um valor mais acessível. A proposta do “ralo camaleão” também agrega outra questão: a valorização das inúmeras possibilidades de revestimentos disponíveis no mercado, com aplicações fluidas e sem a quebra estética causada pelo ralo comum.

Ralo Quadrado Novii Oculto – Seguindo a linha de produtos Novii, o ralo quadrado seco é outra novidade no portfólio da marca. Chega na opção de tampa oculta, que oferece diversas possibilidades de acabamentos, nos tamanhos 10x10 e 15x15.

Roni Branco acrescenta que o mercado está se acomodando e se normalizando aos poucos. “Depois de dois anos de crise, que impactou em todos os setores da economia, sentimos que o fluxo de trabalho está crescendo e ficando mais linear. Na nossa trajetória, mesmo com as consequências da crise, conquistamos crescimento contínuo e, seguindo essa linha, em projeções estabelecidas já no fim de 2021, nossa meta para este ano é de crescimento de 30%”.

CINCO NOVAS LINHAS

Reconhecida por qualidade e tradição, a Kimetais inova em 2022 com mais cinco novas linhas já no primeiro semestre. Elizeu Xavier Junior, Diretor da Kimetais, explica a importância de novos produtos em um ano de crescimento. “Temos o compromisso de manter nossa inovação e estarmos atentos às novidades do mercado, por isso, os lançamentos refletem nossa missão de levar um produto de qualidade e diferenciado aos nossos clientes”, diz.

E acrescenta que o mercado está retornando à normalidade. “Houve crescimento do setor no período de lockdown. Principalmente pelo fato de a população passar mais tempo em casa. O lar se tornou praticamente o único espaço de convivência, um retrato de consumo. Com a flexibilização da pandemia, vemos uma estabilidade no segmento”. E espera que a empresa tenha crescimento de 35% em relação a 2021. “Embasado nos produtos best sellers e nos mais de cinco lançamentos”, complementa.

FATURAMENTO EM ALTA

“O mercado deve crescer em faturamento, porém, em volume, deve se manter estável, retornando à normalidade que tínhamos no pré-pandemia, com períodos bem definidos em termos de sazonalidade e equaliza-

ção de estoque pelos clientes. O primeiro quadrimestre teve um consumo mais moderado, mas com boas perspectivas a partir de maio. A inflação, em especial o aumento do preço dos combustíveis, assim como as oscilações de preços de matérias-primas e tudo aliado às questões internacionais, afetam de forma negativa a expectativa do consumo de clientes e consumidores finais. Mesmo assim, a Krona mantém sua previsão de crescimento em torno de 14% em relação a 2021, focada na conquista de market share”, explica Gustavo Dias de Sousa, Diretor Comercial e Marketing da Krona.

Em janeiro, a Krona lançou o novo design de Registros de Esfera Compacto.

“Os novos Registros de Esfera Compactos Krona são fundamentais para garantir a segurança de instalações de água fria em projetos residenciais, comerciais e industriais. Com apenas 1/4 de volta, bloqueiam ou liberam a entrada de água”, informa Gustavo.

PRETO FOSCO

Apostar em acabamentos na tonalidade preto fosco é a melhor opção para quem busca personalidade,

elegância e versatilidade na decoração. Por isso, a Lorenzetti apresenta a linha de metais Loren Studio, que une com perfeição a cor matte black e a expressividade do design das peças, marcadas por linhas leves e harmônicas.

Utilizado tanto em projetos contemporâneos, como minimalistas e clássicos, o matte black é ideal para a composição de ambientes em que há possibilidade de harmonização com tons neutros, como cinza ou branco. A linha é completa, com torneira para lavatório, ducha higiênica e torneiras para cozinha, de mesa e de parede.

“Os metais Loren Studio foram criados para quem busca uma alternativa moderna e de fácil harmonização. O acabamento matte black é uma das apostas da Lorenzetti neste ano, pois a sua tonalidade permite a aplicação nos mais diversos projetos de cozinhas e banheiros”, afirma Paulo Galina, Gerente de Marketing da Lorenzetti.

AGREGAR VALOR

“A Hidrofiltros possui diversas opções de produtos que podem agregar ainda mais valor às lojas do seg-

@ /pinceisatlasoficial | www.pinceisatlas.com.br

**A ATLAS POSSUI
UMA LINHA COMPLETA
PARA TODAS AS ETAPAS
DA SUA OBRA**

CONHEÇA A LINHA COMPLETA DE
ACESSÓRIOS PARA CONSTRUÇÃO

ATLAS

mento hidráulico”, destaca Claudio Chaves, Diretor e Presidente da Hidrofiltros. A Linha Facile, por exemplo, é composta por filtros e purificadores que podem ser instalados embaixo da pia, com torneiras de monocomando. São sete opções de refis que atendem aos principais problemas da água no Brasil: Retenção de Sedimentos (C2), Redução de Cloro (C3), Elevação do PH (C5), Redução de Flúor (C6), Eficiência Bacteriológica (C7), Redução de Ferro e Manganês (C8) e Redução de Dureza (C9). “Além disso, temos as já consolidadas torneiras com purificador e opções de instalação direto na torneira, como o purificador Dual”, complementa Chaves.

E ressalta o aquecimento do mercado para a empresa. “Cada vez mais, as pessoas notam que a água consumida não é a de melhor qualidade. O estudo do Mapa da Água, divulgado em maio deste ano, por exemplo, mostra que mais de 700 cidades do Brasil recebem contaminantes na água da torneira e isso é muito preocupante. Esses e outros motivos nos faz investir, cada vez mais, em melhorias na produção, no mix de produtos e ponto de venda. Isso tudo nos faz projetar um crescimento de 81% para o ano com relação ao ano passado. Uma meta ambiciosa, mas estamos confiantes!”, encerra.

FORTES INVESTIMENTOS

Ruy Cesar Feuerschuette, Diretor Comercial da Plastilit, informa que a empresa segue investindo de forma muito agressiva em complementos de linha e novos produtos, uma vez que sua imagem está, cada vez mais, sendo reconhecida como uma solução completa para um projeto hidráulico.

30 NOVOS PRODUTOS

Em 2022, a Roco já lançou aproximadamente 30 produtos novos e terá mais lançamentos que estão em linha de produção ou projeto. Em breve, estarão integrando seu mix nas principais lojas especializadas do mercado.

“Destacando um lançamento que é sucesso de vendas, o Kit de Instalação para Aquecedor a Gás Roco. Por existirem diversos modelos destes aquecedores, que atendem a várias demandas, a empresa lançou 16 modelos de Kit que atendem a todos os tipos de instalação deste produto, e, com isso, a marca se torna referência em kits de instalação para este segmento. Com fabri-

cação própria, os Kits contam com flexíveis para água e gás de altíssima qualidade e que têm eficiência comprovada em segurança. Alguns modelos de flexíveis possuem bitolas para mais vazão, assim como conexões maiores. Estes são chamamos de BIG”, destaca Anderson Rosa, Diretor Comercial da Roco.

SALÃO & BARBEARIA

“De olho no segmento de maior expansão neste momento no Brasil, a Duchas Sintex está lançando sua linha de produtos para salão de cabeleireiros e barbearias”, informa Enio Bernardes, Diretor da Sintex.

A indústria, que desde 1942 fabrica produtos para aquecimento de água, viu a oportunidade para explorar este segmento com o lançamento da Ducha e o espelho Salão & Barbearia; a Ducha está disponível em 127V e 220V, ambas com 4.400W de potência, tem 3 (três) opções de regulagem para a temperatura da água, com destaque para posição econômica, quando o seletor está no morno. O registro d’água que abre e fecha com ¼ de volta é feito em cerâmica, assim, a água nunca fica pingando e também conta com um hand shower (ducha de mão), pensado para que o profissional tenha mais ergonomia no uso, tornando seu dia menos cansativo.

Foi escolhida a cor preta para garantir um toque clássico ao produto, que conta com um suporte para pendurar na parede, ficando sempre à mão dos profissionais.

“Para a empresa, o mercado está retornando à normalidade. Acreditamos que já ocorreu a mudança nas vendas devido à pandemia e que os níveis de comércio devem retomar patamares acima de 2019, porém inferiores a 2020. Projetamos um aumento de produção em relação a 2021 em torno de 10%”, explica Enio Bernardes

EM CRESCIMENTO

“Em 2021, a Tigre apresentou crescimento de 11% no volume de vendas, sendo 6% de aumento nas operações do Brasil e 25% de aumento nas operações internacionais. O segmento predial respondeu por dois terços das vendas da Tigre e o restante se divide entre infraestrutura e irrigação. A estimativa é de que as vendas em todos os segmentos continuem crescendo em 2022, como apontam as perspectivas de mercado. De acordo com a pesquisa Índice da Associação Brasileira de Material de Construção (Abramat), realizada pela Fundação Getúlio Vargas, com dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, sobre as vendas do

material de construção em todo o país, 2021 foi um ano em que o setor teve alta de 8%, apesar de quatro quedas seguidas - de setembro a dezembro”, diz Vinicius Miranda de Castro, Diretor de Desenvolvimento de Negócios com Clientes.

A Tigre possui a linha ABS de purificadores de água e, agora, seguindo a tendência do mercado, também possui torneiras coloridas. Os purificadores fabricados em plástico ABS são compactos e garantem máxima proteção contra impurezas. Já as torneiras vêm nas cores branca, preta e vermelha e podem ser utilizadas em lavatórios, cozinha e área de serviço. São fabricadas em material leve, resistente à corrosão e ao amarelamento.

“Em breve, teremos mais novidades”, informa Vinicius.

LINHA COMPLETA

Para as atividades do setor hidráulico, a VONDER conta com uma expressiva e conceituada linha de ferramentas manuais, referência no mercado profissional por disponibilizar um mix completo de produtos que atendem a diversas necessidades de profissionais dos mais diferentes segmentos. E, entre os recentes

lançamentos da linha, destaque para as Ferramentas Manuais Isoladas VONDER, ideais para atividades em áreas de risco e energizadas, que atendem a norma internacional EN/IEC 60900:2004, com cabo isolado para 1.000V. São ferramentas testadas individualmente, ideais para atividades em áreas de risco e energizadas.

VEDAÇÃO COMPLETA ONDE OS OLHOS NÃO PODEM VER

Com o passar do tempo, nem tudo que não fica longe dos olhos está cumprindo a mesma função da época da instalação. A importância de produtos com mais resistência e durabilidade é um dos focos da Seal Tape, com o relançamento da Fita Veda Rosca VEDAHI!, com nova formulação do P.T.F.E. que desenvolveu para a máxima performance da vedação das conexões para sistemas hidráulicos, fluídos e gás. Tem a maior densidade do mercado e supera em muito as exigências normativas da NBR 16.368. Já o Anel de vedação para vaso sanitário VEDAHI! traz ótima qualidade, está com uma boa aceitação e reconhecimento no mercado e conta com um guia de instalação. A Massa para calafetar VEDAHI!,



ACQUABIOS®

**PURIFICADOR DE
ÁGUA GELADA**

Veja mais sobre este lançamento.

www.filtrosacquabios.com.br

ACQUABIOS

que pode ser aplicada praticamente em qualquer superfície: metálica, concreto, vidro, plástico, esquadrias de alumínio, baú de caminhões, entre outras.

“Os pontos de venda recebem atenção especial, com materiais e treinamentos: A Seal Tape cria peças de trade MKT para apoiar os balconistas/revendedores”, informa Mário Mathias, Diretor de Marketing e Operações.

Sobre o impacto da covid-19, “ainda não é possível confirmar a definição de normalidade em relação a 2019. 2022 é um ano que consideramos de acomodação das instabilidades e reestruturação do mercado em

termos de planejamento industrial nos investimentos em equipamentos, estoque e M.O. O setor da construção civil tem apresentado sinais de melhoria, porém são incerto os resultados efetivos de absorção das vendas das unidades, obras terciárias e industriais, além do reaproveitamento do parque fabril que foi desativado durante a pandemia. Em resumo, não há previsão de crescimento para 2022, mas a estruturação da cadeia de consumo com um melhor planejamento de importação de insumos e produção dos produtos Seal Tape para o 4º Trimestre de 2022 e próximo 2023”, encerra.

• SHOWROOM • SHOWROOM • SHOWROOM • SHOWROOM •

ACQUABIOS

Purificador de Água gelada

Possui saída de água com iluminação, retenção de partículas classe A, refil bacteriológico e alcalino (responsável por elevar o PH da água) e reduzir p teor de cloro. Filtra, purifica e elimina bactérias e metais pesados, remove impurezas e preserva os sais minerais.



ACQUALIMP

O Biodigestor é um produto que fomenta bastante a venda. Tem apelo ambiental, pois seu sistema autolimpante trata o esgoto e descarta o efluente sem impactar o meio ambiente.



AMANCO WAVIN

O Amanco Super CPVC FlowGuard® é um sistema de tubos e conexões para a condução de água quente e fria cuja união é feita por solda fria, os tubos e conexões são produzidos a partir do composto FlowGuard®, resultando em um produto com resistência até 25% superior ao CPVC convencional.



FORTLEV

Biodigestor 700 L de esgoto por dia é um sistema compacto de tratamento de esgoto com a maior eficiência do mercado. O modelo de 700 L/dia atende residências com até 7 pessoas ou escritórios com até 14 pessoas. A aplicação pode ser feita, também, em instalações comerciais, fazendas, sítios ou qualquer outro local com necessidade de tratamento de esgoto domiciliar.



PRODUTOS INOVADORES
COM A QUALIDADE DA MARCA QUE VOCÊ CONFIA



ACQUA DUO
ULTRA ELETRÔNICO
CHUVEIRO ELÉTRICO



lorenzettioficial

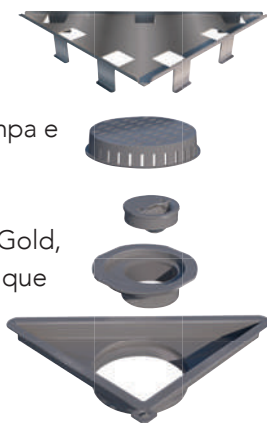
0800 015 02 11

www.lorenzetti.com.br

LORENZETTI
Mais do que você imagina

GRUPO LINEAR

Ralo Vertex
Tamanhos: 16X16X22cm
Composição: Base em PVC. Tampa e subtampa em aço inox 304
Opções de tampa: Black Matte, Grafite, Polida, Inox, Gold, Red Gold, Rosé Gold e Oculta. Acessórios que acompanham o produto: Fecha Ralo, ventosa, grade retentora e adaptador.



HIDROFILTROS

A Linha Facile é composta por filtros e purificadores que podem ser instalados embaixo da pia, com torneiras de monocomando. São 7 opções de refis que atendem os principais problemas da água no Brasil: Retenção de Sedimentos (C2), Redução de Cloro (C3), Elevação do PH (C5), Redução de Flúor (C6), Eficiência Bacteriológica (C7), Redução de Ferro e Manganês (C8) e Redução de Dureza (C9).



KRONA

Registros de esfera Compacto. Características Técnicas: Temperatura máxima de serviço 25°C.; Matéria prima PVC – Policloreto de Vinila. Processo: Injeção. Pressão máxima de serviço: 7,5Kgf/cm².



LORENZETTI

Ecoeficientes, as torneiras da linha Loren Studio contam com mecanismo ¼ de volta, permitindo a abertura e fechamento do fluxo de água de maneira rápida e prática. O arejador embutido na bica das torneiras uniformiza o jato d'água, evitando respingos e garantindo economia de até 50%. A torneira para cozinha é equipada com bica móvel 360°, característica que oferece amplitude de movimentos, facilitando o uso no dia a dia.



SINTEX

A indústria viu a oportunidade para explorar este segmento com o lançamento da Ducha e o espelho Salão & Barbearia; a Ducha a disposição em 127V e 220V ambas com 4.400W de potência, tem 03 opções de regulagem para a temperatura da água, com destaque para posição econômica, quando o seletor está no morno, o registro d'água que abre e fecha com ¼ de volta é feito em cerâmica assim a água nunca fica pingando e também conta com um hand shower (ducha de mão) pensado para que o profissional tenha maior ergonomia no uso, tornando seu dia menos cansativo.



VONDER

Para atividades relacionadas ao setor hidráulico, tubos e conexões, por exemplo, destaque para o Alicate Bomba D'Água com isolamento até 1.000 V VONDER, com 250 mm de comprimento, capacidade de abertura de 28 mm e ajustável em 7 posições, sendo indicado para fixar e soltar tubos, torneiras, registros, entre outros.



ARQUA

SuperAgro PT 750 PSI
Cor: alaranjada
Medidas: de ¼" a 1" com parede de 3mm a 5mm de espessura.
Tamanho: rolos de 50m e 100m.
Resistência de pressão de até 750 psi e de ruptura de até 2250 psi.



PLASTILIT

Válvula de retenção de 100mm: molde desenvolvido pela equipe técnica onde valorizou-se a sua robustez para suportar esforços mecânicos inerentes ao uso e a facilidade de acesso ao corpo interno para inspeção.



ROCO

Kit de Instalação para Aquecedor a Gás Roco
Por existirem diversos modelos destes aquecedores que atendem várias demandas, a ROCO lançou 16 modelos de Kit que atendem todos os tipos de instalação deste produto, e com isso, a marca ROCO se torna referência em kits de instalação para este segmento.



TIGRE

Torneiras Tigre Cross/Orbe
Possuem bico leve e arejador. Proporcionam até 50% de economia de água. Seus traços curvos estão em sintonia com o design contemporâneo, sem contar que possuem alta performance, com economia de água, higiene (pois não acumula resíduo), maior durabilidade das cores (proteção UV – brancas e cromagem) e registro exclusivo que garante o abrir e fechar sem rangidos e vazamentos.



O melhor Carbon Block do Brasil só podia ser da líder do mercado de filtração.

Fabricação 100% Nacional

a água entra suja aqui

Filtração tudo em 1

Retém sedimentos, reduz cloro gosto e odores com apenas uma etapa de filtração

Máxima eficiência na redução do cloro

e sai limpa aqui

Compatível com carcaças 5", 7", 9.3/4", 10" e 20"

Com a Hidrofiltros você tem:

- Pagamento Acessível com Condição Especial
- Atendimento Humanizado com equipe de consultores especializado
- Processos de fabricação otimizados com a ISO 9001



SOLICITE UMA COTAÇÃO
☎ (47) 3511-4545



DESENVOLVIMENTO E CAPACITAÇÃO CONSTANTES

VONDER INVESTE EM TREINAMENTOS QUE AUXILIAM REVENDEDORES NOS ARGUMENTOS DE VENDA

É premissa no setor comercial e em vários outros segmentos: uma equipe bem preparada contribui de forma decisiva para os melhores níveis de atendimento e suporte aos consumidores, inclusive fazendo a diferença na decisão de compra no PDV. Por isso, o treinamento da Força de Vendas é um importante diferencial que a VONDER acredita e incentiva, nesses seus 25 anos de atuação no mercado.

A opção pela capacitação do profissional que faz a ponte entre a marca e seus consumidores é importante e estratégica, afinal, quando se fala em mix de produtos VONDER à disposição dos lojistas, refere-se a um cenário com mais de 16 mil itens em linha, incremen-

tados por lançamentos quase diários de produtos, que por sua vez estão cada vez mais técnicos e especializados, dentro do conceito de abrangência e amplitude das linhas que levam a marca da VONDER.

Ou seja, além dos naturais atributos de interação e atendimento, cabe ao profissional de vendas do segmento de materiais de construção agregar, também, conhecimento específico para o melhor suporte e venda consultiva, e é justamente aí que a parceria dos lojistas com a VONDER ganha outro status: a própria marca realiza essa capacitação, como ponto estratégico de diferenciação na sua relação com seus revendedores.

ESPECIALIDADES PROFISSIONAIS

A estrutura técnica da VONDER conta com uma área dedicada para o desenvolvimento da Força de Vendas, tanto do time de consultores VONDER para atendimento aos lojistas, quanto da própria equipe do revendedor, todos atuando como especialistas nas diferentes linhas de produtos que são disponibilizados no mercado.

Entre as alternativas para essa capacitação estão desde vídeos técnicos de produtos, disponíveis no canal do YouTube @vonderferramentas, com foco tanto nos revendedores quanto nos consumidores, com editorias específicas para quem usa, trabalha ou revende produtos VONDER; treinamentos presenciais e demonstrações técnicas diretamente no PDV, numa importante ação de experiência de uso e manuseio



Acesse o QR Code e assista aos vídeos pelo seu smartphone!

dos produtos; e também os treinamentos, incluindo a modalidade à distância nas Lives VONDER, realizadas para a equipe de vendas da marca permitindo ao time interno ter em mãos as principais abordagens comerciais, principais destaques e informações técnicas dos mais recentes lançamentos da marca, com ainda mais informações para repassar ao lojista revendedor e, conseqüentemente, aos seus clientes.

Linhas de especialidades profissionais, como Solda, Máquinas e Equipamentos, Químicos, Medição, entre outros, são alguns dos focos principais dos treinamentos e demonstrações técnicas, com destaque também aos produtos que incrementam e ampliam o mix ofertado pela VONDER.



Demonstrações Técnicas: Possibilidade de uma experiência real de manuseio e uso das ferramentas em ações especiais nos revendedores VONDER.

INFORMAÇÕES E ATIVAÇÕES DE LANÇAMENTOS

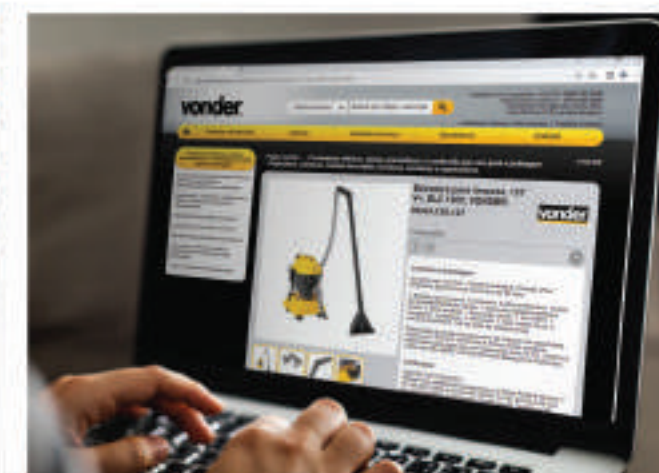
Um exemplo recente é a nova Extratora para Limpeza VONDER, que amplia o portfólio de equipamentos da marca voltados para a limpeza especializada, que já conta com uma completa linha de Aspiradores e Lavadoras de Alta Pressão. Para ativar esse lançamento e estimular o incremento da linha também no revendedor, um combinado de ações estratégicas incluindo treinamento, informativo, vídeo de ativação no canal, além de outras ações, com revendedores e consumi-

dores, que ajudam a reforçar e posicionar a nova linha no mercado.

É apostando na forte parceria Comercial, agregando também conteúdo e informações aos seus lojistas, que a VONDER reforça seu compromisso incansável de estar cada vez mais próxima dos seus revendedores, fatores que certamente contribuem para o crescimento em exposição e relevância da marca, cada vez mais, nos pontos de venda em todo Brasil.



Entrega Técnica: Mais um benefício para a melhor experiência de profissionais e consumidores com a linha de produtos VONDER.





AS REDES ASSOCIATIVAS SÃO REALIDADE

Na abertura de mais uma mesa redonda promovida pela revista **Revenda Construção**, Carla Passarelli, diretora comercial do **Grupo Revenda** destacou a tiragem histórica da revista nos últimos meses: “Informação precisa para todo o mercado. Importante saber que, neste ano, o **Grupo Revenda**, em parceria com quatro importantes players do mercado, Denver Soprema, Grupo Perlex, Grupo Saint-Gobain e Vonder, atingiu a marca histórica de 60 mil exemplares por mês. Esta é uma ação jamais vista no mercado editorial segmentado brasileiro.”

O mediador João Francisco Gonçalves conduziu o debate de mais uma mesa redonda, que reuniu executivos das indústrias, empresários de revendas e de redes associativas.

“Hoje estamos falando do futuro das redes associativas do Brasil. Este é um mercado muito importante, que estamos acompanhando há muito tempo.

Reunimos especialistas no assunto tanto pela indústria quanto pelas redes”, explicou.

PARTICIPANTES

Alan Oliveira, Presidente da Febramat, Federação Brasileira das Redes de Materiais de Construção, que também é membro da Rede Construai!

“Boa tarde a todos, quero agradecer ao **Grupo Revenda** pelo convite de participar deste debate e trocar ideias para falar do associativismo, um bichinho que me mordeu há uns 18 anos e isso me viciou. Eu acho que é o caminho para todas as empresas de pequeno e médio porte de todo o Brasil”.

Elvira Ros, Presidente do Grupo Perlex

“É uma honra muito grande participar deste debate e agradecer ao **Grupo Revenda** e ao João Gonçalves pelo comando da mesa redonda, pela oportunidade de aprendizado”.

Fabio Correa, Diretor Comercial do Varejo do Grupo Saint-Gobain

“É um prazer compor a mesa e vamos em frente”.

Hideaki Norberto Akamine, Gestor de Negócios da Rede Okinalar

“Quero agradecer o convite para participar do grupo e quero aprender mais ainda”

Silvio Pallioto, Diretor Comercial do Grupo Vellore

“Boa tarde, obrigado pelo convite para discutir um assunto muito importante discutir as parcerias entre indústria e varejo e ver o que podemos construir juntos e um ecossistema como um todo”

Teresa Breviglieri, Diretora de Relacionamento e Operações do Grupo SIM

“Obrigado pelo convite e é um prazer estar com profissionais tão relevantes para o nosso mercado”.

Irio Piva, da Rede Casa VIP, de Porto Alegre

“Uma honra muito grande e esperamos contribuir”.

Marcos Biondi, Gestor da Rede Construset, do interior de São Paulo

DESENVOLVIMENTO DA REDE ASSOCIATIVISTA

O primeiro tema levantado foi o desenvolvimento das redes no Brasil.

As indústrias, os fornecedores, os atacadistas já assimilaram a diferença e as peculiaridades de fornecer para uma rede?

Hideaki Norberto Akamine – Os dois lados estão aprendendo. Tanto o lojista quanto o fornecedor. É um processo que a Rede Okinalar que já está no mercado há mais de 30 anos, tem ainda enfrentado vários entraves de ter a colaboração da indústria, os fornecedores, como também dos associados. Mas é um processo de aprendizado e, com o passar do tempo, vamos amadurecer ainda mais e o trabalho feito com as indústrias parceiras estão ajudando. Estamos engatinhando. O Brasil ainda não é um mercado maduro para as redes associativas, como é nos Estados Unidos ou Europa, que tem o associativismo no cerne e com formato muito profissional.



Alan Oliveira Piva, Presidente da Febramat

As indústrias já se prepararam para atender a esta demanda tão específica?

Fabio Correa – Acho que eu entendo que ainda estamos em constante evolução e percebemos o avanço das redes no mercado de materiais de construção e também o nosso avanço, pois a indústria está se reinventando para atender a contento as redes de materiais de construção que estão bem integradas aos nossos grandes clientes que temos no Brasil e que nos apoiam para que os nossos produtos possam chegar aos consumidores finais. Estamos focados nas grandes redes, como uma liderança nacional. Estamos em constante evolução. Costumamos falar que hoje estamos melhores do que ontem e estamos piores do que vamos estar amanhã.

Quais os maiores entraves para as redes? Alan, falando como Construai!, quais os maiores entraves que enxerga como lojistas nas falhas das indústrias ou dos grandes fornecedores para as redes?

Alan – O começo para nós foi muito difícil porque o mineiro é muito desconfiado. A nossa rede ainda é jovem, comparando com outras, mas vejo que muitas indústrias que não sabem o que é negociar com redes associativas. Eles tentam minar lá na ponta a negociação. Aproveitando a presença da Saint-Gobain no debate, quero destacar o bom relacionamento da empresa com



a nossa rede associativa. Vejo que o grande gargalo é que determinadas indústrias não entendem o que é rede associativista, a nossa união pode trazer bons negócios. Não é só um lado ganhar, é importante que os dois lados têm que ganhar. Às vezes, a indústria quer só ganhar e isso não é bom. Trabalhando juntos, todos ganharão. Determinadas indústrias têm que aprender a trabalhar com as redes associativistas.

Quais são as principais vantagens e desvantagens, se é que existem, de negociar diretamente com as redes associativistas e os entraves?

Teresa – Eu concordo com o Alan sobre os pontos colocados, mas ao invés de ser uma simples rede de compras, somos uma rede de relacionamento. Então, relacionamento e melhores práticas fazem toda a diferença numa empresa. Acreditamos que, quando os parceiros (associados e representantes) estão envolvidos, a gente acaba atingindo o objetivo final. Mas o principal objetivo mesmo é o relacionamento, troca de melhores práticas, possibilidade dos nossos parceiros se comunicar com todo o Brasil. Destaco a parceria da Saint-Gobain que vai além do material de construção, parceria também no segmento moveleiro, do qual também faço parte. O relacionamento e as melhores práticas são fundamentais para contar com a força de várias lojas, no nosso caso, 94 lojas, atuando na ponta, com treinamentos com clientes e equipe, mais do que uma central de compras, é uma consequência do que realizamos e prestamos com os nossos parceiros.

Elvira – Eu acredito que a empresa está super preparada para atender às grandes lojas. Está tudo amarrado no sistema. Trabalhar com grandes redes é muito importante porque conseguimos fidelizar várias lojas com os nossos produtos, temos pré-negociações onde podemos divulgar as nossas marcas e acho que isso é uma grande parceria. Uma grande desvantagem é o treinamento. Pelas lojas estarem descentralizadas, o treinamento é mais difícil, mais cansativo, por ter que fazer mais vezes com equipes menores. As entregas também são menores e mais localizadas. É importante, na minha opinião, promover encontro nas redes para melhorar e aprender. É um processo novo no Brasil e estamos aqui para o crescimento das redes.



Teresa Breviglieri, Diretora do Grupo SIM

Irio – Estes desafios é que fazem a gente melhorar. Concordo com a Teresa e que compartilho das ideias e a Casa Vip, que tem 17 anos e levamos um tempo necessário para engrenar, com trocas de experiências e o grande negócio para mim. A ideia que se formar redes associativas é com o objetivo de comprar mais barato, mas isso tem vida curta e acredito muito em desenvolvimento. À medida que a troca de experiências passa a acontecer com maior frequência, isso vai acabando. Nós, da Casa VIP, temos como norma informar, todo sábado, no fim do dia, cada associado informa o seu faturamento, até nos centavos, para que tenhamos a possibilidade de saber como o mercado está. Estamos em nove estados diferentes e essas coisas mostram que existe uma confiança muito grande entre os associados. Temos vários comitês de logística, de compras, de marketing e todas as áreas executivas das empresas têm interligação entre a rede para trabalhar de maneira mais efetiva. Fazemos viagens nacionais e internacionais para grandes eventos no mundo para trocar todo o aprendizado com todos. Acho também que uma rede associativa tem que criar a sua própria marca própria que eu considero muito importante em alguns produtos. A desvantagem é o desafio de fazer com que cada um isoladamente abra mão de um relacionamento que não está funcionando e ele insiste em preservar. Quando trabalhamos efetivamente num grupo, é preciso que as principais coisas sejam compartilhadas de maneira muito efetiva. E alguns associados levam mais tempo para entender as vantagens de fazer parte de um grupo coeso e fazendo as coisas realmente

de maneira conjunta. Não é desvantagem, mas um desafio para uma rede associativista. A palavra é desapego. Não é fácil. Muitos de nós começamos de maneira muito pequena e tivemos ajuda nos momentos de crise. Não é fácil abrir mão de determinadas convicções ou relacionamentos em prol de um grupo para construir algo maior para o grupo.

Carla – Desvantagem do treinamento é uma coisa que sempre preocupou o Grupo Revenda a ajudar o segmento a vender mais e melhor. Então, em conjunto com os nossos quatro grandes parceiros, lançamos o nosso EAD, que é uma plataforma de treinamento exatamente para os clientes chegarem com seus treinamentos aos seus clientes, para driblar a barreira da distância. Treinando os balconistas a trabalhar produtos correlatos, trabalhar melhor seu mix de produtos para vender mais e melhor. Esse é o nosso objetivo. Formar novos profissionais para que o ticket médio aumente. A plataforma está disponível para todos. A maior barreira a ser vencida

é fazer com o que o balconista entenda que ao fazer o treinamento pela plataforma EAD, ele não está deixando de realizar uma venda, mas sim se informando e sendo capacitado para realizar muitas vendas.

Marcos – Eu queria dizer que o associativismo no Brasil no segmento de materiais de construção brasileiro tem mais de 30 anos e eu atuo há 28 anos. Comecei no mercado de farmácias e depois me ancorei no mercado de materiais de construção, onde estou há 18 anos. Administro 7 redes no país, dou consultoria de varejo para cerca de 160 lojas em todo o Brasil e 200 acordos comerciais com indústrias. Sabemos que o bom relacionamento com a indústria pode ser muito importante para uma rede associativista. Dá para dizer que a indústria tem muito a desenvolver para se estruturar e entender melhor o varejo, principalmente no momento que estamos vivendo e também no decorrer do processo daqui por diante em função de inovação, tecnologia e mutação geracional. Quem são os novos consumidores que estão

SE PASSA COBRECOM,
PASSA SEGURANÇA

IFG/COBRECOM CABO SUPERATOX FLEX HEPR 90°

CABO SUPERATOX FLEX HEPR 90 °C 0,6/1 kV
 É O CABO NÃO HALOGENADO DA COBRECOM COM CLASSES DE ENCORCAMENTO 4 E 5. ISOLADO EM HEPR PARA 90 °C. COBERTURA COM POLIMÉRICO, TIPO POLIOLEFINICO NÃO HALOGENADO E INDICADO PARA LOCAIS COM ALTA DENSIDADE DE OCUPAÇÃO E/OU EM CONDIÇÕES DIFÍCEIS DE FUGA, TALS COMO, ESTÁDIOS DE FUTEBOL, SHOPPING CENTERS, HOSPITAIS, ESCOLAS, CINEMAS, TEATROS, HOTÉIS, TORRES COMERCIAIS E RESIDENCIAIS, CENTROS DE CONVENÇÕES E METRÔ. OFERECE MAIOR SEGURANÇA POR APRESENTAR CARACTERÍSTICAS ESPECIAIS DE NÃO PROPAGAÇÃO E AUTO-EXTINÇÃO DE FOGO E BAIXO ÍNDICE DE EMISSÃO DE FUMAÇA, SENDO ISENTOS DE HALOGENÍO.

Cobrecom
 (11) 2118-3200 | @cobrecom - www.cobrecom.com.br

chegando, os da geração Y, que são os mais velhos, ou os da Geração Z, os mais novos, e como estamos trabalhando para enfrentar a Geração Alfa. Quando olhamos para o varejo médio e pequeno, vemos como estão enfrentando a concorrência. Na nossa região, no interior de São Paulo, temos 32 lojas da rede Construset e cobrimos ¼ do estado de SP. Temos Quero Quero, Discenza, Madeira Madeira, Portinhão, ABC da Construção, que chegaram de uma vez. Precisamos estudar muito bem como este varejo vai se desenvolver e continuar existindo, que é objetivo da rede e da indústria. Outra questão é o EAD, que sempre foi o calcanhar de Aquiles das associações em função do conteúdo que pode desenvolver e da usabilidade do ensino à distância. Há 6 anos, desenvolvemos o nosso EAD, com mais de 60 conteúdos e conseguimos treinar mais de 80 por cento das nossas equipes porque definimos a mecânica de como a EAD seria utilizado em nossas lojas. Como desenvolver conteúdos utilizáveis pela equipes das lojas às quais pretende atingir. Até a forma de desenvolver o conteúdo vai definir a abrangência que ele terá dentro das nossas lojas.



Elvira Ros, presidente do Grupo Perlex

Silvio - A nossa empresa Famastil está engatinhando e precisa evoluir no trabalho com as redes. O pouco que venho acompanhando, tem uma série de benefícios e algumas oportunidades é a melhoria na gestão. O ponto focal é a parte do digital. O nosso segmento tem um gargalo muito grande quando se fala de logística. E para evoluir, dependemos de plataformas digitais. A indústria e as redes estão com a grande oportunidade de trabalhar em conjunto para melhorar no digital. Utilizando as lojas de varejo como distribuidores para fazer as entregas nos locais de difícil acesso. É um projeto da nossa empresa é poder fazer como outros canais associativistas fizeram, como fármaco e alimentar, que estão muito evoluídos nesses processos. Mas o canal

Sobre Marca Própria: Elvira, Fabio e Silvio, vocês, que são da indústria, como enxergam a marca própria vinda de uma rede associativista? Ou a marca própria vinda do varejo, de uma forma geral.

Elvira - Eu atendo bastante marca própria. A indústria não vê como interessante. Eu entendo que a indústria vai produzir e as lojas vão vender e fazer a logística. Quando a indústria faz marca própria, fica difícil manter o

ritmo de produção. A gente perde bastante nos custos. A grande vantagem de estar em uma rede associativa é divulgar a marca. Eu já faço marca própria, mas não é o que adoro fazer. Pois você vai estar na loja e não poder divulgar o seu produto é um pouco frustrante. Num pesquisa recente da revista Revenda, foi destacado que um dos pontos mais importantes para encontrar um fornecedor é a reputação da marca. Quando a marca é consolidada e reconhecida pelo mercado, ela fortalece a loja.

Fabio - Eu, como indústria, entendo que a marca própria é uma estratégia que o varejo tem que analisar e definir se vai fazer ou não. A indústria faz muito investimentos em mídia, treinamento, capacitação e precisamos tomar alguns cuidados quando vai lançar uma marca no mercado, como a relevância que o consumidor tem quando vai na loja em busca do produto de qualidade, de uma marca que conhece, que se identifica e que o profissional vai utilizar e ter um bom relacionamento. O gerenciamento também é importante porque poderá ter mais estoque para administrar tanto na fábrica como na loja. Mas entendo que é uma estratégia do negócio e, como indústria, estamos preocupados em servir bem nossos parceiros e clientes. Se é uma estratégia que o va-

rejo está adotando, não cabe a mim julgar e, sim, tentar entender como fazer minha marca se sobressair no ponto de venda, com o profissional que vai utilizar o até mesmo o consumidor fina. Não é brigar com a marca própria, mas sim elevar os meus atributos, produto e serviços para atender o consumidor. O varejo é uma meio de fazer o produto chegar.

Silvio - Eu tenho uma experiência com marca própria. Um ponto importante a pensar: qual a razão de ter marca própria? Sou importador e indústria, faço marca própria e posso fazer sem problema para terceiros, mas, para poder ter uma sinergia, é preciso entender alguns pontos: é gerar rentabilidade? Gerar prestígio? Ter uma marca exclusiva na região? Enfim, são muitos pontos. Por trás da construção de uma marca existem vários fatores, como investimentos em mídia, material de compra e venda e um esforço muito grande. O core business nos impõe várias dificuldades hoje. Eu vejo atacadistas, muito grandes, que não têm marca própria e tem até volume



Fabio Correa, Diretor Comercial do Varejo do Grupo Saint-Gobain

para isso, mas sai fora do core business deles. Nós, como indústria, vamos estar disponíveis para atender o mercado. Entendemos que uma loja ou rede queira uma marca própria para se destacar na cidade ou na região, ok, mas

**GUIADOS PELA TRADIÇÃO,
IMPULSIONADOS PELO COMPROMISSO.**

- ✓ Cliente
- ✓ Gente
- ✓ Processos
- ✓ Inovação
- ✓ Resultado
- ✓ Transformação Cultural
- ✓ Manufatura avançada
- ✓ ESG

HÁ MAIS DE 55 ANOS,
SENDO REFERÊNCIA
NO QUE FAZ!

MGM
TRADIÇÃO E COMPROMISSO

é um grande desafio na construção de marca, que exige muitos investimentos e oferece um risco de tirar o foco do principal objetivo do varejo, que é ofertar produtos e ter atendimento perfeito. A indústria tem o mínimo de produção e é preciso pensar prós e contras.

Irio – Um bom varejo não pode prescindir das marcas, principalmente aquelas marcas mais conceituadas e não vai deixar de prestigiá-las. Da mesma maneira que eu entendo que o físico e o digital têm que conviver de maneira harmônica, não é mais possível ter apenas uma loja digital ou somente uma loja física. Está tudo misturado. Uma boa empresa tem que ter ambas. As marcas próprias e as tradicionais vão coexistir da mesma maneira que o analógico e o digital convivem. O que não dá para imaginar é que só a marca própria vai resolver o problema da empresa. A marca própria tem que ser muito bem pensada, em alguns produtos específicos, aqueles que são possíveis dar volume de venda. Outra coisa importante é que existem produtos que são facilmente despacháveis, porque o concorrente da gente é a Internet, não só na região, mas até mesmo produtos vindos da China, mais de 25 mil quilômetros de distância, que competem com o nosso negócio. A marca própria, em alguns produtos, passa a ser determinante para preservar margem em alguns produtos que são disponíveis em lugares dominados pelo preço e o varejista precisa fazer este mix, da mesma maneira que uma indústria precisa fazer o preço médio dos seus produtos que dão mais ou menos margem. Então, o varejista pode fazer sua marca própria e conviver de maneira pacífica com as marcas conceituadas e tradicionais. É bom para a indústria, principalmente quando tem um cliente que está em dificuldades financeiras e recebe forte concorrência na região. Eu prefiro ter um concorrente forte na minha região, para dar retorno para o acionista. O problema é o aventureiro que abre um negócio perene e cria problema. Criar estratégias, e a marca própria é uma estratégia para preservar a rentabilidade, acho que dá para fazer isso sem criar problemas para a indústria e os dois vão conviver de maneira harmônica.

Teresa – Concordo com as colocações do Irio e vale lembrar que, além de fidelizar o cliente com as marcas,



Irio Piva, Rede Casa VIP

o revendedor tem a possibilidade através da marca própria de ampliar um mix no ponto de venda. Essa abertura de trabalhar com lojas de associação, não chega em todas as lojas. A marca própria pode ser uma boa porta de entrada para ampliar o mix de produtos na revenda. No Grupo Sim, temos marcas próprias com itens de commodities e os fornecedores trabalham muito bem e poderemos ampliar o nosso mix junto ao PDV. Estamos também trabalhando para ter marcas próprias no segmento da construção civil também, mas já para um futuro próprio.

Marcos – A gente não pode deixar de olhar para o poder das marcas. É fundamental para as nossas estratégias de vendas, mas precisamos entender quando o varejo procura uma indústria para ter uma marca própria, ele está buscando uma alternativa para um anomalia do mercado. Tem muitas indústrias que trabalham pulverizando o mercado. E essa pulverização é sempre muito negativa para o varejo. Talvez indústria precise organizar os mercados onde atua, entender melhor as dores do varejo para compactuar uma circunstância mais interessante, uma vez que a marca própria visa gerar uma similaridade de um produto que a loja não tem mais rentabilidade com ele ou que o mercado já canibalizou este produto. É uma saída

Juntos vamos mais longe.

Desde 1927 a Aliança fabrica produtos que facilitam o dia a dia das pessoas. Uma empresa 100% brasileira, reconhecida também no exterior pela diversificação e qualidade de seus produtos, através da solidez e confiança de sua marca.

São 95 anos de história de muito trabalho e dedicação, de desafios e conquistas para atender as necessidades do mercado e de seus consumidores.

Agradecemos a parceria e reconhecimento de todos os colaboradores, clientes e fornecedores. Que nossa aliança se renove a cada ano!





que mercados, farmácias e materiais de construção encontram hoje para resolver as questões complexas que a própria indústria não consegue. É preciso share e trabalhar com as marcas conceituadas no mercado e a indústria precisa entender as nossas dores, pois é uma necessidade que temos. Nas redes que administro, temos várias marcas próprias criadas, ainda não efetivadas, pois é preciso fazer um estudo detalhado, não é fazer de qualquer forma, não queremos competir com as indústria que são parceiras. Não é fazer uma marca própria só para dizer que é bonito.

Norberto - A gente já teve experiência de trabalhar com marca própria em alguns produtos, mas atualmente não temos mais porque é um processo que precisa demandar muito estudo. A construção de marca demanda muito esforço. Faz parte da estratégia atual de algumas lojas porque as margens estreitaram muito em alguns produtos, principalmente os de compra planejada como é o caso dos materiais de construção. Ninguém compra argamassa por impulso. Preservar a margem em produtos onde o digital atua forte é um problema sério que temos. Sou da opinião de que "cada macaco em seu galho". Se formos lançar produtos de marca própria, corremos o risco de deixar de olhar para o nosso negócio. A indústria tem a obrigação de fazer o seu produto de qualidade, fortalecer a marca e criar o desejo no consumidor para gerar demanda e que a gente possa também estar preparado para fazer o nosso trabalho que é ter o produto e uma equipe preparada para atender o cliente.

Alan - Não sou um visionário de marca própria. Mas já tivemos marca própria, mas fazer a marca acontecer dentro do varejo com todos os associados é complicado. É muito mais fácil trabalhar com uma marca forte, já conhecida pelo consumidor. Mas hoje não falamos mais disso e preferimos nos acertar o trabalho em parceria com a indústria. Continua um sonho, mas vejo com outros olhos ter a marca própria. Falando pela Febramat, o grande segredo da rede é o treinamento dos nossos associados, ensinar os nossos vendedores e utilizar a plataforma EAD, que nos ajuda a vencer barreiras, pois o mundo é muito dinâmico. Esses desafios trazem aprendizado.



Hideaki Norberto Akamina,
Gestor de Negócios da Rede Okinalar

Carla Passareli - Faz um ano que começamos a desenvolver nossa plataforma EAD. Percebemos que muitos vendedores não queriam sair da loja para um treinamento, pois outro vendedor poderia fazer a venda. É um aprendizado diário e

As lojas precisarão desenvolver fornecedores no exterior ou podem contar com as indústrias aqui no Brasil?

Silvio - A área da construção civil infelizmente tem que recorrer à importação. É muito oneroso para a indústria investir em um mercado que muda constantemente. Cada um tem que enxergar o seu mercado. Tem que ter um mercado híbrido, com importação e produção própria. Uma coisa importante são as parcerias entre os canais de distribuição entre indústria, varejo e distribuidores para atuar no mercado digital. O pior é a cadeia da tributação que é muito difícil de trabalhar no Brasil.

Alan: - A Febramat tem atualmente 29 redes associativas no Brasil inteiro. São 1400 lojas espalhadas no Centro-Oeste, Rondônia, enfim, todos os cantos do país e é muito importante os cursos chegarem na ponta.

Fabio - Em todas as discussões aqui tratadas, os aspectos mais importantes sempre foram treinamento,

Lançamento selante PU40 multiuso quartzolit



De fácil aplicação, alta durabilidade e resistência química, o novo **selante PU40 multiuso quartzolit** está disponível em três cores: branco, cinza e preto.

Você pode utilizar para:

- colagens em geral, eliminando pregos
- juntas verticais e horizontais
- aplicável em superfícies úmidas
- vedação, acabamentos e rejuntamentos



Para saber mais, acesse a página do **selante PU40 multiuso quartzolit** utilizando o QR Code ao lado.



SAINT-GOBAIN

levar conhecimento e relacionamento, pontos importantes em nosso setor, ou seja carente de boas iniciativas. A participação nas redes é muito importante pois quem está no dia a dia da venda é que vai nos dar o feedback para melhorarmos. E a nossa grande ferramenta de treinamentos para os revendedores, a Parceiros da Construção, que já temos quase 10 mil inscritos de todo o Brasil, que já receberam certificado de participação. Lançamos durante a pandemia para justamente para dar treinamento desde o básico até os aplicadores dos nossos produtos e consumidor final. Temos 30 fábricas em todo o Brasil e em todas elas eu tenho uma área para receber os profissionais e nossos parceiros.

Para as indústrias, qual a relação com as redes? Elas ficarão maiores e a indústria dará conta de atendê-las? Qual o futuro das redes no Brasil?

Norberto – O que tem acontecer com as redes associativas é ter um perfil mais profissional. Vejo nesta mesa redonda profissionais que são focados na gestão das redes onde atuam. Mas isso não é uma realidade. Muitas redes no Brasil ainda agem como centrais de negócio, mas se dizem redes associativas. Os gestores precisam se profissionalizar e levar um trabalho para que o associado veja outros trabalhos importantes além da compra, pura e simples, de mercadoria. O desafio é muito grande e não profissionalizando, a rede deixa de existir. Estou neste caminho há 3 décadas, como associado e diretor da Okinalar, presidente e hoje gestor e posso dizer que o lojista de lojas pequenas e médias não tem estrutura como os grandes. É um faz de tudo e acaba sendo complicado exigir maior empenho do proprietário. Ele tem que matar um leão por dia, enfrentando a concorrência do digital, do seu vizinho que também tem loja. A rede deve prestar um trabalho para que o lojista possa se inteirar mais do mercado e da produtividade do seu negócio.

Elvira – A indústria no Brasil sofre muito. Mas o maior desafio do planeta é buscar mudanças e dar voz a esta geração nova. Juntar forças e parcerias é um bom caminho para vencer juntos e não simplesmente buscar pro-



Silvio Pallioto,
Diretor Comercial do Grupo Vellore

duto fora do Brasil. Comprando dentro do país a gente fortalece as nossas indústrias, fortalecendo quem gera emprego e paga todos os impostos.

Alan – Tenho a impressão que estamos começando a ver o fim da globalização. Depois de 30 anos temos um novo futuro e o que a gente puder consumir dentro do nosso país, melhor para nós. Quanto ao futuro das redes, temos uma pesquisa que mostra que o consumidor já enxerga a diferença no atendimento de lojas que participam de redes associativas. O layout da loja, o preço dos produtos, os próprios produtos à venda se destacam para o consumidor. O futuro do lojista, seja ele de qualquer segmento, está nas redes e é preciso difundir mais o associativismo em nosso segmento. Alguns projetos de lei estão pautados na câmara para que isso se concretize. A sucessão também é um problema nas lojas de materiais de construção que tem ainda seus fundadores trabalhando há mais de 40, 50 anos. As redes precisam da parceria da indústria.

Teresa – Não tem uma receita de bolo para dizer como fazer. Mas acreditamos que tem um trabalho muito

CSM: A MARCA DA CONSTRUÇÃO CIVIL.

A CSM produz máquinas e equipamentos de alta qualidade para compor o mix de obras do seu negócio. Conheça os nossos diferenciais e toda linha de produtos.



Acesse:



Ligue: (47) 3372-7600

CSM[®]
MAQUINAS E EQUIPAMENTOS PARA CONSTRUÇÃO



intenso pela frente. Prestamos mais de 62 serviços aos associados em parceria sempre com os fornecedores e acreditamos muito nos treinamentos através de fóruns. O trabalho é árduo, mas trabalhando com seriedade vamos conseguir realizar muito. Capacitando o PDV, tanto o profissional, como o lojista, são pontos importantes para contribuir para o crescimento das associações. Quanto ao envolvimento do associado, é um desafio diário. Temos que seduzir nossos parceiros todos os dias e junto com os nossos fornecedores.

Irio - A oportunidade de participar da mesa redonda foi muito importante para conhecer outras opiniões. Toda a vez que profissionalizamos uma empresa, os clientes que ganham. Os fornecedores também ganham e todos ganham, principalmente as empresas pequenas. Em breve, grandes players no mercado mundial vão atuar no Brasil e as redes terão força para crescer. Mas não podem pensar apenas em comprar mais barato, pois isso seria o fim.. Tem que existir para oferecer serviços, melhorar



Marcos Biondi, Gestor da Rede Construset

o varejista de maneira geral e agregar valor naquilo que oferece. Ser competitivo não é comprar ou vender barato. Vejo o futuro muito bom para as redes.

Fabio - Foi uma discussão muito enriquecedora. O nosso mercado de materiais de construção é totalmente vocal, regional, de relacionamento e proximidade. O papel da indústria é apoiar os clientes e trazer mais negócios nas vendas, nos treinamentos. Somos um setor de relacionamento, por isso, fazer negócios ou treinamentos a 30, 20 ou 15 mil quilômetros de distância em nosso segmento é muito difícil. Se as redes procurarem fazer marca própria, é porque a indústria não soube suprir as necessidades do seu cliente. Não tivemos ouvido suficiente para entender o que os nossos parceiros querem. A indústria tem que continuar se reinventando e dar todo apoio aos nossos parceiros no Brasil. É um mercado nacional, mercado de brasileiros, de proximidade. Tenho a certeza de que se tiver que trabalhar com um produto brasileiro, sem precisar importar, eles optarão pelos nossos produtos. O capital de giro está aqui, o relacionamento está aqui. É muito mais simples para o varejo trabalhar com produtos nacionais.



Carla Passarelli,
Diretora Comercial do Grupo Revenda



TUBOS E CONEXÕES Fortlev

Uma das marcas mais lembradas pelos revendedores.



Top of Mind Revenda, 2022



FORTLEVBRASIL

FORTLEV
É MUITO MAIS

DA FACHADA À DECORAÇÃO

Esquadrias trazem versatilidade aos ambientes, praticidade na instalação e agrega produtos que aumentam a durabilidade



Fundamentais em qualquer tipo de construção, as esquadrias podem ser encontradas em diferentes opções de materiais, como aço, madeira, PVC ou composições, com opções de preço para construtoras ou em uma loja de material de construção, quando equipes bem treinadas pela indústria fabricante podem ajudar o consumidor final a não cometer erros, para aproveitar os benefícios que trazem à decoração em utilizações variadas..

A escolha deve respeitar requisitos de desempenho, de acordo com o tipo de construção e com a finalidade para qual as esquadrias serão utilizadas, se terão contato com área externa, apenas interna ou ambas, respeitando a norma NBR 10.821, onde os requisitos mínimos de desempenho são garantidos, além das opções para diminuição dos ruídos e poluição sonora externa, o desempenho acústico, mas também com isolamento térmico, normatizados pela Norma de Desempenho das

Edificações NBR 15.575, além da norma NBR 15.930, que classifica uma porta fabricada em madeira segundo exigências seus requisitos. Mantido pela Associação de Fabricantes de Esquadrias de Alumínio (AFEAL), o Programa Setorial de Qualidade de esquadrias de alumínio (PSQ) também traz garantias ao consumidor, pois os fabricantes são auditados com frequência e a qualidade dos produtos é garantida direto da fábrica.

Após decidir sobre as esquadrias e sobre o acabamento, a importância dos cuidados na hora da instalação movimenta o mercado de ferramentas e itens usados na instalação, produtos para aumentar a durabilidade, acessórios e itens para a manutenção durante o uso diário.

O revendedor de material de construção tem que estar preparado para fazer um atendimento ao cliente com um mix de produtos, que pode ajudar muito no aumento das vendas como um todo e ultrapassar os 4,4% de aumento real do faturamento alcançado em

2021 neste setor, driblando as perspectivas incertas sobre o crescimento em 2022. "As perspectivas para 2022 são incertas. Teremos um ano bastante desafiador para o varejo", pontua Geraldo Defalco, presidente da Anamac. "A desaceleração do crescimento, altas taxas de desemprego, nível de endividamento elevado das famílias, alta taxas de juros, além das incertezas típicas de um ano eleitoral afetarão as vendas. O faturamento do varejo de lojas de material de construção pode recuar entre 1% e 1,5% sobre 2021", completa.

Até maio de 2022, o Brasil estava com cerca de R\$ 60 bilhões em reduções ou isenções de impostos (ICMS, IPI, IOF, entre outros) em diversos tipos de produtos e segmentos, independentemente de itens constantes na cadeia construtiva. Os ajustes nos ambientes vêm com alguma economia ou até mesmo dentro dentro de uma programação familiar. Mas não é sempre que os efeitos de impostos menores são sentidos diretamente

no bolso do consumidor com o imediatismo necessário para movimentar todos os setores da economia, inclusive o da construção civil, que utiliza esquadrias para grandes ou pequenos projetos, executados por empreiteiras e construtoras ou até mesmo em pequenas reformas. Muitas matérias-primas também podem ser beneficiadas com algum tipo de redução de impostos, influenciando nos valores finais dos produtos, causando a esperada redução de preços e o aumento das obras de forma contínua no país.

Em artigo publicado recentemente, Alberto Henrique Cordeiro, vice-presidente de Qualidade da Afeal — Associação Nacional de Fabricantes de Esquadrias de Alumínio, comentou sobre expectativas e possibilidades de crescimento no mercado de esquadrias para os próximos anos, com o mercado mais organizado e normatizado, pautado na qualidade e na oferta de produtos certificados ao mercado.

VAREJO: A IMPORTÂNCIA DOS PONTOS DE VENDA

Como os produtos são expostos na venda direta ao consumidor final

TELHANORTE

A Telhanorte – Loja Raposo Tavares conta com diversos modelos de esquadrias, de diferentes fabricantes e materiais, onde o cliente pode verificar as certificações dos produtos enquanto passeia pelos corredores, com uma boa variedade de modelos de portas e janelas. O cliente ainda encontra os produtos para instalação (como espumas, silicones e ferramentas) bem próximos às esquadrias, ferragens e aos puxadores para dar o toque final ao estilo de cada um.

Uma ilha (um estande) com produtos para instalação de diversos fabricantes deixa as opções disponíveis claras, oferecendo opções que trazem mais custo-benefício ao consumidor final, para os tipos de esquadrias que escolher.



NOVA ALVORADA

MATERIAIS DE CONSTRUÇÃO

Localizada na divisa de Osasco com São Paulo, a Nova Alvorada é uma loja de considerada de porte pequeno e, muitas vezes, trabalha com encomendas de esquadrias, fazendo a ponte entre indústria fabricante e o cliente final (que, muitas vezes, são os instaladores, com medidas e projetos prontos vindos de clientes). Há produtos para pronta entrega, mas a área de exposição não conta com ambientes montados, com as esquadrias usadas em diferentes tamanhos e formatos. A área de exposição de produtos não tem o mesmo tamanho de um home center e o contato mais direto com quem chega à loja fica evidente, onde o cliente tem atenção dedicada ao atendimento e às suas necessidades, além de gastar menos tempo para fazer um orçamento na busca por esquadrias, produtos para instalação, como ferramentas, espumas, silicones ou colas para melhores resultados, além de ferragens, como puxadores ou maçanetas, e dicas de conservação e produtos para isso.

CONIBASE

O setor de esquadrias da Conibase, no Butantã, conta com a exposição por marcas, modelos e diferentes

materiais. Produtos são expostos como se estivessem instalados, apenas nos corredores, onde é possível verificar a funcionalidade dos produtos vendidos como ficarão nos ambientes.

Porém, poucos itens para instalação e conservação são expostos próximos às esquadrias, mas a loja da Av. Eliseu de Almeida tem espaços separados por tipo de produto e o cliente tem a sua necessidade atendida. Funcionários estão sempre presentes em cada setor na loja, tiram dúvidas e fazem orçamentos, além de verifi-

Smart
CAMPO & CONSTRUÇÃO

A LOJA **Casanova** ESTÁ DE CARA NOVA.



"Somos uma loja tradicional, temos mais de **30 anos** de estrada. Mas sempre estivemos de olho no futuro e em novas possibilidades, essa é uma das razões pelas quais nos tornamos a maior de nosso segmento na cidade. Aderimos ao **Smart Campo & Construção**, porque percebemos que a parceria nos ofereceria a estratégia e o plano de ação de que a loja precisava para se modernizar. Transformamos nosso ambiente interno para permitir o autoatendimento e passamos a ter um poder de negociação ainda mais forte com os fornecedores. Tudo isso sem perder nossas características mais importantes, como **negócio familiar** que somos. E essa tem sido uma experiência enriquecedora."

Armando Tolúta Rodrigues e sua esposa Kátia Moreira de Moura, proprietários CASANOVA.

A loja **CASANOVA** é a mais nova filiada **Smart Campo & Construção**, que passou por um processo de layoutização, gerenciamento de categorias e toda a parte de comunicação visual para melhor atender seus clientes. A reinauguração aconteceu no último dia 13 de maio na cidade de Tupaciguara/MG.

ANTES



DEPOIS



Fotos: Gilberto Motta / Jornal Independente

car se tem o item para venda direta ou sob encomenda, para agilizar os procedimentos e conquistar a satisfação dos clientes.

LEROY MERLIN

O atendimento ao cliente de esquadrias da Leroy Merlin, no km 14 da Raposo Tavares, é feito em um ambiente desenvolvido com portas e janelas instaladas, o que permite melhor visualização do produto em

uso e se é para um local parecido com o de exposição no ponto de venda. Esquadrias para box com roldanas aparentes e tipos de vidro (temperado ou transparente) são opções econômicas e com fácil instalação, usando os produtos corretos, que vão desde espumas expansivas, puxadores, ferramentas até itens para a finalização, que vão deixar o cliente tranquilo com a durabilidade do produto escolhido e as vendas de produtos sempre em alta.

INDÚSTRIA/FABRICANTES

Depois de dois anos enfrentando a pandemia de Covid-19, com momentos bem difíceis para todos os segmentos, a construção civil apresenta otimismo com os possíveis bons resultados até o final de 2022, mesmo que seja um ano atípico, com Eleições e incertezas na economia mundial.

O Brasil tem enfrentado a Covid-19 com um jeito particular, em que o momento é de lojas abertas, indústria fazendo investimentos em novos produtos, que chegam ao varejo para atender às necessidades de todos os clientes, inclusive os que aprenderam a construir, reformar, instalar ou ajeitar a casa e aproveitam o pós-pandemia para colocar tudo em prática com o clima de normalidade.

Um exemplo de otimismo é a Ciser, com o lançamento da "Linha de Ferramentas Manuais Ciser by WorkPro, composta por alicates, chaves de aperto axial, ferramentas de golpe, entre outros, disponíveis avulsas ou em jogos e maletas, para atender a inúmeros pedidos de clientes que solicitavam uma solução completa para construir, reformar ou consertar", explica Jackson Dal Comuni, Gerente de Marketing e Produtos da Ciser, e destaca "a linha completa de rebites de repuxo, buchas para alvenaria, fixadores para ferragens, como a linha Fixer para aplicação em madeira, parafusos para dobradiças, corrediças e puxadores, soluções para manutenção, como Desengripante Ciser, que auxilia na lubrificação, evitando a corrosão, além da linha completa de abrasivos e brocas para madeira, alvenaria e metal".

A Ciser espera um segundo semestre promissor. "Acredito que as coisas estejam voltando ao normal com a expectativa de uma recuperação econômica a partir do segundo trimestre. Porém, ainda sofremos com impactos externos, como a guerra na Ucrânia e o aumento de casos de Covid-19 na China, que podem refletir na economia brasileira", acrescenta.



A DRYKO Impermeabilizantes traz soluções para quem é adepto do faça você mesmo, como a DRYKO VEDATUDO, uma linha completa que traz soluções práticas com qualidade e durabilidade para variadas necessidades de resistência e proteção na construção civil, para facilitar a vida dos consumidores e profissionais. O DRYKO SELANTE FIXATUDO VEDATUDO proporciona rapidez e eficiência nas fixações em geral. "A família de produtos DRYKO VEDATUDO, bastante conhecida e líder no mercado de varejo em fitas asfálticas, não para de crescer", ressalta Rodrigo Morelli, Gerente de Marketing da DRYKO Impermeabilizantes.

"O mercado de construção civil tem conseguido registrar um bom desempenho nos últimos 2 anos, mesmo diante de um cenário epidêmico, que ainda provoca impactos econômicos importantes. Falar de volta à normalidade é algo muito complexo, que nem entendo ser o mais correto a destacar, já que, por mais clichê que possa parecer, este é o novo normal, é o momento atual, assim, nos adequamos e procuramos atender às demandas do mercado atual. A DRYKO Impermeabilizantes é uma das principais indústrias de produtos



São 32 anos de **história** e **dedicação** para **entregar o melhor.**

Obrigada à todos que confiaram e se fizeram **presente** em nossa **trajetória.**

- C** CONFIANÇA
- O** OTIMISMO
- N** NOTÁVEL
- S** SERIEDADE
- T** TRANSPARÊNCIA
- R** RENOVAÇÃO
- U** ÚNICO
- J** JUSTO
- A** AGILIDADE



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

www.construja.com.br





LEONARDO SASAZAKI, SASAZAKI.

químicos para construção civil e vem registrando crescimentos na ordem de 50% ao ano, resultado de importantes investimentos realizados em todas as áreas da empresa. Esse crescimento está representado nos dois segmentos em que atuamos, técnico (que atende a construtoras) e varejo”, informa David Bigio, Diretor Comercial da DRYKO Impermeabilizantes.

A MGM busca crescimento e enfrenta as incertezas para se manter no mercado, com produtos para diferentes públicos. “O ano de 2022 promete continuar muito desafiador para o varejo da construção civil no Brasil. A renda do consumidor final está muito comprometida pela inflação acumulada, em especial nos itens essenciais como alimentos e combustíveis. Somado a isso, temos uma taxa de juros (Selic) bastante elevada e sem perspectivas de queda, dado o efeito inflacionário, o que torna o crédito para financiamentos imobiliários muito caro. Esses e outros fatores, como desemprego e turbulência política, já têm exercido forte influência negativa no movimento de loja e nos volumes negociados nos pontos de venda. Contudo, a MGM tem inovado em busca do entendimento dos desejos do consumidor final e alcançou volumes de vendas que comportam seu budget de 2022. O crescimento de 10% previsto é considerado positivo dado o contexto do varejo brasileiro”, destaca Marcos Vieira, Gerente de Estratégia da MGM.

E as incorporadoras podem ajudar no crescimento. “Já no mercado de construtoras, as perspectivas são bastante otimistas e os resultados do ano estão acima do esperado”, completa Vieira. Entre os lançamentos, a linha Preto Fosco de fechaduras broca 40, com diferentes modelos encontrados com a pintura preto fosco, que integra requinte, elegância e melhor custo-bene-

fício para lojistas e clientes. As Esquadrias Aço Branco sem Vidro vêm com pintura eletrostática na cor branca, com foco na economia do cliente. A Linha Híbrida apresenta quadros feitos com perfil de alumínio e paletas feitas de aço, unindo o design requintado do alumínio e a segurança do aço.

Todos os lançamentos da Pado vão trazer bons resultados, mesmo com o primeiro bimestre mais lento não vai abalar a movimentação na empresa. “Era esperado que, após um primeiro bimestre mais lento, por reflexo da recuperação de demanda reprimida de outros setores, as vendas dentro do segmento voltassem aos patamares de crescimento”, comenta Nathan Bampi, Diretor Comercial da Pado.

Segurança e tecnologia unidas compõem produtos que estão entre as novidades da Pado, mostrou otimismo, fez investimentos mesmo diante de pandemia e apresentou inúmeras novidades na Feicon 2022, com itens para instalação residencial ou comercial, para uso interno ou externo, como a Linha de Fechadura Elétrica para porta de Vidro, que possui 8 modelos que podem ser instalados em portas com interface vidro-alvenaria e interface vidro-vidro. Outro destaque é Linha Acessibilidade, desenvolvida para atender da melhor maneira às necessidades de pessoas com alguma deficiência, apresenta barra de apoio – novidade no catálogo da marca –, puxador mais largo e fechaduras com máquinas de um novo tamanho: 70mm. O puxador com espaço maior até a porta viabiliza que o usuário tenha mais possibilidades na hora de puxar ou empurrar. Já a fechadura de 70mm garante mais praticidade na abertura da porta.

Destaque para Linha Fecho Magnético da Pado, que conta com tecnologia exclusiva, onde um imã po-

sicionado na contra testa da fechadura faz o trinco ser acionado apenas quando a porta for completamente fechada e as duas partes se aproximarem, com fechamento suave e silencioso.

Nathan Bampi fala sobre os objetivos da empresa no momento atual. “Para o ano de 2022, a PADO está preparada para atender a demanda do mercado, com expectativa de crescer na casa dos dois dígitos”, encerra.

A Plasbil vem trabalhando em novidades práticas, com melhor custo-benefício ao consumidor final. Jackson Policarpi, Coordenador de Marketing, apresenta as Portas Sanfonadas Decor, com novo layout que deixa o produto mais charmoso e versátil, para uso interno, com fácil instalação e manutenção prática. Disponíveis nos tamanhos de 70cm e 90cm, na cor branca, vem com design de superfícies multitexturas super hype, para pulsar movimento e animação em seu ambiente de inserção. As lâminas impressas coloridas se espalham com fluidez no ambiente e padrões exclusivos e tons de cores que mesclam impulsionando animação em sua atmosfera. As portas possuem uma lâmina impressa com acabamento em verniz brilhante e com a camada decorativa

em ambos os lados, em três texturas: modern gray, light forms e blue sky.

A Sasazaki tem duas experiências, de acordo com o nicho do mercado que vai atender. “Para a Sasazaki, fabricante de portas e janelas de aço e alumínio, as atividades são divididas em dois segmentos: Revenda e Engenharia. No canal Revenda, percebemos uma desaceleração no consumo este ano. A curto prazo, não vemos uma retomada nas vendas. Portanto, o momento é de cautela e avaliações. Apesar do bom momento do setor da construção civil no ano passado, com o aquecimento do mercado imobiliário e a busca por melhorias nas residências, as dificuldades se deram em diferentes frentes, como escassez de matérias-primas, insumos e embalagens, elevação de custos, questões macroeconômicas e segurança sanitária”, explica Leonardo Sasazaki, Presidente do Executivo e do Conselho de Administração da Empresa.

“No canal Engenharia, que atende às Incorporadoras e Construtoras de todo o Brasil, o mercado se mantém aquecido, proporcionando à Sasazaki recorde em vendas e preparando a empresa para um novo ciclo de

novii
Inovação
Estilo
Funcionalidade
Ralo Novii
Oculto

- Acabamento oculto;
- Maior vazão;
- Altura reduzida, permitindo instalação sem cortes na laje;
- Abas com segurança contra infiltração;
- Filtro.

Ralo Linear Novii:
25cm, 50cm e 75cm

Ralo Quadrado Novii:
15X15cm e 10X10cm

Sabe mais?

Uma marca do
GRUPO LINEAR

crescimento e inovação ainda este ano. A projeção para 2022 é manter o mesmo padrão do ano passado. Os investimentos foram mantidos para apresentar novos produtos ainda no primeiro semestre de 2022”, completa Leonardo Sasazaki.

No portfólio, chegam as esquadrias FitBlack. “A linha Alumifit foi desenvolvida para atender projetos que privilegiam a funcionalidade, modernidade e qualidade e os novos produtos FitBlack vêm ao encontro deste conceito. As esquadrias FitBlack estão disponíveis em 17 modelos de portas e janelas da linha Alumifit, com três lançamentos: Janela Integrada Veneziana e Porta Balcão de Correr Veneziana com três folhas, ambos com fechos embutidos; e a Porta de Abrir com lambri horizontal para fachadas de casas ou estabelecimentos comerciais, com lambris de 10cm, puxador inox com design reto e 74cm de altura e fechadura rolete com regulagem de pressão”, destaca.

A Sasazaki apresenta a primeira esquadria pronta para instalação que atende às normas de acessibilidade vigentes para portas de banheiro. Desenvolvida para atender às necessidades de Pessoas em Cadeira de Rodas (PCR) e Pessoas com Mobilidade Reduzida (PMR), passam a compor a linha Alumifit: Porta de Abrir Veneziana Ventilada com puxador horizontal interno e Placa Protetora de Porta, um acessório opcional. “Estes itens serão encontrados facilmente em lojas de material de construção e poderão atender às necessidades da população com deficiência motora que, segundo o último censo demográfico, representa cerca de 7% dos brasileiros”, encerra Leonardo.

A Vedacit espera estabilidade para este ano, mas crescimento está nos objetivos da empresa. “Preveemos um ano de estabilidade e eficiência. Nossa estimativa para 2022 é de +2% para o crescimento do PIB da Construção e um crescimento de 19% em valor de vendas para a Vedacit”, informa João Roberto Ximenes, Diretor Comercial da Vedacit.

A Vedacit ressalta a importância do treinamento no ponto de venda, para o vendedor bem treinado orientar o consumidor final. “É fundamental. A espuma expansiva facilita o processo de instalação, otimizando o

tempo do profissional por sua praticidade. O técnico orienta o balconista sobre as vantagens de utilizar o produto, que já vem pronto para uso, com alto poder de expansão, de aderência, grande poder de vedação, além de ser resistente às intempéries e ter excelente isolamento termoacústico”, como detalha Ximenes.

A atenção à necessidade do consumidor fica evidente entre as novidades. “Realizamos o lançamento de uma nova embalagem para a Vedacit Espuma Expansiva PU. Além da versão tradicional com 490g/500mL, há a opção com 340g/500mL, ideais para pequenas obras

e reformas, como o preenchimento de batente de porta completo (com dimensões de 2,10m x 0,72m e largura do batente 14cm x abertura vão 1cm), evitando o desperdício e incentivando o aproveitamento completo do produto. O objetivo é oferecer economia em reparos menores e evitar desperdício”, informa Luis Fernando Guggenberger, Executivo de Marketing, Inovação e Sustentabilidade da Vedacit. A Vedacit Espuma Expansiva em PU, para batentes de portas e janelas, é de poliuretano monocomponente, pronta para uso, com alto poder de expansão e aderência. Está disponível em dois tamanhos: aerossol de

490g/500mL, com rendimento de até 12 metros, e aerossol de 340g/500mL, que rende até 8 metros”, conclui Guggenberger.

A Saint-Gobain está atenta aos cenários nacional e internacional. “Além de ser um ano eleitoral no Brasil, o cenário externo ainda é bastante instável e a indústria, no geral, vem sofrendo com a inflação de matérias-primas e insumos. 2022 também tem sido um ano desafiador, mas estamos na ponta da gôndola, ouvindo nossos clientes e trabalhando juntos para desenvolver o mercado de construção no Brasil”, destaca Marcelo Bizinotto Cintra, Gerente de Produtos.

O lançamento da empresa é “o Selante PU40 multiuso quartzolit, um produto monocomponente de base híbrida usado para diversas aplicações da construção civil, disponível nas cores branco, cinza e preto. Por ser um produto tixotrópico, estável e com excelente adesão aos substratos, o PU40 quartzolit pode ser utilizado para vedação perimetral de vidros e esquadrias de alumínio.

“As empresas precisam entender e ouvir mais sobre as necessidades de nossos consumidores. Quem não se preparar e não iniciar de imediato a busca por esta excelência no atendimento, perderá market share”, comenta Rodney Zacharias, Diretor Comercial da Tekbond Saint-Gobain.

A KRONA DERRUBOU MAIS UMA LENDA: DE QUE O BRASILEIRO TEM MEMÓRIA CURTA!

AGUARDE QUE EM BREVE VOCÊ SABERÁ POR QUE A KRONA DÁ ESPETÁCULO POR ONDE PASSA.



Água fria • Água quente • Esgoto • Elétrica • Acessórios

krona.com.br • asuaobra.com.br



KRONA
TUBOS E CONEXÕES



ESQUADRIAS QUE VÃO DO CHÃO AO TETO VALORIZAM O AMBIENTE

Possui fácil aplicação e não mancha ou agride substratos metálicos, lisos ou porosos, possui alta resistência a intempéries, além de aceitar pintura a base d'água", apresenta. Bozinotto ressalta que "é importante que um técnico da empresa oriente o balconista/revendedor para a importância de ter estes produtos no momento da venda de esquadrias".

A Alumasa percebe as vendas um pouco devagar. "Nos três segmentos que a Alumasa é atuante, o mercado começa a apresentar sinais de retorno à normalidade, mais lento do que o esperado, porém, estamos obtendo bons resultados", afirma Diovane Bittencourt, Gerente Comercial. "Comparando este primeiro trimestre de 2022 com o mesmo período do ano passado, os resultados ainda não se igualam, pois tivemos um período fora da curva normal de vendas, onde a construção civil teve um "boom" nos lançamentos e vendas de novos empreendimentos. Nossas projeções apontam que o crescimento deste ano poderá ser inferior ao de 2021. A Alumasa está positiva e confiante em relação ao mercado e aos resultados na retomada. Tivemos uma repaginação da marca no PDV, com grandes investimentos em inovação e desenvolvimento de produtos, diferencial deste ano", acrescenta.

Entre os lançamentos envolvendo todos os segmentos da empresa, estão a Linha com esquadrias em Efeito Madeira, segmento Varejo; Perfis de Deck's em Alumínio em Efeito Madeira; Porta em lambris com diferentes formatos; Perfis de Alumínio Ripados, para revestimentos de superfícies; Linha de Escada de Fibra, segmento varejo", encerra Bittencourt.

A Udinese mantém lançamentos frequentes para os consumidores. "O mercado da construção civil vem em constante crescimento, em especial nossas revendas e distribuidores. Nossa expectativa é continuar firmando boas parcerias com nossos clientes", informa João Vieira, Diretor da Udinese ASSA ABLOY.

Vieira apresenta as novidades. "Produzimos e oferecemos uma grande variedade de componentes para revendas de todo o Brasil, entre eles, a Linha de Motores para Automação de Esquadrias e Persianas Integradas: são rápidos, silenciosos e oferecem variedade nas opções de acionamento. Palhetas: barras de alumínio, preenchidas com poliuretano e que aplicadas nas esquadrias e alinhadas ao design, oferecem alto desempenho térmico e acústico, garantem 100% o blackout, além de proteção contra raios UV. Conchas: nossa linha é uma das mais completas do mercado. Oferecemos desde os modelos mais tradicionais aos mais diferenciados, como a linha Square, de design reto e que não possui parafusos de fixação aparentes, contribuindo para um projeto mais limpo e moderno", encerra.

A Tekbond apresenta a nova formulação da Cola UV 866, que faz parte da Linha Vidros e Alumínio, bem como o Silicone voltado para vedação de vidro não laminado, alumínio comum e anodizado, cerâmica e azulejo. Já o Pesilox é utilizado para vedação de esquadrias. "O mercado não voltará mais ao que chamávamos de normalidade. Conceitos mudaram, foram descobertas novas formas de aplicação dos produtos e novas oportunidades se abriram. As empresas precisam entender e ouvir mais sobre as necessidades de nossos atuais



SOMOS
TOP
OF
MIND
Revenda Construção
2022

Ruy Ohtake

GANHAMOS EM 7 CATEGORIAS:

- 1º Disjuntor
- 1º Pino Adaptador de Tomada
- 1º Tomada, Plugue e Interruptor
- 2º Chuveiro Elétrico
- 2º Torneira Elétrica
- 2º Extensão Elétrica/Filtro de Linha
- 2º Quadro de Distribuição

**AGRADECEMOS AOS
NOSSOS CLIENTES
PELA PREFERÊNCIA.**

FAME

fame_oficial @ f i n o

consumidores. Quem não se preparar e não iniciar de imediato a busca por esta excelência no atendimento, perderá market share”, comenta Rodney Zacharias, Diretor Comercial da Tekbond Saint-Gobain.

“Temos uma projeção otimista no segmento de construção, apesar das sinalizações não tão favoráveis do mercado. Vamos crescer dois dígitos este ano e, parte deste crescimento, deve-se à variedade da nossa linha atual de produtos, com destaque para lançamentos, como a linha de corantes líquidos e produtos inovadores que estão em fase final de desenvolvimento. Estaremos cada dia mais presente nos lares de nossos consumidores”, encerra Rodney Zacharias.

Astra e Japi juntas esperam bons resultados em 2022. O lançamento da Porta de Lambri Preta chega para tornar a Linha de Esquadrias da Astra cada vez mais completa. O preto é uma cor clássica e tendência de mercado. Estará disponível em três tamanhos: 2,1x0,8m; 2,1x0,9 e 2,1x1,0m, com abertura para direita ou esquerda. Formada por placas de alumínio duplas e reforçadas, a linha de esquadrias da Astra está disponível também nos acabamentos branco e amadeirado. Oferece opções com maçaneta e puxador em aço inox. Abrange desde janelas maxim ar e vitrôs às portas balcão. A Janela Branca de vidro liso de 1x1,2m (JCW21) de duas folhas, possui fecho e contrafecho em aço inox 304, sistema de drenagem de água, e escovas e borrachas de vedação nos cantos e no meio da esquadria. São certificadas conforme a NBR 10.821 e testadas na câmara de testes presente na fábrica da Astra, que verifica estanqueidade de água, penetração de ar e comportamento quando submetido à cargas uniformes, atendendo a todas as regiões de vento.

“No início da pandemia, o setor de material de construção foi considerado um serviço essencial, beneficiando o segmento como um todo. Durante a pandemia, ganhamos muito mercado devido à nossa capacidade de entrega, conseguindo atender à grande procura dos clientes. Hoje, o desafio é manter esse share de mercado, principalmente devido ao gasto do brasileiro já estar melhor dividido entre os outros segmentos”, informa Joaquim Coelho, Diretor Comercial das empresas Astra e Japi. “Em 2021, Astra e Japi, juntas, alcançaram o faturamento histórico de R\$ 1 bi-

lhão. Nosso desafio para 2022 é manter a parcela de mercado que conquistamos nos últimos dois anos. Em valores nominais, nossa meta é aumentar o faturamento em 10%. Queremos continuar crescendo e manter o share de mercado que conseguimos na pandemia, graças ao bom atendimento prestado aos clientes”, comemora Coelho.

A Orbi Química oferece produtos para instalação de esquadrias e lança o Silicone Acético Incolor Uso Geral 16694 240g. “Os produtos voltados para esquadrias são da linha de Silicone Orbived e de PU Orbiflex. O mercado está aquecido e retomando a confiança do consumidor final e dos profissionais da construção”, informa Cleber Silva, Gerente de Produto da Linha Construção.

Cléber ressalta que “o PDV deve ofertar nossa linha de Silicone Orbived e PU Orbiflex. Nossa comunicação com os balconistas é através dos treinamentos de produtos na loja e on-line, treinamento dos nossos representantes e em nossas mídias (youtube, instagram, facebook)”, conclui.

Presente em todas as fases da construção, a Vonder tem um mix de produtos para atender a todos os profissionais e adeptos do faça você mesmo, em construções, reformas, manutenções ou instalações, as ferragens representam alto giro no ponto de venda. A Vonder destaca-se com uma completa linha de Ferragens, com qualidade reconhecida com premiações ao longo dos anos. Compõem a linha parafusos, cadeados, molas aéreas para portas, cabides, ganchos, puxadores, cantoneiras metálicas, fechos, rodízios, dobradiças, entre muitos outros, premiados pela alta resistência e funcionalidade. A linha de Rodízios é completa, com modelos que atendem desde necessidades mais simples, para móveis e modelos para linha leve, linha industrial e até mesmo linha industrial pesada. Os modelos de Rodízios Industriais, com roda de ferro fundido e poliuretano (PU), em modelos fixos, com freio ou giratórios, com capacidade de carga de 400kgf a 900kgf, ideais para movimentação de bancadas, máquinas e equipamentos, proporcionando manobras com baixo nível de ruído e sem danificar o piso original. E ainda os Rodízios Industriais com roda de celeron, também em versão fixa, com freio ou giratória e capacidades de carga de 200kgf a 600kgf.

• SHOWROOM • SHOWROOM • SHOWROOM • SHOWROOM •



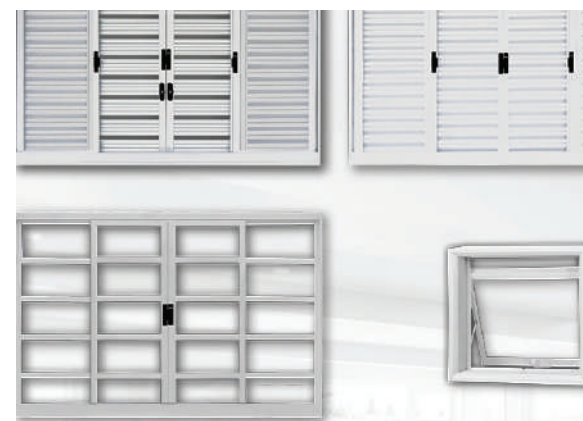
CISER

Linha de Ferramentas Manuais

Ciser by WorkPro, composta por alicates, chaves de aperto axial, ferramentas de golpe, entre outros, disponíveis tanto avulsas quanto em jogos e maletas

MGM

Aço Branco sem Vidro - Toda a linha de esquadrias de aço da MGM chega ao consumidor final já com pintura eletrostática na cor branca.



VONDER

Rodízios Industriais com roda de celeron, também em versão fixa, com freio ou giratória, leve e com boa resistência mecânica, com ótima mobilidade e resistência a óleos e graxas, com capacidade de carga de 200kgf a 600kgf, dependendo do modelo.

SAINT-GOBAIN

O selante PU40 multiuso quartzolit é um produto monocomponente de base híbrida usado para diversas aplicações da construção civil, disponível nas cores branco, cinza e preto. Por ser um produto tixotrópico, estável e com excelente adesão aos substratos, o PU40 quartzolit pode ser utilizado para vedação perimetral de vidros e esquadrias de alumínio. Possui fácil aplicação e não mancha ou agride substratos metálicos, lisos ou porosos, possui alta resistência a intempéries, além de aceitar pintura a base d'água.



TEKBOND

O Silicone para Vidros & Alumínio Tekbond é um silicone de cura acética, com excelente adesão em vidros. Ideal para superfícies lisas, proporcionando juntas flexíveis e com resistência UV. Disponível na cor transparente, sua formulação possui resistência UV. Proporciona excelente vedação, não retrai ou encolhe. Seu uso é indicado para vedação de vidro não laminado, alumínio comum e anodizado, cerâmica e azulejo.





ALUMASA

Linha com esquadrias em Efeito Madeira, segmento Varejo. É a nossa nova **Linha Amadeirado di Italia**, são 4 modelos de esquadrias em alumínio com tamanhos padrão de loja, com pintura eletrostática que imita madeira na cor Carvalho A03. Tem: Janela de correr 2 folhas; Janela de correr 3 folhas - veneziana de gomo; Maxiam-ar; e Porta de Lambri.

ASTRA

As portas de lambri da Astra são formadas por placas de alumínio duplas e reforçadas. A linha de esquadrias da Astra também possui portas de lambri com acabamento branco e amadeirado. Além destas variações, ainda temos opções com maçaneta e puxador em aço inox.



DRYKO

A mais recente novidade é o **DRYKO SELANTE FIXATUDO VEDATUDO** que proporciona rapidez e eficiência nas fixações em geral, como espelhos, rodapés e pequenos objetos, juntas de fachadas cerâmicas, pré-moldados, calafetação de portas e janelas, ralos e tubulações, lajes, parafusos e calhas em telhados e em tratamentos de trincas e fissuras em concreto.

ORBI QUÍMICA

Silicone Acético Incolor Uso Geral 16694 240g. Os produtos voltados para esquadrias são da nossa linha de Silicone Orbived e de PU Orbiflex. O mercado está aquecido e retomando a confiança do consumidor final e dos profissionais da construção.



PADO

A linha de fechaduras digitais da Pado é inovadora e tem tecnologia de ponta. Entre os diferenciais do produto, vale ressaltar o design minimalista, os acabamentos personalizados com mais de 20 combinações, variadas possibilidades de acesso (senha, tag, biometria, app), resistência à água e alta durabilidade.



PLASBIL

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

SASAZAKI

As esquadrias **FitBlack** estão disponíveis em 17 modelos de portas e janelas da linha Alumifit, sendo que três deles são lançamentos: Janela Integrada Veneziana e Porta Balcão de Correr Veneziana com três folhas, ambos com fechos embutidos; e a Porta de Abrir com lambri horizontal para fachadas de casas ou estabelecimentos comerciais, que apresenta lambris de 10cm para visual mais clean, puxador inox com design reto e 74cm de altura e fechadura rolete com regulagem de pressão (disponível para comercialização a partir de maio).



UDINESE

Linha de Motores para Automação de Esquadrias e Persianas Integradas: são rápidos, silenciosos e oferecem variedade nas opções de acionamento.



VEDACIT

Vedacit Espuma Expansiva PU. Agora, além da versão tradicional com 490g/500mL, há a opção com 340g/500mL. A nova quantidade é ideal para pequenas obras e reformas, como o preenchimento de um batente de porta completo (com dimensão de 2,10m x 0,72m e largura do batente de 14cm x abertura de vão de 1cm), evitando assim o desperdício e incentivando o aproveitamento completo do produto.



GAMMA
FERRAMENTAS
www.gammaferramentas.com.br



CASAS CONSTRUÍDAS POR IMPRESSORAS 3D



Não é só no Brasil que o déficit de moradias é gigantesco. Estados Unidos, China e Europa também apresentam números elevados da falta de habitação, principalmente populares. Mas o custo da construção ainda é alto na maioria dos países.

Por isso, empresas de tecnologia realizam estudos para a construção de casas em impressoras 3D. Pode parecer ficção, mas a construção de novas propriedades em Austin, no estado do Texas, nos Estados Unidos, integrará a maior comunidade mundial de residências impressas em 3D, que terão entre 92 e 185 metros quadrados. Começaram a ser fabricadas este ano para serem entregues a partir de junho.

O projeto contará com 100 casas térreas "impresas" no local usando técnicas de construção robótica avançada e um material de construção baseado em concreto.

INVESTIMENTO

Imagens elaboradas digitalmente pela Lennar, empresa de construção residencial, e pela a ICON, empresa de construção com sede no Texas especializada em estruturas impressas em 3D, mostram fileiras de propriedades com seus telhados cobertos por células solares. A ideia é construir as casas em apenas uma semana.

As casas foram co-projetadas pelo escritório de arquitetura dinamarquês Bjarke Ingels Group. Embora a ICON não divulgue o custo do projeto, a empresa disse que sua tecnologia é significativamente mais rápida e barata do que os métodos convencionais de construção – em parte, porque requer menos trabalho manual.

O processo de construção envolverá cinco impressoras robóticas "Vulcan", que canalizam uma mistura de concreto chamada Lavacrete, de acordo com um projeto residencial pré-programado.

mm Gabinetes®

A MARCA DA QUALIDADE



Sempre em busca de inovação e qualidade para seus parceiros e clientes, a MM GABINETES apresenta sua nova linha de produtos. A Linha Premium Glass, traz gabinetes para seu banheiro com revestimento espelhado, trazendo requinte e sofisticação em todos os detalhes. No segmento de gabinetes de cozinha, a mais nova sensação do momento é a Cozinha Munique Black Intense, na cor preto acetinado, com acabamento UV fosco. Composta com puxadores e ponteiros de proteção em alumínio, porta condimento em aço inox cromado, dobradiças com fechamento soft closing, corredeiras telescópicas e gavetas com divisores de talheres duplo.



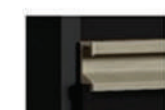
DOBRADIÇAS COM AMORTECIMENTO



PORTA-CONDIMENTOS CROMADO



CORREDEIRAS TELESCÓPICAS



PUXADOR PERFIL EM ALUMÍNIO COM PONTEIRAS DE ACABAMENTO



2 DIVISORES DE TALHERES

Há 20 anos produzindo móveis de Qualidade, Requinte e Beleza para seu lar!

mm Gabinetes®
A MARCA DA QUALIDADE

A empresa disse que pode produzir casas de cerca de 250 metros quadrados e já imprimiu as paredes de uma casa medindo 37 metros quadrados em apenas 24 horas – distribuídas ao longo de “vários dias”.

Telhados, janelas, portas e acabamentos serão adicionados posteriormente pela empresa Lennar.

Em um comunicado à imprensa, o cofundador e CEO da ICON, Jason Ballard, descreveu o bairro 3D de Austin como um “momento decisivo na história do desenvolvimento em escala comunitária”.

“A impressão 3D em escala de construção não só oferece casas de alta qualidade com mais rapidez e preços acessíveis, mas frotas de impressoras podem mudar para melhor a maneira como comunidades inteiras são construídas”, disse Ballard.

“Os Estados Unidos enfrentam um déficit de aproximadamente 5 milhões de novas residências, então, há uma profunda necessidade de aumentar rapidamente a oferta sem comprometer qualidade, beleza ou sustentabilidade e essa é exatamente a força da nossa tecnologia”.

Martin Voelkle, sócio do Bjarke Ingels Group, descreveu as casas em 3D – e seus telhados fotovoltaicos – como “etapas significativas para reduzir o desperdício no processo de construção, bem como para tornar nossas casas mais resilientes, sustentáveis e proporcionar a energia autossuficiente”.

Os defensores da construção impressa em 3D acreditam que a técnica pode reduzir muito os custos de mão de obra e o tempo de construção. Uma pesquisa também sugeriu que o método pode reduzir as emissões de resíduos e dióxido de carbono.

‘NÃO É FICÇÃO CIENTÍFICA’

Embora o recém-anunciado projeto de Austin seja o maior da ICON até o momento, a empresa tem usado a impressão 3D para construir habitações sociais ou subsidiadas no México e no Texas desde 2018.

A empresa também revelou recentemente que está trabalhando com a Nasa para fazer materiais de construção de poeira lunar – tendo em vista a construção de uma base lunar.

No início deste ano, a ICON revelou planos para um desenvolvimento separado de quatro residências em East Austin.

Em 2019, a empresa também anunciou a constru-

ção de uma comunidade de 50 casas para famílias de baixa renda em Tabasco, no México.

CONSTRUÇÕES 3D E O MEIO AMBIENTE

A capacidade das impressoras 3D de construir edifícios sem cofragem (moldes de concreto em que o cimento é normalmente despejado) pode reduzir significativamente o uso geral do material, que é responsável por cerca de 8% das emissões globais de CO₂ anualmente.

Um estudo recente realizado em Cingapura, por exemplo, descobriu que construir uma unidade de banheiro usando impressão 3D produzia quase 86% menos dióxido de carbono do que os métodos convencionais de construção – e era 25% mais barato.

Críticos apontam que a impressão 3D de concreto ainda depende de um material não renovável e que a segurança e a estabilidade das estruturas não são abordadas especificamente pelos códigos de construção existentes.

A ICON ainda não divulgou os preços das casas em seu novo empreendimento em Austin, mas estima-se que podem custar até 450 mil dólares, preço médio de uma casa na cidade de Austin.

A primeira casa impressa a chegar ao mercado nos Estados Unidos – um espaço de um andar e cerca de 130 metros quadrados em Riverhead, Nova York, foi cotada por US\$ 299.000 – mais de um R\$ 1,5 milhão.

Outra empresa de impressão 3D, a Palari Group revelou recentemente planos para construir 15 propriedades impressas em 3D perto de Palm Springs, na Califórnia, com preços para casas de três quartos a partir de US\$ 595.000 – mais de R\$ 3 milhões.

Jason Ballard disse que a tecnologia de sua empresa poderia entregar um produto de qualidade muito superior ao mercado imobiliário a uma velocidade e preço que “normalmente não estão disponíveis” para famílias de baixa renda.

A empresa acredita que sua tecnologia também pode ser usada para combater a falta de moradia e pode ser implantada durante o socorro em um desastre.

“A impressão 3D não é ficção científica”, declarou Ballard na época. “Cruzamos o limiar da ficção científica para a realidade. No futuro, nossa aposta é que esta será a melhor esperança da humanidade para uma solução habitacional que corresponda aos nossos valores e ideais mais elevados.”

Multilit

LANÇAMENTO

JANELAS E PORTAS DE PVC

Conforto térmico e acústico



Duas camadas de borracha para vedação proporcionando alta estanqueidade

Utilização de reforço metálico (aço galvanizado)



TRAVA DE SEGURANÇA

- 5 pontos de travamento
- Fechadura e pontos fixados no reforço metálico



Acesse nosso site www.multilit.com.br

ESQUADRIAS DE PVC

SIGA E CURTA NOSSAS REDES
@grupomultilit



INCEPA 70 ANOS

AIncepa, pertencente à Roca Brasil Cerâmica, comemora seus 70 anos de história. A marca, que desde 2021 faz parte do grupo mexicano Lamosa - segundo maior fabricante de revestimentos cerâmicos do mundo -, está presente na memória afetiva dos brasileiros e se mostra sempre conectada às principais tendências mundiais e aos diferentes estilos de morar.

“A história da Incepa demonstra todo nosso pioneirismo e ressalta o desenvolvimento do revestimento no Brasil. Com tanta tecnologia e com um time de desenvolvimento de produto alinhado com as principais tendências mundiais, nos orgulhamos de ser uma referência e pretendemos continuar evoluindo sempre”, afirma Sergio Wuaden, que tem sua história ligada à Incepa há mais de 30 anos e, hoje, é Managing Director do grupo.

PIONEIRISMO

Desde a sua origem, em 1952, apresentou-se como uma marca inovadora, rapidamente se tornando uma das maiores referências no Brasil. Prova disso é o crescimento de 50% em sua produção, logo em seu primeiro ano. Entre 1962 e 1966, a capacidade de produção chegou a triplicar, com a ampliação da área fabril. “Em pouco tempo nossa produção mensal correspondia a 10% de todos os azulejos fabricados no país”, afirma Waden.

Sempre pioneira, a marca inovou ao trazer para o mercado, ainda na década de 60, peças de pequenos formatos de cores alegres, quebrando a tradição de sobriedade dos azulejos, e foi a primeira a investir na produção de azulejos decorados, com relevos e pinturas manuais, chegando a ter inclusive linhas assinadas. “Com a evolução da tecnologia do setor, fomos um

DUCHA SALÃO & BARBEARIA

Qualidade,
ergonomia e
praticidade

Disponível
em 127 e 220V,
com 4.400W
de potência.



Agora você também pode contar com a qualidade e experiência da Sintex! A Ducha Salão e Barbearia oferece 3 opções de temperatura e possui uma hand shower. Pensada para que o profissional tenha mais ergonomia no uso, tornando seu dia menos cansativo.

Sintex
DESIGNO - DUCHAS E TORNEIRAS



Segio Wuaden,
Managing Director
do Grupo na
Casa Incepa, que
apresenta a linha
do tempo da marca



dos primeiros a fabricar pisos Puro Grés, mais resistentes e com menor absorção de água, que depois se desenvolveram para o porcelanato. Fomos pioneiros também em estender seu uso para piscinas, em 2005, e investimos na tecnologia ABS, antiderrapante”, lembra Wuaden.

A Incepa conta com plantas fabris em Campo Largo e São Mateus do Sul (ambas no Paraná) e Mogi Guaçu, interior de São Paulo, que, juntas, somam mais de 1.500 colaboradores.

Com um olhar vanguardista, a empresa investe constantemente em suas fábricas – como é o caso dos R\$ 220 milhões anunciado em março de 2022 para ex-

pansão do uso da tecnologia mais moderna do mundo para a produção de revestimentos cerâmico – a supercompactadora Contínua+, que passará a contar com uma segunda linha de produção, na fábrica de Campo Largo. “Fomos a primeira empresa no Brasil a operar essa tecnologia, que permite a fabricação de produtos de SuperFormatos extremamente finos. Hoje, firmamos nosso pioneirismo ao sermos, mais uma vez, os primeiros a investir em uma segunda unidade da supercompactadora Contínua+ nas Américas”, afirma Sergio Wuaden. As peças em SuperFormato que a Incepa fabrica têm apenas 7 mm de espessura e até 320 cm de comprimento.

Seu leão pode colorir a vida de muitas crianças

Doe seu Imposto de Renda para o Hospital Pequeno Príncipe

Que tal fazer uma doação para projetos sociais em vez de pagar Imposto de Renda?

Parece interessante, né? Muita gente não sabe dessa oportunidade, mas é possível ajudar instituições filantrópicas, como o Hospital Pequeno Príncipe, de forma fácil e sem custo.



ATÉ
29 de
abril de
2022

Não se esqueça
de enviar o
comprovante!

QUEM PODE DOAR?

Pessoas físicas que fazem sua declaração de Imposto de Renda pelo formulário completo.

- **IRA PAGAR:** o valor doado será subtraído da quantia a pagar.
- **IRARESTITUIR:** o valor doado será somado à sua restituição.

COMO DOAR

1. DOAÇÃO

Após o preenchimento da declaração de 2021, no campo fichas da declaração, escolha a opção “Doações Diretamente na Declaração”. Na aba “Criança e Adolescente”, clique em “Novo”, escolha o “Fundo Municipal”; em UF, selecione “PR – Paraná”; e em Município, “Curitiba”. Seu potencial de doação irá aparecer no canto direito da tela, então basta digitar o valor calculado pelo programa da Receita Federal.

2. IMPRESSÃO

Entre na opção “Imprimir” e selecione o “DARF – Doações Diretamente na Declaração – ECA”.

3. PAGAMENTO

Efetue o pagamento do DARF até 29 de abril de 2022.

4. E-MAIL DE CONFIRMAÇÃO

Para direcionar sua doação aos nossos projetos, é fundamental que você envie um e-mail para doepequenoprincipe@hpp.org.br, contendo as seguintes informações:

- comprovante de pagamento do DARF de doação.
- seus dados pessoais: nome completo, CPF, endereço e telefone.
- a frase “Doação direcionada ao Hospital Pequeno Príncipe”.

Obs.: o envio desse e-mail é fundamental para que o seu recurso seja repassado do Fundo Municipal para o Hospital Pequeno Príncipe.

(41) 2108-3886 (41) 99962-4461
doepequenoprincipe.org.br

Apoio:

REVENDA





Vista aérea da fábrica instalada no município de Campo Largo, no Paraná

Tudo isso sem se esquecer do olhar sustentável. “Nosso parque fabril é um dos mais sustentáveis do país. Trabalhamos com ecoeficiência, unindo responsabilidade ambiental e inteligência de mercado”, aponta Wuaden.

PERSPECTIVAS PARA O FUTURO

Com resultados históricos, a Incepa não para de inovar e está dentro dos planos de expansão e investimentos do Grupo Lamosa para o Brasil nos próximos anos, tornando a marca cada vez mais reconhecida, com um maior prestígio internacional.

“Pretendemos continuar com o papel de pioneirismo que temos ocupado nos últimos anos, trazendo para a instalação brasileira os equipamentos e processos que permitam manter essa vantagem que conquistamos”, diz Wuaden, que complementa. “Vamos seguir cumprindo nossa missão de entregar para as próximas gerações uma empresa melhor do que a que recebemos. Por isso, seremos cada vez mais fortes, gerando mais valor para os colaboradores, clientes, fornecedores, acionistas e as comunidades onde atuamos.”

CASA INCEPA

Para contar uma história tão rica e que acompanha a evolução do revestimento no Brasil, a Incepa inau-

gurou a Casa Incepa, como marco de seus 70 anos. Com 100m², o espaço lúdico passa a ser incorporado no showroom da marca em Campo Largo, (PR) e conta a evolução do revestimento, década por década, assim como o impacto da marca Incepa dentro da casa dos brasileiros. “Construímos espaços instagramáveis e resgatamos peças originais de cada época, mostrando como a Incepa sempre esteve presente nos lares de todos”, diz Christie Schulka, que complementa. “Podemos considerar essa criação como a pedra fundamental de um futuro museu que revela a evolução do revestimento, assim como a trajetória da nossa marca”.

Inaugurada dia 5 de maio, a Casa Incepa ficará aberta até dezembro/2022 e poderá ser visitada pelos familiares e funcionários da empresa.

Pedra fundamental para a criação de um futuro museu do revestimento, a Casa Incepa resgata ainda fotos e documentos históricos da Incepa, desde sua fundação – como é o caso das fotos do parque fabril, dos trabalhadores e do primeiro carregamento da Incepa, nos anos 50, ou dos históricos catálogos Incepa, da década de 1970 e, ainda, imagens das comemorações de 20 anos da marca, dentre outros documentos que ajudam a contar toda a trajetória da Incepa nos lares brasileiros.

PARTICIPE DA MAIOR E
MELHOR FEIRA DA CONSTRUÇÃO
DO NORTE E NORDESTE

FICONS 22
23 A 26 DE AGOSTO 2022

XII FEIRA INTERNACIONAL DE MATERIAIS,
EQUIPAMENTOS E SERVIÇOS DA CONSTRUÇÃO

CENTRO DE CONVENÇÕES DE PERNAMBUCO - RECIFE/OLINDA



ficons@assessor-pe.com.br



81 3423 1300

www.ficons.com.br

REALIZAÇÃO



ORGANIZAÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO



PARCERIA DE DIVULGAÇÃO



PATROCÍNIO OURO





CASAS MODULARES

A pandemia mudou paradigmas em todas as áreas e com a construção civil não foi diferente. O setor viu o fenômeno do êxodo urbano, no qual trabalhadores em home-office agora podem morar onde quiserem - contanto que tenham internet. Nesse cenário, começaram a ganhar destaque casas com estruturas pré-fabricadas.

A Terra Sol, usina de tratamento de madeiras que, além de produzir madeiras ecológicas com base em qualidade e legalidade, construir e auxiliar outras construtoras a utilizarem esse substrato de forma correta, viu seus projetos decolarem: em 2020, a busca por esse tipo de construção modular teve um aumento significativo.

“Quando começamos a trabalhar com madeiras autoclavadas de eucalipto e pinus para aplicação na construção civil, em 2002, fomos vistos, muitas vezes, com desconfiança. Existem questões culturais na aceitação e no uso de madeiras reflorestadas, mas estamos quebrando esse paradigma”, diz Thiago Streck Peres, diretor técnico comercial da Terra Sol.

Um dos projetos que ganhou destaque no último ano são as Mod Houses, habitações de madeira com estruturas pré-fabricadas que criam um novo conceito para o termo “lar”. São imóveis com custo a partir de R\$ 2.500 o metro quadrado que apostam em um conceito minimalista, com duas opções de metragem: 40 ou 54 metros quadrados, com sala, copa, cozinha, banheiro, varandas e mezanino, que poderão ter ainda seu layout e área customizados.

“O modelo projetual é extremamente versátil: as Mod Houses podem ser utilizadas como casa, hotel ou hospedagem, comércio, home-office, casa para aluguel de temporada... Quando usadas como moradia, a proposta é a de que o dormitório esteja no mezanino, fazendo uso do clássico conceito de loft aberto e integrado”, explica Peres.



CONSTRUÇÃO ÁGIL E LIMPA

A tecnologia preza pela sustentabilidade no sistema construtivo, com canteiro de obra mais ágil e limpo, sem os resíduos de construções em alvenaria tradicional. Outra característica do projeto está na ventilação cruzada: uma sala ou ambiente com ventilação em paredes opostas ou semiopostas, o que gera grande conforto térmico, ainda mais quando aliada ao uso de isolamentos termoacústicos, que estão presentes nas Mod Houses nos seus painéis de paredes e cobertura.

“A madeira tem propriedades naturais únicas, como conforto térmico, acústico e sensorial”, afirma Silvio Lima, especialista em tratamento de madeira e gerente da unidade industrial da Montana Química, multinacional especialista em madeira parceira da Terra Sol no empreendimento. “Além disso, o tratamento industrial da madeira, aliado a produtos como stains e vernizes, garante proteção contra cupins, fungos, chuva, sol, enfim, quaisquer agentes danosos”.

O projeto piloto está em Imbituba (SC), às margens da Lagoa da Ibiraquera, e foi financiado por uma família de brasileiros que morou no Canadá por anos e retornou ao país nesse período. “Atualmente, o modelo aplicado às Mod Houses está no fornecimento do todo o kit construtivo agregado ao projeto com manual de montagem, de forma que possamos incentivar nossos clientes e parceiros de negócios a difundir o seu uso pelo país, assim como replicar os moldes da pré-fabricação em novos projetos que já estão sendo concebidos, como office gardens, módulos padronizados e outras diferentes edificações em geral”, afirma Peres.





MARKETPLACES REVOLUCIONAM O MERCADO DE CONSTRUÇÃO CIVIL

POR ARIEL CERVANTES

Com a popularização das vendas online, os marketplaces começaram a ganhar tração no mercado. Isso aconteceu devido ao isolamento social, quando só podíamos consumir produtos à distância. A implantação desses novos espaços ocorreu de forma acelerada, exclusivamente pela necessidade de suprir uma alta demanda inesperada.

O ponto positivo nesta movimentação é o de que as pessoas se acostumaram muito rápido a adquirir bens e serviços através da internet. Os clientes passaram a buscar e a conseguir ter todas as informações na mão, de forma imediata e com um poder que, fora do digital, não seria possível, por isso, essa é a principal revolução que os marketplaces trouxeram ao mercado.

Embora essa seja uma tendência mundial, muitos setores ainda não conseguiram se digitalizar por completo, como é o caso da construção civil, que está caminhando para isso, aderindo às novas tecnologias que farão uma completa revolução no mercado a caminho do digital. Muitas soluções já estão no mercado, mas ainda assim, passos maiores precisam ser dados se pensarmos no fluxo normal de compra de um material de construção, da escolha de um pedreiro ou de conseguir mão de obra qualificada.

Essas dores estão sendo absorvidas aos poucos pelos marketplaces de pronta reforma, porque dispõem, em um único lugar, de toda a informação necessária de forma clara, ad-hoc e imediata, comparando as melho-

res opções, superando pouco a pouco a recomendação do familiar, amigo ou colega.

Com isso, o setor está sendo impactado de forma positiva, já que os marketplaces passam a ser agregadores de informação, permitindo transparência, segurança e competência. Além disso, o volume de dados que são adquiridos pelos marketplaces são fatores fundamentais de transformação do setor, já que permite ter um conhecimento muito mais profundo das necessida-

des do consumidor final e brinda a capacidade de não somente satisfazer os consumidores atuais, senão de prever comportamentos ou necessidades futuras dos mesmos.

Em 2021, o PIB (Produto Interno Bruto) da construção civil cresceu 9,7%, a maior alta em 11 anos, segundo Instituto Brasileiro de Geografia e

Estatística (IBGE), mas ainda temos um longo caminho por percorrer, porque a construção civil tem tido uma grande evolução digital, mas ainda persistem muitos processos tradicionais, que pouco a pouco vão dando passos à nova normalidade e isso influi muito o poder dos dados e de comparação que estão sendo trazidos, já que fazem com que o setor se desenvolva com mais transparência, eficiência e previsibilidade.

Ariel Cervantes é COO do habitissimo Brasil e Triider, já atuou em Portugal como Country Manager. O executivo tem especialização em gestão empresarial e desenvolvimento de PME.



DISENSA CRESCE EM FATURAMENTO

A Disensa segue em plena expansão em 2022, mesmo diante dos desafios do cenário econômico e do setor de varejo. Entre janeiro e março, a empresa alcançou faturamento de R\$ 62,8 milhões, 9% superior a igual período de 2021. O número de contratos também subiu em relação aos três primeiros meses do ano passado. A franqueadora encerrou o trimestre com 230 contratos no Brasil, 3% a mais que igual período de 2021, e conta hoje com lojas em seis estados: Bahia, Minas Gerais, Paraíba, Pernambuco, Rio de Janeiro e São Paulo.

“Nós seguimos superando os resultados financeiros e operacionais. A estratégia de negócios e o trabalho desenvolvido por toda a equipe, nesses quatro anos de atuação no Brasil, garantiram essa performance mesmo em um cenário econômico desafiador, considerando pandemia, inflação e a desaceleração no setor de varejo. Além do aumento do faturamento e do número de franqueados, no primeiro trimestre, conquistamos novos merca-



dos em três estados: chegamos a Bragança Paulista, em São Paulo, Campos dos Goytacazes, no Rio de Janeiro, e Porto Seguro, na Bahia. Em breve, teremos novidades no Espírito Santo”, explica Henrique Guterres, gerente geral da Disensa no Brasil.

No período, a expansão da rede foi alavancada pelo avanço no Estado de São Paulo, que concentra 40% de todo o comércio de material de construção no país. Nos três primeiros meses do ano, a franqueadora avançou 14% no número de contratos firmados no mercado paulista, em relação ao primeiro trimestre 2021. Além da capital, a Disensa está presente em mais 14 cidades do estado.

RADIAL

OS MELHORES PRODUTOS PARA OS
ACABAMENTOS
DA SUA CASA OU ESCRITÓRIO!

- FILTROS DE LINHA •
- INTERRUPTORES •
- ADAPTADORES •
- LUMINÁRIAS •
- PLAFONS •
- PLUGUES •
- TOMADAS •

@radial.ind /radial.indmet www.radial.ind.br sac@radial.ind.br

MUDANÇA TELHANORTE TUMELERO

Frédéric Gauthier assumiu como Diretor Geral de Operações da Telhanorte Tumelero, rede varejista de material de construção pertencente ao grupo francês Saint-Gobain.

Frédéric é francês e mora no Brasil há 13 anos. Anteriormente, o executivo vinha atuando como Diretor de Vendas e Operações das lojas da Telhanorte em São Paulo, Minas Gerais e Paraná. Formado em Comércio Internacional na França, Frédéric Gauthier acumula mais de 25 anos de experiência em operações de lojas, tendo liderado equipes em países como China, México e França.

“A Telhanorte Tumelero evoluiu muito nos últimos anos, em todos os campos: em portfólio de produtos e serviços, em modelo de lojas, em digitalização

e inovação e, sobretudo, em inclusão, diversidade e empoderamento do time. Esse é um importante legado que Juliano construiu para darmos continuidade. Portanto, tenho o desafio de manter em pé todos esses pilares e executar o consistente plano de negócios de uma empresa em constante evolução e que está na vanguarda do setor”, destaca Frédéric Gauthier.



TUMELERO É TOP OF MIND NO RIO GRANDE DO SUL

A Tumelero, maior rede de lojas de materiais de construção do Rio Grande do Sul, é reconhecida como a varejista mais citada no segmento de material de construção do Rio Grande do Sul, de acordo com pesquisa Marcas de Quem Decide.

Em sua 24ª edição, o ranking elaborado pelo Jornal do Comércio elege as instituições mais representativas na economia gaúcha. Para definir as marcas mais admiradas, são entrevistados gestores de negócios e executivos de empresas. A promoção reflete um panorama completo das marcas que estão na mente dos gaúchos em 74 segmentos de bens e serviços. Neste ano, a Tumelero conquistou o primeiro

lugar como loja de material de construção preferida e mais lembrada pelo público.

Segundo o diretor de vendas e operações da Tumelero, Wanderson Ferreira, essa premiação, além de comemorada, ratifica que a empresa está no caminho certo. “Reafirmamos nosso compromisso e responsabilidade de continuar sendo referência em qualidade e atendimento, principalmente, por manter a cultura genuinamente gaúcha, o que fez a marca ser tão reconhecida historicamente. Trabalhamos cada vez mais para contribuir e facilitar a jornada da obra de nossos clientes através da excelência de serviços”, finaliza o diretor.



VASOS DE POLIETILENO AFORT

A Afort, empresa do Grupo Fortlev, foi a primeira empresa brasileira a produzir vasos decorativos em polietileno no Brasil. São vasos leves, resistentes, fáceis de limpar, que não mofam e não proliferam fungos. Na Afort, eles estão disponíveis em vários modelos, tamanhos, texturas e cores e sua garantia é de 5 anos.

Os Vasos de Polietileno Afort oferecem estética e praticidade a qualquer tipo de ambiente, seja interno ou externo. Os modelos também acompanham pratos que ajudam a manter o ambiente limpo na hora de regar as plantas.

VEDAH!®

VEDAÇÃO TEM NOME

Produto e Qualidade
SEAL TAPE

MASSA PARA CALAFETAR
350g

FITA VEDA ROSCA
18mm x 25m

ANEL DE VEDAÇÃO PARA VASO SANITÁRIO
COM GUIA

A melhor Fita Veda Rosca e com a máxima densidade

SEAL TAPE é a Empresa de maior tecnologia na produção de fitas veda rosca no Brasil.
Acesse nosso site e conheça também nossas soluções das marcas:

sealtape.com.br

VOTORANTIM CIMENTOS EXPANDE ATUAÇÃO NO NORDESTE

A Votorantim Cimentos amplia a sua presença no Ceará com o início da operação de um novo Centro de Distribuição (CD) no município de Crateús, localizado no interior do Estado, a 350 km de Fortaleza. A unidade vai expandir a capacidade de atendimento e de distribuição do Cimento Poty e da linha de argamassas colantes Votomassa nas regiões Centro-Sul, Sul, Sertões Cearenses, Baixo Jaguaribe, Médio Curu e Ipu.

O CD de Crateús tem capacidade de distribuição de 2,1 mil toneladas de produtos por mês e 1.480 metros quadrados de área construída. O início da nova operação logística reforça o abastecimento dos mercados cearense e piauiense. No Estado do Ceará, a companhia já conta com duas fábricas de cimento, uma em Sobral e outra no



Votorantim Cimentos

Complexo Industrial do Pecém, e dois CDs, um em Juazeiro do Norte – o primeiro da companhia no País operado exclusivamente por mulheres – e outro em Fortaleza, próximo ao porto de Mucuripe. Já no Piauí, possui um CD em Teresina, localizada a 300 km de Crateús.

MAIS PROTEÇÃO EXTERNA

A Coral lançou Proteção Sol & Chuva Resina Impermeabilizante, desenvolvida e indicada especialmente para superfícies expostas às situações críticas do clima, nas quais a radiação solar, umidade e demais agentes podem comprometer a proteção dos materiais. A nova solução de alto desempenho pode ser utilizada em telhas, tijolos aparentes, pedras naturais, concreto aparente e fibrocimento.



KÄRCHER 100% NACIONAL

A indústria alemã Kärcher lançou a sua primeira linha de produtos 100% brasileira. São três modelos de extratoras 5 em 1, com grande versatilidade de uso, tanto profissional quanto residencial.

As extratoras são produtos comumente utilizados para limpeza e higienização de estofados, como sofás, cadeiras, cabeceiras de cama, assentos de carros, além de colchões, tapetes, travesseiros e almofadas. Permitem uma limpeza profunda, pois limpam as sujeiras visíveis e invisíveis, por meio da pulverização e extração da sujeira. “A nova linha profissional de extratoras da Kärcher é uma evolução que atende a diversos públicos e variadas demandas de limpeza e tem o diferencial 5 em 1: aspersão, que é a aplicação de produto, extração de sujeiras, função soprador para acelerar a secagem, aspiração de pó e aspiração de líquidos”, explica a Gerente de Produtos da Kärcher, Carla Madrugalha.



BRANCO CASA E JARDIM EXPANDE SUA LINHA



A Branco Casa e Jardim, nova marca da Branco Motores, acaba de expandir a sua linha de lavadoras de alta pressão: os modelos BL 1900 C e BL 2000 C chegam ao mercado com motor de indução, que garante mais resistência e durabilidade, e também com a função detergente, integrada com botão de ajuste.

Os modelos são indicados para todos os tipos de limpeza, como de carros, calhas, grades, pisos, paredes, churrasqueiras, motos, bicicletas e quintais. “A Branco Casa e Jardim foi criada para gerar uma conexão entre os membros da família brasileira, além de trazer mais praticidade, agilidade e simplicidade a todas as atividades de limpeza, jardinagem e de cuidado com a casa. Tudo isso com qualidade, economia e segurança”, comenta a gerente de marketing da marca, Mayara Amaral.

TINTAS KILLING LANÇA APP

A Tintas Killing lançou novo App, o Smart Simulador. O aplicativo, apresentado em interface prática e intuitiva, permite que sejam realizadas fotos do espaço a ser pintado, fazendo a simulação com a cor desejada. Também é possível salvar a imagem simulada para analisar com calma as diversas opções e decidir depois. O Smart Simulador conta com todas as cores disponíveis nos leques Colorbook e Colorline, mais de três mil possibilidades, permitindo a simulação de espaços internos – paredes, tetos, portas e janelas – e espaços externos, como fachadas, muros, portas e janelas.



Aquecedores de água a gás

Nossas soluções buscam proporcionar a melhor e mais prazerosa experiência de banho para os seus clientes. Conheça mais em www.rinnai.com.br

Rinnai



NOVAS EMBALAGENS

A empresa amplia as opções de compra de importantes produtos de seu portfólio. Chega ao mercado em uma única embalagem blister, que facilita a exposição e a compra dos produtos, a DRYKOFITA VEDATUDO, multiúso, acompanhada pelo DRYKOPRIMER VEDATUDO e pincel de aplicação.

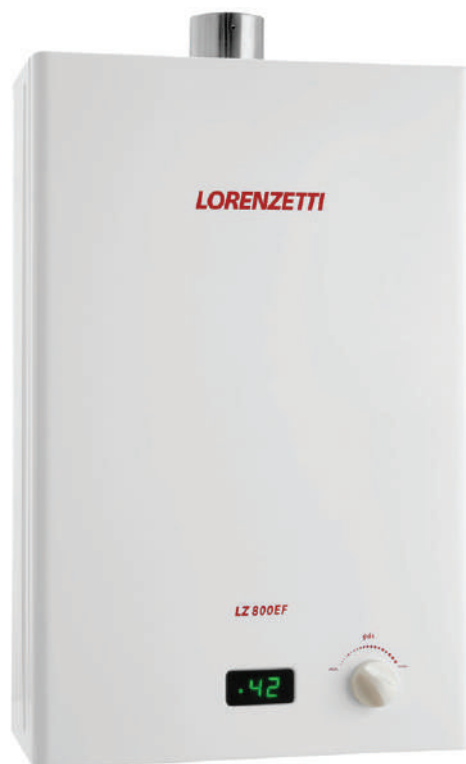
Nesta nova embalagem, a DRYKOFITA VEDATUDO está disponível em rolo de 1m de comprimento e 10cm de largura, sendo indicada para pequenos e rápidos reparos e para atividades de "faça você mesmo". A DRYKOFITA VEDATUDO também é encontrada em embalagens individuais com rolos de 10m, diversas larguras e nas versões alumínio, terracota e cinza.

NOVA VERSÃO DO LORENZETTI LZ 800EF

O novo modelo LZ 800EF (GN) está mais moderno, tecnológico e clean. O aquecedor possui vazão de oito litros de água por minuto, com capacidade para aquecer uma ducha ou dois misturadores, simultaneamente, garantindo água quente e pressão ideal em qualquer estação do ano.

O produto está disponível para uso com Gás Natural (GN). Com dois anos de garantia, o desempenho dos aquecedores da Lorenzetti é reconhecido pelo INMETRO, com classificação "A" no Programa Brasileiro de Etiquetagem, que reconhece a alta performance dos produtos com baixo consumo de energia. Bivolt, o produto pode ser utilizado na voltagem 220V e 127V, necessitando somente alterar a chave de tensão em função da disponibilidade na residência.

"A aposta da Lorenzetti em aquecedores de água a gás, categoria em que é líder, é oferecer soluções que garantam mais do que água quente e conforto para um banho relaxante, mas também recursos tecnológicos inteligentes, com segurança e economia", conclui Paulo Galina, gerente de Marketing da Lorenzetti.



PERSONALIDADE DA LOREN STUDIO MATTE BLACK

A Lorenzetti apresenta a linha de metais Loren Studio, que une com perfeição a cor matte black e a expressividade do design das peças, marcada por linhas leves e harmônicas. É a melhor opção em acabamentos na tonalidade preto fosco para quem busca personalidade, elegância e versatilidade na decoração.

"Os metais Loren Studio foram criados para quem busca uma alternativa moderna e de fácil harmonização. O acabamento matte black é uma das apostas da Lorenzetti neste ano, pois a sua tonalidade permite a aplicação nos mais diversos projetos de cozinhas e banheiros", afirma Paulo Galina, gerente de marketing da Lorenzetti.

NOVA LINHA HÄFELE BRASIL

A subsidiária brasileira da Häfele, empresa alemã que já possui quase 100 anos de história no setor de ferragens, lançou sua nova linha de fechadura e maçanetas. A linha Essence apresenta a fechadura modelo ML500 e seis tipos diferentes de maçanetas, todas seguindo os padrões nacionais para melhor adaptação e instalação nas construções do país, além de ter a aprovação de desempenho e durabilidade tradicionais da marca germânica.

"A linha Essence foi pensada para atender os mais altos graus de desempenho previstos na norma brasileira de fechaduras. Desta forma, trazer a tecnologia Häfele com molas integradas, parafusos passantes, mola antifolga e aço inox 304 foram as estratégias encontradas para garantir um produto duradouro e que forneça a melhor experiência possível para o usuário", aponta Flavio Gonçalves, Coordenador de produtos da Häfele Brasil.



AGENDA

Principais feiras do segmento da construção civil programadas para este ano:

EXPOSEC

Feira Internacional de Segurança
De 07 a 09 de junho
Local: São Paulo Expo Center/SP
www.feiraexposec.com.br

ABRAFATI SHOW

Congresso e Exposição Internacional de Tintas
De 21 a 23 de junho
Local: Transamérica Expo Center, São Paulo, SP
www.abrafati.com.br/

GLASS SOUTH AMERICA

Feira Internacional de Vidro
De: 29 de junho a 02 de julho
Local: São Paulo Expo Center/SP
www.glassexpo.com.br

17ª EXPOLUX

Feira Internacional da Indústria da Iluminação
De: 02 a 05 de agosto
Local: Expo Center Norte São Paulo
www.expolux.com.br

CONSTRUSUL

Feira Internacional da Construção
De: 02 a 05 de agosto
Local: Fiergs, Porto Alegre/RS
www.feiraconstrusul.com.br/

CONCRETE SHOW

Feira Internacional de Tecnologia
De: 09 A 11 de agosto
Local: São Paulo Expo Center/SP
www.concreteshow.com.br/pt/



CACHOEIRO STONE FAIR

Feira Internacional do Mármore e Granito
De: 23 a 26 de agosto
Local: Cachoeiro de Itapemirim/ES
www.cachoeirostonefair.com.br

FICONS

XI Feira Internacional de Materiais Equipamentos e Serviços da Construção
De: 23 a 26 de agosto
Local: Centro de Convenções de Pernambuco, Recife/Olinda
www.ficons.com.br

M&T Expo

Feira Internacional de Equipamentos para Construção e Mineração
De: 30 de agosto a 02 de setembro
Local: São Paulo Business Center, SP
www.mtexpo.com.br

INTERMACH

Feira Internacional de Tecnologia e Máquinas
De: 13 a 16 de setembro
Local: Expoville, Joinville, SC
www.intermach.com.br

FESQUA

Feira Internacional de Esquadrias e Ferragens
De: 14 a 17 de setembro
Local: São Paulo Expo Center, SP
www.fesqua.com.br

FISP

Feira Internacional de Segurança e Proteção
De 18 a 20 de outubro
Local: São Paulo Expo Center, SP
www.fispvirtual.com.br



A VOLTA TRIUNFAL

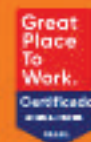
A realização da 23ª Feira Construsul, de 02 a 05 de agosto no Centro de Eventos da Fiergs, em Porto Alegre, RS, vai marcar a retomada dos grandes eventos de negócios no setor da construção. Consagrada vitrine de lançamentos, inovações e geradora de conteúdo e atualização profissional, a Construsul reunirá importantes marcas que já preparam produtos e serviços para apresentarem ao público qualificado e comprador do evento.



NOVIDADE COM M DE MARLUVAS? TÁ NA MÃO.
CHEGOU A NOVA COLEÇÃO DE LUVAS MARLUVAS.

A qualidade da marca líder em calçado de segurança também protege as suas mãos.

Marluvas, tá na mão.



marluvas.com.br
0300 788 3323



COM A ILUMI
VOCÊ GANHA +



O MIX +
COMPLETO
DO MERCADO!

SÓ A ILUMI TEM O SISTEMA MONOBLOCO!

Reduz em 70% o tempo de instalação das tomadas.

Apenas
parafusos

3

PASSO A PASSO:
Soltar os 3 parafusos,
cabear e apertar
novamente.

Já vem
jameado

ILUMI

A marca do lar brasileiro

🌐 📱 📺 📷 ilumibrasil