

# NOVA

ED. 360 | SET 2020 | ANO XXXII  
WWW.GRUPOREVENDA.COM.BR

**1**  
A NÚMERO  
UM DO  
SEGMENTO

# REVENDA

## construção



**15º PRÊMIO EXCELÊNCIA**  
ATACADISTA DISTRIBUIDOR  
Os 52 mais votados pelos lojistas

### ESQUADRIAS

Certificação é a alma do negócio

### FERRAGENS

O complemento que não pode faltar



45 anos de histórias que  
constroem a nossa.

# 360

# EDIÇÕES

Uma marca histórica na imprensa



Além de contar com as categorias de Ferramentas, Elétrica, Hidráulica, Jardinagem, Utilidades e EPI's, agora a Brasfort apresenta a sua mais **Nova categoria "Pintura"**.  
**"Conte com a gente!"**



# **BRASFORT**®

**FUNDADOR**

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

**DIRETORIA**

Ivete Nunes  
(ivete.nunes@revenda.com.br)  
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**

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

**EDITOR DE ARTE:** Herbert Allucci

**FOTOS:** Shutterstock

**ADMINISTRATIVO**

Mislene Fernandes (mislene@revenda.com.br)

**FINANCEIRO**

Magda do Nascimento  
(magda@revenda.com.br)

**TECNOLOGIA**

Carlos Contucci (carlos@revenda.com.br)

**INTELIGÊNCIA DE MERCADO**

Jéssica Oliveira (jessica.oliveira@revenda.com.br)  
Mileni Alexandre (im@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)  
Brooklin - CEP 04575-060 - São Paulo - SP  
Tel./Fax (011) 5503-2033

NOVA  
**REVENDA**

é uma publicação da Quinta Essência Editora, enviada mensalmente a executivos, proprietários, compradores, gerentes e encarregados das principais lojas de material de construção, material elétrico, material para pintura e atacadistas que trabalham com construção, responsáveis por 85% do volume de vendas do nosso setor. Opiniões e conceitos emitidos pelos colunistas e colaboradores não representam, necessariamente, os da revista. Todos os direitos são reservados. Registrada de acordo com a lei de imprensa. Marca Registrada no INPI.

LOGÍSTICA E DISTRIBUIÇÃO



# MADE IN CHINA

Brasil e China possuem relações diplomáticas desde o século 19, mas foi apenas recentemente, na década de 90, que essa relação se intensificou, com a aproximação comercial, momento em que ambos os países passavam por grandes mudanças econômicas.

O Brasil passou a consumir da China, pegando carona nos outros países. Afinal, ficou muito mais barato trazer da China do que produzir no Brasil.

Nos anos 2000, ocorreu o chamado “boom das commodities”, quando a demanda internacional (principalmente chinesa) fez os preços aumentarem. Isso garantiu ao Brasil um papel importante no comércio internacional e um grande crescimento econômico.

Por outro lado, a indústria brasileira não conseguiu acompanhar o desempenho das exportações de matérias primas, passando por um processo de desindustrialização. Desde então, vem perdendo mercado para a própria China, após a abertura comercial. Isso ocorreu, pois muitas empresas eram pouco competitivas para fazer frente aos produtos importados.

Reflexo do da má gestão da política industrial durante as décadas anteriores. Mas chegamos a um ponto perigoso para alguns setores. Como o de lâmpadas, por exemplo: atualmente, 100% das lâmpadas consumidas pelos brasileiros vêm da China.

Em caso de apagão lá, teremos apagão aqui.

Traçando um paralelo com a pandemia causada pela Covid-19, podemos dizer que nem tudo que vem da China é bom.

Há anos a indústria nacional, principalmente a do segmento de materiais de construção, se queixa da falta de incentivos, ou de redução de tarifas, para investir na modernização do seu parque industrial. Parece que agora temos um bom motivo para negociar com o governo novas medidas para que o setor volte a crescer.

Afinal, em meio à pandemia, o segmento de materiais de construção registrou crescimento de 8% no primeiro semestre em relação ao mesmo período do ano passado.

Viu como somos importantes?

Boa leitura

**Roberto Ferreira**

# REVENDA

EDIÇÃO 360 | SET 2020 | ANO XXXII



CAPA  
FOTO: FERRAMENTAS  
SÃO ROMÃO



6

## ENTREVISTA

Leonhard Kaiser, vice-presidente da divisão de ferramentas elétricas da Bosch América Latina

12

## ATACADISTA DISTRIBUIDOR

Os 52 mais votados, em ordem alfabética, para o Prêmio Excelência Atacadista Distribuidor



14

## REVENDA 360

Um marco no jornalismo: revista *Revenda Construção* chega à sua 360ª edição



43

## INDÚSTRIA

Empresa catarinense Plasbohn completa 30 anos e se firma como uma das maiores fabricantes de acessórios plásticos do Brasil

45

## ARTIGO

Antonio Serrano, CEO da Junto Somos Mais, lista 3 caminhos para o lojista ter vendas online

48

## ESPECIAL

ABC da Construção teve crescimento de 130%

50

## SUA LOJA

O que está acontecendo no mercado

52

## PAINEL

As notícias e lançamentos dos fabricantes de materiais de construção



28

## ESQUADRIAS

Beleza é fundamental, mas é preciso vender produtos certificados para não ter problemas



34

## FERRAGENS

Importantes para o bom funcionamento das esquadrias e para outras tantas utilidades na residência

25 ANOS



MELHOR  
ATENDIMENTO



MELHOR  
ENTREGA



MAIOR MIX  
DE PRODUTOS

A DEPECIL, que em 2020 completa 25 anos atendendo à região Sul do Brasil, e que têm posição de grande destaque no cenário Regional e Nacional, agradece à todos os clientes, fornecedores, representantes e colaboradores por construírem conosco esta grande história!

A todos vocês, nosso  
**Muito Obrigado!**

CD Guaramirim - SC  
Rua Leopoldo Friedel, nº430,  
Bairro: Ilha da Figueira

CD Campo Largo - PR  
BR 277, Km 124,5 N° 29.501  
Bairro Jardim Bela Vista

  
FERRAMENTAS MANUAIS  
[www.vilaferramentas.com.br](http://www.vilaferramentas.com.br)



0800 642 2244  
[www.depecil.com.br](http://www.depecil.com.br)

Por Roberto Ferreira / Fotos Divulgação

# O SUCESSO É FRUTO DE PARCERIAS

O alemão de nascimento, mas brasileiro por afinidade, Leonhard Kaiser está na Bosch Brasil há mais de 15 anos. Casado com uma brasileira e pai de duas filhas, o maior desafio do executivo é manter a liderança da empresa no segmento de ferramentas elétricas. Em entrevista realizada por e-mail, respeitando o distanciamento social recomendado pela área médica, Kaiser respondeu, com exclusividade, às questões da revista **Revenda Construção**.





■ **Revenda Construção – Em função da pandemia mundial do novo coronavírus, a BOSCH foi obrigada a mudar suas estratégias no mercado?**

**Leonhard Kaiser** – O difícil momento de pandemia que estamos vivendo, que atinge muitas famílias, tem impactos sem precedentes em nosso país em todos os aspectos: sociais, na saúde e, claro, na economia. Porém, como somos uma empresa sólida, com décadas de liderança nos mercados brasileiro e internacional, temos uma estratégia de negócio clara que não foi alterada, apenas customizada de acordo com o momento pelo qual cada região está passando. Sempre buscamos fazer com que as vendas e os usuários possam contar com um fabricante

de confiança, que olhes ofereça facilidade de compra e serviços.

■ **Revenda Construção – Como segue o desenvolvimento de produtos? Lançamentos serão realizados ainda este ano?**

O desenvolvimento de produtos da Bosch segue em ritmo forte. Apesar do difícil momento de pandemia que estamos vivendo, com os esforços e superação dos times de projetos e plantas de diferentes regiões do mundo, conseguimos minimizar eventuais atrasos em lançamentos. Estamos confiantes e animados com os resultados dos produtos já lançados e dos que ainda estão por vir como,

por exemplo, os relacionados à nossa linha de produtos alimentados por bateria.

■ **Revenda Construção – Como o senhor avalia o crescimento da Bosch e de seus produtos no mercado brasileiro?**

Apesar de termos uma posição sólida de liderança no mercado do Brasil, nos preparamos para um ano de importante crescimento em nossos negócios. Tivemos um forte primeiro trimestre e, por conta da pandemia, os meses de abril e maio se mostraram tímidos. Porém, como o segmento de construção é considerado essencial, a ampla atividade de profissionais autônomos, o aumento de projetos em casa e mesmo a gradual recuperação da indústria fizeram com que os nossos números atingissem patamares ainda maiores do que esperávamos antes da pandemia. Esse resultado só foi possível por meio de muita preparação e trabalho em equipe feito com agilidade e comunicação constante, sempre em conexão com o mercado.

■ **Revenda Construção – Como segmentar as diversas marcas do Grupo Bosch no mercado de materiais de construção?**

Temos a marca Bosch, líder absoluta de mercado, que possui produtos com o selo “Heavy Duty”, que são indicados para usos intensos e constantes como, por exemplo, na indústria e na construção civil, que apresentam aplicações de extremo rendimento e requisitos específicos relacionados à segurança. Os demais produtos, chamados de “Bosch Profissional”, atendem também os altos padrões de qualidade e durabilidade Bosch, porém apresentam especificações adequadas para o público de varejo e para profissionais autônomos como marceneiros, marmoristas e instaladores, entre outros.

Também trabalhamos na América Latina com a linha Skil, focada nos profissionais que buscam relação ainda mais atrativa entre custo e benefício, com o respaldo de atendimento e serviço da Bosch. A Dremel, muito forte no segmento de ferramentas rotativas, é a nossa marca para o “Faça você mesmo”, muito procurada por artesãos e para aplicações complementares de diferentes profissionais. Também possuímos diferentes marcas de acessórios de ferramentas, focadas e especializadas em segmentos específicos, como a Sia (abrasivos) e Freud (discos).

■ **Revenda Construção – A presença em pontos de venda destinados exclusivamente a ferramentas exigiu investimentos? Treinamentos? Fortalecimento da marca? Como atuam nestes pontos? São exclusivos?**

Nossa presença de mercado hoje é fruto de parcerias, investimentos e constantes atualizações e preparo. Temos uma relação próxima com o mercado e com os usuários, que contam com treinamentos (feitos, inclusive, digitalmente ou em formatos de *lives*), serviços, comunicação, exposição de marca e suporte aos revendedores que, em muitos casos, realmente optam por trabalhar somente com as marcas do Grupo Bosch.

■ **Revenda Construção – Após a retomada da economia, a Bosch pretende investir em outros comércios?**

A divisão de ferramentas elétricas da Bosch segue com sua estratégia de negócio clara e dará continuidade aos planos de investimentos. A retomada da economia deve acelerar temas como indústria e as experiências do usuário em diferentes plataformas e pontos de vendas, e sempre estaremos prontos para sermos um aliado de nossos revendedores e usuários.

■ **Revenda Construção – Como é o relacionamento da Bosch com os revendedores? São realizados treinamentos? Na fábrica ou nas vendas?**

O relacionamento da Bosch com nossos revendedores é muito baseado na confiança mútua e no respaldo, em termos de marca, de estrutura e serviços. Mantemos uma comunicação constante e próxima, sempre buscando alavancar os negócios com ética e transparência. Parte deste relacionamento passa por treinamentos, que eventualmente são feitos na fábrica ou, agora, em época de pandemia, virtualmente, por meio de *lives* que têm sido um sucesso de alcance e engajamento de centenas de pessoas.

■ **Revenda Construção – A Bosch utiliza atacadistas distribuidores para distribuição dos seus produtos?**

Consideramos a jornada e experiência do usuário como pontos centrais de nossa estratégia e, por isso, estar onde e quando haja uma necessidade de compra por parte dos usuários é fundamental. Por isso se faz essencial, por exemplo, acompanhar a demanda crescente em lojas de material de construção de diferentes tamanhos e perfis. Neste sentido, os atacadistas são parceiros muito impor-



# MOTOSSERRAS PROFISSIONAIS A GASOLINA

Produtividade e segurança para o corte de lenha, jardinagem e podas em geral!

## LANÇAMENTOS



Filtro tipo HEPA  
(Alta Eficiência em Retenção de Partículas)

Guarda de proteção/  
Freio da corrente



Acesso fácil ao filtro



Trava de  
segurança  
do acelerador



Carcasa do motor  
em liga especial  
de alumínio



Partida fácil



Sabre e Corrente  
VONDER

Pino pega-corrente

Confira a linha profissional completa de  
Motosserras a Gasolina VONDER

\*MODELO MGP 546

\*Utilize apenas peças e acessórios VONDER!

Assista aos vídeos e siga a  
VONDER nas redes sociais!



@vonderferramentas



É bom trabalhar com

# vonder®

Com os equipamentos certos, o trabalho tem muito mais energia! A escolha é sua e a qualidade é VONDER!

www.vonder.com.br



*“O Brasil figura entre os top 5 países de maior representatividade para o Grupo Bosch”*

**LEONHARD KAISER,  
BOSCH**

tantes na distribuição e no acesso aos produtos Bosch pelo mercado brasileiro, de dimensões continentais, que possui alta diversidade de perfis e necessidades. A presença nos pontos de vendas continua essencial, mesmo em um momento de alta do canal *online*.

#### ■ **Revenda Construção – Quanto o Brasil representa para o Grupo Bosch?**

O Brasil figura entre os *top 5* países de maior representatividade para o Grupo Bosch e, além disso, é um dos principais motores do crescimento esperado para os países emergentes, juntamente com a China, por exemplo. Temos grande responsabilidade e exercemos papel de protagonismo dentro do grupo, mas contamos com uma equipe altamente qualificada e conectada com todas as regiões do mundo, trocando informações, experiências e boas práticas que alavancam a experiência dos usuários e, consequentemente, nosso negócio.

#### ■ **Revenda Construção – O brasileiro ainda é reticente ao “Faça Você Mesmo”?**

Quando comparado com a população de países como a Alemanha, por exemplo, o brasileiro tem uma menor adesão à cultura do “Faça você mesmo”. Porém, esse comportamento vem passando por um momento de forte transformação, acelerada pela pandemia, movido por comportamentos de compra alavancados por um *hobby* ou por uma necessidade. É um mercado com potencial crescente, porém ainda abaixo dos níveis de consumo

de ferramentas por parte da indústria e profissionais da construção civil, por exemplo.

#### ■ **Revenda Construção – O forte das vendas das ferramentas elétricas é para o profissional? Quais linhas de produtos a Bosch têm?**

A maior relevância no mercado de ferramentas elétricas vem dos segmentos industrial e profissional, que são atendidos pelas nossas linhas de ferramentas elétricas (Bosch, Skil e Dremel), acessórios e medição. Este último é um segmento em que também temos a liderança de mercado e com alto potencial de desenvolvimento, especialmente no que se refere a nivelção, medição e detecção.

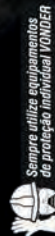
#### ■ **Revenda Construção – A Bosch está no programa “Juntos Somos Mais”. Como funciona e o que melhorou para a empresa?**

O “Juntos Somos Mais” consiste em um programa de fidelidade, em que o cliente ganha pontos atingindo metas todos os meses, o que lhe permite esses pontos trocar por prêmios e acessar uma série de benefícios interessantes. Uma contribuição importante do programa para a Bosch foi a ampliação de nossa distribuição, através de novos pontos de vendas. Outro ponto bastante relevante é a sinergia com demais indústrias participantes, havendo uma troca rica de experiências com o objetivo comum de otimizar ofertas para as revendas participantes do programa.

# FERRAMENTAS ELÉTRICAS

Força, alto desempenho e segurança em uma linha profissional completa!

IMAGENS ILUSTRATIVAS. TODOS OS DIREITOS RESERVADOS. PROIBIDA A REPRODUÇÃO PARCIAL OU TOTAL DESTES MATERIAIS E CONTEÚDO.



www.vonder.com.br

Garanta em sua loja a linha completa de Ferramentas Elétricas VONDER!



Assista aos vídeos e siga a VONDER nas redes sociais!



/vonderferramentas

É bom trabalhar com

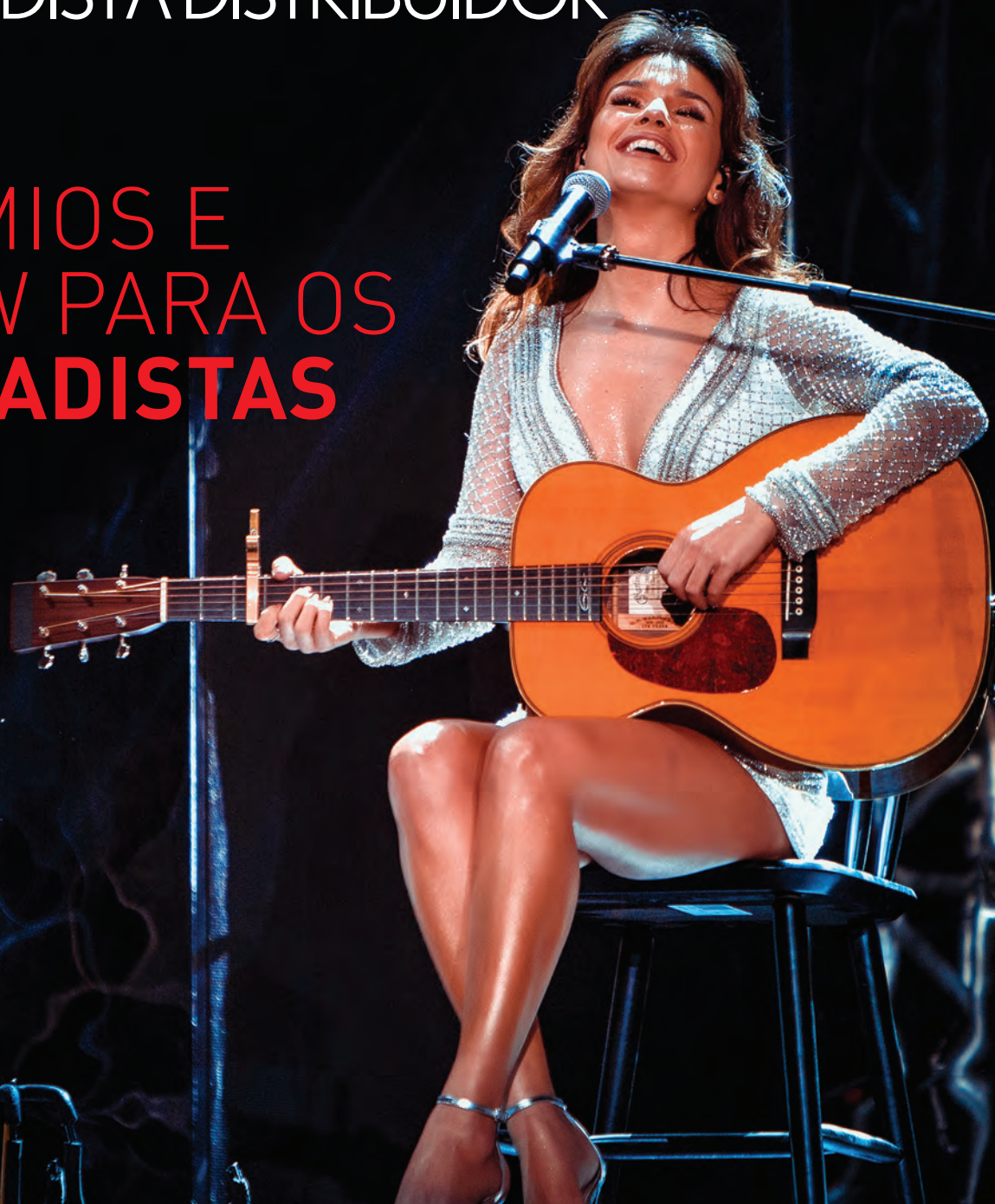
  
**vonder**®

Maior produtividade, precisão e durabilidade no trabalho profissional! A escolha é sua e a qualidade é VONDER!



# 15º PRÊMIO EXCELÊNCIA ATACADISTA DISTRIBUIDOR

PRÊMIOS E  
SHOW PARA OS  
ATACADISTAS



# OS 52 ATACADISTAS MAIS VOTADOS DE 2020

## ORDEM ALFABÉTICA

A pandemia do novo coronavírus praticamente parou o Brasil. Praticamente, já que as lojas de materiais de construção foram autorizadas a abrir por venderem itens de primeira necessidade. Mas como os lojistas mantêm seus estoques nestes tempos difíceis?

A resposta está no excelente trabalho realizado pelos Atacadistas Distribuidores, cujos caminhões levam os produtos essenciais para mais de 5.500 cidades de todo o Brasil.

No ano em que o mundo mudou, um novo normal surgiu. E o Grupo Revenda, mais uma vez, sai na frente inovando no formato de premiação aos Atacadistas Distribuidores, que será realizada no dia 09 de outubro, às 20 horas no formato de Live para milhares de pessoas!

A participação ao vivo da cantora e compositora Paula Fernandes, uma das vozes mais marcantes do Brasil, com mais de dois milhões de seguidores, irá embalar uma noite muito especial.

Este ano, o período de votação, realizado pelo Quinta Essência Pesquisa, foi de 16 de julho a 14 de agosto. Votaram 904 revendedores, sendo 435 da região Sudeste; 180 da região Sul; 165 da região Nordeste; 78 da região Centro-Oeste e 46 na região Norte.

Alfa Distribuidora	Martins
Almeida Distribuidora	Mécari Distribuidora
Ases Distribuidora	Mundial Atacadista
Bartofil	Nacional Distribuidora
Barzel	Nova Casa
Belenus	OBRAMAX
Cardão Comércio e Importação	Orion Distribuidora
Casa Cardão	Ótima Atacado
Casa do Lojista	OVD
CCR Distribuidora (Bonfiglioli)	Progresso
Center Fertin	Safari Distribuidora
CIA das Tintas	Samm Distribuidora
Coelho Distribuidor	Sovil Distribuidora
Cofema / M.N. Teruya	Tambasa
Comercial Maia	Thibabem Atacadista/ Distribuidor
Comercio de Ferramentas Teruya	Uehara Elétrica
Condor Atacadista	
Conesul Distribuidora	
Construjá	
Depeçil Distribuidora de Materiais para Construção	
Diferpan	
Dimacol - Valdir Saraiva	
Dime Distribuidora	
DZA Distribuidora	
Eletroeste/Megaleste /Mateubras	
Eletromil Materiais Elétricos	
Emquare Distribuidora	
Fera Atacado/ Racuia Atacadista	
Ferragens Negrão	
Fuzil Distribuidora	
Gama Distribuidora de Tintas	
GRANSTOQUE ATACADISTA	
IDB Atacadista	
King Ouro	
Lopes Distribuidora	
Magia Distribuidora	



# REVENDA

A revista Revenda Construção chegou à sua 360ª edição. Uma longa e gratificante jornada.

Estamos nos adaptando aos novos tempos e investindo em comunicação total com nosso mercado. Mídias digitais como Instagram, Facebook e LinkedIn, além das lives, fazem parte do nosso “novo normal”.

Mas a revista impressa continua, e continuará, levando informação aos nossos leitores, os revendedores de materiais de construção, principalmente os lojistas de médio e pequeno porte.

## UM POUCO DE HISTÓRIA

José Wilson, fundador da revista Revenda Construção, conta como tudo começou:

Quem poderia imaginar que uma ideia tão simples, tão semelhante a uma infinidade de ideias que surgem em nosso mercado editorial, pudesse se transformar em um projeto, ao mesmo inédito e feito para cumprir um papel tão bem definido? Alguém poderia dizer: mas o que não falta neste país são ideias. E eu, com um bom argumento pude provar que ideias, quando se confundem com ideais, podem dar certo.

Talvez uma dose de ousadia tenha me ajudado a colocar em prática um dos meus muitos projetos: a revista Revenda Construção. Calcado em pesquisas de mercado, feitas pela Toledo e Associados, e que me custaram o equivalente a um carro Monza zero km - que eu desejava comprar; e em observações dos muitos nichos da economia brasileira, identifiquei que havia uma certa carência no comércio de materiais de construção. Faltava informação, apoio e um elo entre os revendedores e a indústria.

A revista Revenda Construção transformou esse cenário e trouxe consigo novos valores ao mercado. Mas o que pouca gente sabe, é que o Ranking de



# 360º

Conceito e Imagem foi criado a partir de uma carta de um revendedor, ou melhor, de uma revendedora, a Sidnéia Santos de Aguiar, da Veloso & Alves, de Montes Claros, MG.

Na carta enviada para a revista, ela dizia que a Deca estava fazendo venda casada. A revenda era obrigada a comprar alguns produtos que tinham giro, e outros, que não tinham. A carta relatava o tratamento recebido por parte da Deca. E dizia que o único veículo que poderia utilizar para desabafar era o nosso. Era uma carta simples e emocionada, que terminava com Sidnéia dizendo que estava só desabafando e que sabia nós não a publicaríamos porque a Deca era anunciante.

Nós não só publicamos a carta, como solicitamos à Deca que nos enviasse a resposta, que também foi publicada. A carta foi assinada por Agostinho Cassiano, da Divisão de Assistência a Vendas da Deca. Essa postura gerou uma grande efervescência no mercado e outros revendedores passaram a utilizar as páginas da revista para denunciar políticas não amistosas da indústria. Ao tomar esta decisão, mostrei minha índole: não ter o rabo colado com ninguém.

Em 1991, criamos o Melhor Produto do Ano, para premiar os melhores produtos na opinião dos revendedores. Produtos que dão maior lucratividade e giro aos pontos de venda. Outro sucesso.

O evento mais recente foi o Prêmio Atacadista Distribuidor. Pela primeira vez uma votação do segmento ouvia as duas pontas: quem compra das indústrias; quem vende para as revendas. Mais um sucesso. Nestes anos todos procuramos criar produtos que atendessem aos anseios do mercado.



Algumas das 360 capas da revista Revenda Construção. Acima e à esquerda, a capa da Nº 0, de 15 de abril de 1989.

Nossa intenção não é lançar apenas mais uma marca de cigarros ou de automóveis. Lançamos um produto editorial aderente às necessidades do mercado.

Sabemos que estamos no caminho certo quando vemos que somos copiados pelos concorrentes.

Não se limitam a um prêmio, mas a todos. O mundo evoluiu muito rapidamente. A pesquisa por conceito e imagem encerrou o seu vitorioso ciclo.

O Top Of Mind Revenda Construção é uma avaliação direta da imagem das marcas.

E os revendedores, pesquisados pelo nosso instituto Quinta Essência Pesquisa de Mercado, responderam muito bem desde a primeira amostragem. E continuam respondendo.

DEPOIMENTOS

A revista **Revenda Construção** procura criar uma conexão entre a indústria, que fabrica os produtos, e os revendedores, que os revendem. Tem sido assim ao longo das 360 edições publicadas. E continuará sendo por outras 360.

Ressaltamos a importância que a mídia impressa tem para os revendedores, a grande maioria que não utiliza as mídias digitais, para saber o que está acontecendo no mercado. Esta é a nossa missão e importantes executivos da indústria estão ao nosso lado, como pode ver nos depoimentos para esta reportagem especial.

*“A informação com credibilidade sempre foi importante e agora mais do que nunca, para o setor. É baseado na análise da informação de qualidade que a cadeia produtiva define suas estratégias. Ela também auxilia na negociação entre a indústria e o varejo, forma a opinião do cliente e ajuda marcas e empresas a se posicionarem perante o mercado. Um veículo como a Revenda é, então, fundamental para que a informação seja clara, transparente e confiável para toda a cadeia da construção no país. Ficamos satisfeitos, como uma das principais associações do setor, em contribuir para o sucesso da Revenda”.*



**RODRIGO NAVARRO**  
PRESIDENTE DA ABRAMAT



# OBRAMAX

ATACADO DE CONSTRUÇÃO

## TÁ DIFÍCIL FAZER AS COMPRAS PARA ABASTECER SUA LOJA?

CONHEÇA A OBRAMAX E TENHA À SUA DISPOSIÇÃO  
MAIS DE 19 MIL PRODUTOS DE QUALIDADE  
PROFISSIONAL, COM ESTOQUE EM GRANDES  
VOLUMES E DISPONIBILIDADE IMEDIATA PARA  
RETIRADA OU PARA ENTREGA NO DIA SEGUINTE,  
COMPRANDO ATÉ AS 15H.

- MATERIAIS BÁSICOS
- MATERIAIS HIDRÁULICOS
- MATERIAIS ELÉTRICOS
- PISOS E REVESTIMENTOS
- BANHEIROS
- ESQUADRIAS
- MARCENARIA
- FERRAMENTAS
- FERRAGENS
- PINTURA
- LIMPEZA E ORGANIZAÇÃO



PREÇO DE  
ATACADO  
GARANTIDO



# OBRAMAX

ATACADO DE CONSTRUÇÃO

Av. do Estado, 6313 - Mooca

Av. Ministro Marcos Freire, 1.500 - Praia Grande

Teleendas: 3003-3400

**Horário de funcionamento:**

Segunda a sábado, das 7h às 21h.

Domingos e feriados, das 9h às 20h.

**COMPRE TAMBÉM PELO SITE:**

[OBRAMAX.COM.BR](http://OBRAMAX.COM.BR)

SUA LOJA 24 HORAS.



/OBRAMAXATACADO



*“Nessa era de transformação digital, a disponibilidade de informação é gigantesca e a cada dia surgem novas propostas de mídia de informação, na mesma medida que aumenta na outra ponta, as demandas do leitor.*

*Uma revista direcionada ao varejo de materiais de construção tem como missão levar ao leitor deste segmento, que também está cada vez mais seletivo e exigente, informação de qualidade e confiabilidade, provendo conteúdos atuais, boas práticas, opiniões de pessoas e de entidades que sejam referências no setor, matérias e entrevistas interativas e que agreguem valor ao dia a dia do negócio.”*

**JÔNATAS TARDIVO** - GERENTE NACIONAL DE VENDAS ADERE

*“Contar com a competência editorial do Grupo Revenda no cenário da comunicação, principalmente neste momento desafiador, nos dá a certeza de que o mercado de varejo de material de construção terá sempre à disposição conteúdos sérios e sólidos. Seja por meio da revista Revenda Construção, seja por meio das ações digitais do grupo neste novo normal, seremos sempre agraciados. Registro os meus parabéns pela comemoração da 360ª edição da revista, a minha admiração e o meu respeito à toda equipe. Que possamos celebrar outras tantas edições da Revenda.”*

**WALDIR ABREU** - SUPERINTENDE DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS COMERCiantes DE MATERIAL DE CONSTRUÇÃO



*“No momento que vivemos é muito importante ter informação com credibilidade e de fácil acesso. E a revista Revenda atende muito bem esta demanda crescente, seja com as versões impressas ou conteúdo digital. Temos a oportunidade de informar sobre a nossa empresa e os nossos produtos, o que ajuda a difundir conhecimento para todos. As mídias digitais são muito valiosas para nos comunicarmos diretamente com clientes, representantes e parceiros. E a Revista Revenda tem se adaptado muito bem a esta nova realidade.*

*Adicionalmente, nós temos feito uso de Lives principalmente no Instagram, Facebook e YouTube. Nós conseguimos reunir segmentos importantes do mercado para levar conteúdo e isso tem sido muito positivo. Há uma via de mão dupla nesta comunicação que vejo como muito vantajosa, pois também recebemos dúvidas e podemos melhorar o relacionamento conforme a relação amadurece. Atualmente, atender a demandas de micro momentos tem sido um grande diferencial para as marcas do Grupo ASSA ABLOY.*

*Em contrapartida, a mídia impressa, como as revistas, são muito funcionais e continuarão sendo uma importante fonte de informação nas lojas físicas, contribuindo ainda mais para o acesso ao conteúdo online. As duas mídias podem se complementar muito bem dependendo da estratégia adotada por cada empresa.*

**LUIZ BUZZO** - CEO DA ASSA ABLOY



“A revista é um dos elos importantes de ligação entre a indústria e o varejista, auxilia o lojista com suas demandas de comunicação e a indústria a estar sempre dentro das lojas. A Astra parabeniza o Grupo Revenda pela iniciativa! A partir de agora, nos sentimos mais representados, em múltiplas plataformas, fortalecendo ainda mais o mercado varejista de construção.”

**MANOEL FLORES**

SUPERINTENDENTE DA ASTRA





“Os canais de comunicação digital cresceram rapidamente nos últimos anos e hoje, já consolidados, são uns dos principais meios de divulgação de conteúdo das empresas. Por meio deles, é possível ir ao encontro das necessidades dos clientes de forma direta e criar um vínculo através de um bom relacionamento. O novo momento da Revista Revenda mostra não somente a importância dos meios de comunicação se adequarem a esses canais, como também a importância de veículos cada vez mais segmentados atuando em diferentes nichos de mercado, pois o leitor busca conhecimentos aprofundados e serviços personalizados ao seu estilo de vida e, de preferência, na palma da sua mão. A criação desses canais digitais mostra que a Revista Revenda está em linha com a tendência do mercado, a Bosch tem utilizado as mídias sociais para levar ainda mais informações sobre seus produtos, treinamentos e serviços e, especialmente, para ouvir e atender as reais necessidades dos nossos usuários. Parabenizamos a Revenda pela iniciativa e parceria ao longo de todos esses anos.”

**PEDRO COSTA** - DIRETOR DE VENDAS DA DIVISÃO DE FERRAMENTAS ELÉTRICAS DA ROBERT BOSCH NO BRASIL.



**CORTAG**  
REVOLUTION TOOLS

**25**  
ANOS  
DESDE 1995

  @cortagoficial  
www.cortag.com.br

*“A revista Revenda com seu editorial sempre qualificado, informa e contribui de maneira substancial com o setor, nós da Bostik FORTALEZA consideramos uma forma assertiva de nos comunicar com nossos clientes e parceiros, e hoje, mais do que nunca alinhada com as novas demandas do mercado, incorpora de maneira consistente seu processo de transformação digital, que hoje é mais importante do que nunca, assim ganhando ainda mais relevância e diversificação dos seus conteúdos, para nós da Bostik FORTALEZA, é um prazer imenso fazer parte dessa história escrita com muito sucesso, estamos certos que faremos juntos cada vez mais para o setor.”*

**FABRICIO BUZETO**

DIRETOR GERAL BOSTIK FORTALEZA



*“Uma nova postura, para um novo momento.*

*É o que chamamos aqui, de UMA NOVA DRYKO PARA NOVOS TEMPOS, pelas diversas ações que estamos desenvolvendo e trabalhando para estreitar, ainda mais nossa relação com colaboradores, representantes e clientes.*

*E entendo que esta nova postura também é o sentimento atual não só do Grupo Revenda, mas de todo planeta.*

*Acompanho a trajetória do Grupo Revenda há pelo menos 15 anos, não só como anunciante, mas também como leitor e amigo dos profissionais do Grupo.*

*Esta constante reformulação e adaptação às necessidades do nosso mercado da construção civil e do mercado publicitário, sempre se fizeram presentes, além de necessárias, e agora, principalmente. Com o “boom” da tecnologia e esta necessidade, em tê-la cada dia mais presente em nossas ações, saber que o Grupo se renova mais uma vez e consegue estar presente, inovando e trazendo conteúdo às revendas e às indústrias, dentro deste universo 100% digital, me deixa muito feliz.*

*Afinal, o mundo já é digital e a informação rápida e séria não só é uma necessidade como também, é uma realidade do mundo atual.”*

**RODRIGO MORELLI - MARKETING - DRYKO IMPERMEABILIZANTES**

*“Nós da Fame entendemos e vivenciamos a importância da revista Revenda como elo de comunicação na construção civil, levando informações aos lojistas e revendedores; hoje a mídia faz parte da estratégia de todas as Indústrias, estamos vivendo momentos diferentes, onde a mídia digital acelera e fomenta todas as formas de consumo.”*

**CLÁUDIO HABIR**

GERENTE GERAL DE VENDAS FAME



*“A Revenda tem seu papel muito bem estabelecido na cadeia comercial de nosso segmento, inclusive em nossas pesquisas com os mais variados grupos de clientes é comum ser apontada como uma das principais fontes para informação de nossos clientes. Isto é muito bom, e também acarreta grande responsabilidade à editoria. E nesta responsabilidade, sem dúvidas, entra a necessidade de se reinventar e adaptar ao longo dos tempos. Assim como em todas as questões mundiais e segmentos econômicos, a pandemia trouxe um “empurrão tecnológico” e quem não se sentiu alçado à frente e caminhando a novas abordagens com esta nova demanda já perdeu um eixo essencial da história. A Revista Revenda chega a novos meios e caminha ao encontro da necessidade de se fazer presente com sua informação na agilidade que o novo tempo exige. Nosso segmento, que comumente era citado como ultrapassado e pouco tecnológico, não tem mais espaço para quem não busca a inovação. E a Revenda 360º, como um dos principais guias de informação do mercado, não pode ser diferente. Ela tem em suas atribuições a possibilidade de ajudar a traçar o pioneirismo neste caminho e fomentar novos tempos.”*

**ELOIR PADILHA JUNIOR**

GERENTE DE MARKETING DO GRUPO FOXLUX



*“A revista Revenda Construção tem uma história vitoriosa, construída por um conteúdo altamente relevante para o mercado e por ações de grande impacto e importância para as empresas, com o prêmio Top Of Mind. A publicação é uma referência de informação com credibilidade para todos que atuam no segmento e é muito bom vê-la forte e inovadora também nas redes sociais. Parabéns pela 360ª edição! Nós, da Krona, desejamos compartilhar desse caminho de sucesso ao lado do Grupo Revenda, da revista e de sua equipe.”*

**GUSTAVO DIAS DE SOUSA**

DIRETOR COMERCIAL E MARKETING DA KRONA

*“A Lorenzetti parabeniza o Grupo Revenda Construção por alcançar a marca de 360 edições da revista, que a reconhecemos como um canal importante que faz o elo essencial entre os revendedores e as indústrias. O veículo traz notícias relevantes do setor e o consideramos como um dos principais parceiros editoriais.*

*As redes sociais proporcionam às empresas a oportunidade de criar e estreitar relacionamentos com o seu público de interesse. Essa aproximação influencia diretamente na forma que o consumidor enxerga e se sente em relação à marca. As empresas estão investindo nessas ferramentas de comunicação mais eficientes e diretas, para que o cliente seja atendido de forma personalizada e se sinta ainda mais valorizado.”*

**PAULO GALINA** - GERENTE DE MARKETING DA LORENZETTI.



*“Há vários anos o mercado de EPIs tem atuado junto aos revendedores de materiais de construção, acompanhando uma tendência mundial. A Revista Revenda teve a sensibilidade de perceber isso antes de muitos outros e posicionar os Equipamentos de Proteção Individual entre os produtos de destaque nestes estabelecimentos, sabendo que todo aquele que visita uma loja de material de construção ou ferramenta, é um cliente potencial, do mercado da segurança.*

*Com posicionamentos como esse, a Revista Revenda mostra o quanto está alinhada com os seus clientes, que por vezes se informam e acessam as tendências de mercado através dela.*

*A Marluvas buscou esta parceria e tem colhido muitos frutos dessa relação, podendo entregar aos seus revendedores do segmento os melhores produtos e também a melhor exposição para calçados profissionais e luvas, oferecendo uma marca reconhecida e responsável para ser protagonista desse segmento.*

*Para a Marluvas é uma honra poder contar com a Revenda e rendemos a ela nossa gratidão e congratulações pela 360ª edição.”*

**DANILO OLIVEIRA**

DIRETOR DE MARKETING E COMEX MARLUVAS



*“As redes sociais são um braço importante do planejamento de marketing das empresas, são facilitadoras para levar conteúdo direcionado e estreitar o relacionamento com o consumidor final.*

*A revista Revenda dá um passo importante, abrindo novos caminhos e se adequando às novas tecnologias e canais de comunicação.”*

**NATHAN BAMPI**

DIRETOR COMERCIAL PADO



*“A Lukscolor é uma marca que nos seus 30 anos de vida sempre valorizou o Revendedor de materiais de construção. Sempre direcionamos os nossos esforços para levar à revenda o melhor em produtos, tecnologia, serviços e atendimento. E, somente através da revenda, chegar ao usuário/consumidor final. Ter um canal de contato com esses clientes é fundamental. Em 2020, o mercado está recebendo uma nova categoria de tintas acrílicas – a SUPER PREMIUM – subindo a régua de qualidade do mercado e a Lukscolor já oferecendo essa qualidade de produtos à revenda e seus clientes, mesmo antes da nova norma ser lançada, tudo isso em meio às dificuldades que a pandemia trouxe aos negócios, a comunicação pelo meio digital encurtou esse caminho e através das redes sociais estamos levando essa nova qualidade de tintas, padrão global, ao conhecimento dos profissionais, especificadores, aplicadores e clientes. Acreditamos que somente uma mídia digital séria, de conteúdo e preocupada em realmente orientar o Profissional e o Consumidor com o que existe de melhor é capaz de orientar, fortalecer marcas e assegurar um processo de compra consciente e fidelizado.”*

**CARLOS THURLER**

GERENTE DE MARKETING DA  
LUKSCOLOR E AUTOLUKS.



*“Conexão é a palavra que resume os novos tempos e encontrar os meios certos para se conectar com o seu público é tão importante quanto qualquer outro esforço de venda. A Revista Reven-*

*da é um dos principais canais de comunicação que temos com nosso mercado e ganhar espaço no meio digital é, sem dúvidas, mais uma excelente oportunidade de levar nossa marca aos quatro cantos do nosso Brasil!”*

**GERALDO FERREIRA GOMES**

DIRETOR SÃO ROMÃO



*“A Revista Reven-  
da Construção, com competência, dá voz ao setor de Construção Civil e contribui com sua divulgação. Ao ampliar ainda mais seus canais de comunicação, passará a levar informação com qualidade e credibilidade a novos públicos, além de possibilitar discussões relevantes do setor contribuindo para seu crescimento e fortalecimento. Parabéns pela iniciativa e desejamos ainda mais sucesso às próximas edições!”*

**LEONARDO KOZO SASAZAKI**

PRESIDENTE DA SASAZAKI E DO CONSELHO

DELIBERATIVO DA INDÚSTRIA



Os produtos e serviços com a  
**QUALIDADE** que **VOCÊ** merece!

T I N T A S  
**LUZTOL**



*“A Revenda com certeza é uma das principais publicações do segmento. Com um alcance extraordinário entre os revendedores de materiais de construção e trazendo notícias e artigos sobre os mais importantes temas ao setor, a revista é fundamental para a evolução do mercado. É leitura obrigatória para se manter informado sobre as principais novidades do segmento. Reconhecida entre os líderes do varejo por sua credibilidade, a Revenda mantém-se atualizada ingressando nos canais digitais, sem deixar de lado a publicação tradicional, física e costumeira entre os lojistas, indústrias e associações do setor. Muito sucesso e vida longa à revista Revenda Construção.”*

**SILVIO BARONE JUNIOR**

PRESIDENTE DA SIL FIOS E CABOS ELÉTRICOS

*“360 edições certamente representam 30 anos de atividades da revista Revenda. Ao mesmo tempo, 360 é um número simbólico, pois representa presença integral e constante, com cobertura de todos os fatos, em todas as mídias, o que reforça a importância da imprensa e da comunicação. Parabéns, a Revenda presta um serviço muito relevante para o nosso setor. Serviço que, neste momento de pandemia, se mostrou ainda mais útil, ao levar as informações do setor de maneira digital, para o conforto e a segurança dos lares dos empresários e dos profissionais da construção.”*

**OTTO VON SOTHEN**

PRESIDENTE DO GRUPO TIGRE.



*“A Revista Revenda tem grande importância como elo entre a indústria e lojistas do setor de materiais de construção. Para a Tramontina, o Grupo Revenda é um parceiro, sempre atento às necessidades do mercado, atuando como desenvolvedor neste segmento.*

*Estamos vivendo um momento crítico e delicado. É tempo de adaptação e de certa flexibilidade para reajustarmos nossas práticas e atingirmos algum resultado. Neste cenário, as tecnologias ajudam muito, facilitando conexões, evitando deslocamento e otimizando tempo e investimento. As mídias digitais vêm desempenhando um papel importante neste momento e avaliamos com bons olhos o reforço dos veículos nesses espaços, pois é um período em que, mais do que nunca, precisamos de uma comunicação séria e verdadeira.*

*A união entre indústria, lojistas e veículos como a Revista Revenda vai permitir a continuidade dos nossos negócios. Reforçamos a importância da consciência coletiva para juntos contornarmos esse cenário.”*

**CLOVIS TRAMONTINA**

PRESIDENTE DO CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO DA TRAMONTINA







“Uma comunicação de qualidade com os lojistas é muito importante para a Vedacit. Informações atualizadas, abordando os temas mais importantes do segmento fazem a diferença na rotina dos profissionais. A revista Revenda é referência, sempre compartilhando conteúdos relevantes e as principais notícias do setor. A comunicação com as mídias digitais deve ser complementar aos impressos, cada um explorando o conteúdo da melhor forma para a respectiva plataforma. Enquanto nas mídias digitais as notícias são imediatas, breves e diretas, a revista explora com mais profundidade os temas, com reportagens mais completas. Estar presente em todos os formatos é essencial para uma boa comunicação. Parabéns à revista pela edição número 360. “

**MARCOS BICUDO**

PRESIDENTE DA VEDACIT

**TOP  
OF  
MIND**  
Revenda Construção

Mais conforto para seus clientes  
[www.rinnai.com.br](http://www.rinnai.com.br)

**Rinnai**

“Os meios de comunicação especializados têm importante participação no crescimento e fortalecimento das marcas, produtos e todo mercado em que atuamos, compartilhando informações relevantes para todo segmento. Nesse cenário, a revista *Revenda* construiu um significativo legado ao longo de suas 360 edições, ao priorizar conteúdos que destacam e incentivam as boas práticas, ajudando na integração e aproximação dos fabricantes e distribuidores com os revendedores e lojistas de materiais de construção de todo Brasil.

Ao alcançar essa expressiva marca e acompanhar a tendência de maior interatividade com seu público, focando também em conteúdos específicos para as diferentes mídias digitais, a *Revenda* acerta mais uma vez, aproximando-se dos seus leitores e emprestando toda credibilidade já construída com suas publicações impressas para levar conteúdos relevantes e confiáveis às mídias sociais, fazendo parte também do nosso dia a dia de informações e atualizações sobre o setor.

A *VONDER* apoia iniciativas que buscam fortalecer e intensificar nosso segmento com informações de qualidade, compartilhando conhecimento cada vez mais especializado para os revendedores dos nossos produtos. Parabenizamos e acreditamos nesse novo rumo que a *Revenda* está traçando, com a certeza de que continuaremos prestigiando e acompanhando notícias, coberturas, pesquisas e eventos que fizeram e fazem a diferença não só para nós, mas para muitas outras marcas e empresas e para todo o nosso mercado.”

**VALTER LIMA SANTOS**

DIRETOR COMERCIAL DO GRUPO OVD/VONDER



“Há mais de 30 anos, a *Revista Revenda Construção* faz parte do dia a dia dos lojistas de materiais de construção e das empresas que atuam nesse setor no Brasil. Parabenizamos a publicação pelas décadas de compromisso com a informação técnica e o conteúdo de qualidade! Desejamos também muito sucesso nesta nova etapa, focada nas mídias digitais, aproximando ainda mais a revista do seu público.”

**ANDRÉ POMPEO**

DIRETOR DE VENDAS BRASIL DA VOTORANTIM CIMENTOS.

“As redes sociais revolucionaram a forma de comunicação entre as pessoas em todos os setores. O último relatório *Digital 2020 da Hootsuite and We Are Social* apurou que mais da metade da população mundial já utiliza redes sociais. Se trata de uma tendência global e apresentar um jornalismo sério, imparcial e informativo, como é o da revista *Revenda Construção*, faz toda a diferença para os leitores. Temos acompanhado sua evolução nas mídias digitais e somos seguidores fiéis do seu conteúdo. Parabéns para toda a equipe pelo sucesso nas redes e também pelas 360 edições!”

**ADRIANO ANDRADE**

DIRETOR COMERCIAL DA WAVIN NO BRASIL



# A SATISFAÇÃO DE UM BOM RESULTADO!



A sua melhor parceira, na conquista dos seus objetivos, na construção do seu trabalho. Todos os dias



Temos mais de 15.000 opções de produtos que farão sua loja vender muito mais.

[www.fuzil.com.br](http://www.fuzil.com.br)  
(19) 3641 5900



Rodovia SP 344 Km 243,5  
Vargem Grande do Sul - SP





# CERTIFICAÇÃO É GARANTIA DE BOA VENDA

O revendedor que trabalha com esquadrias deve ficar atento e trabalhar com produtos certificados, para evitar problemas no pós-venda. Problemas que vão desde a entrada de água e baixa resistência a ventos, que causam danos patrimoniais, até falhas mais sérias, causadas pelos fabricantes, como a não utilização de vidros de segurança nas portas de correr, folhas que se soltam e estruturas que se deformam, fazendo vítimas em todo o país.

Prevenir tais ocorrências é uma necessidade e um dever de qualquer fabricante, que deve seguir as normas brasileiras no processo de fabricação de suas esquadrias. Já os comerciantes, que são corresponsáveis, devem comercializar somente as marcas certificadas. Por fim, os consumidores devem sempre optar por marcas de qualidade assegurada. Essa conscientização, no entanto, ainda precisa ser aprimorada.

Indústrias que atendem aos padrões de produção, resistência e segurança - conforme o Programa de Certificação de Esquadrias para Edificações - garantem portas e janelas em conformidade com as normas: é a certeza de que as esquadrias foram projetadas adequadamente, testadas e que reú-

nem as condições necessárias para resistir aos esforços de uso, impactos, pressão, chuvas e ventos, evitando acidentes, infiltrações, deformações, excesso de ruídos e exigindo menos manutenções, uma vez que são mais duráveis.

Esquadrias com o selo de certificação são produzidas com matérias-primas e componentes de elevada qualidade e por meio de processos rígidos. Passam por rigorosos testes que garantem o desempenho e a segurança das portas e janelas nas mais variadas edificações.

## ASSA ABLOY ESQUADRIAS

O Grupo ASSA ABLOY Brasil possui 7 marcas líderes do mercado: Udinese, Papaiz, La Fonte, Silvana, Yale, Metalika e Vault.

“Nosso foco é atender a demanda de produtos atuais, mas também atuar no desenvolvimento de novos lançamentos, sempre com soluções de acesso com tecnologia, inovação, qualidade e conveniência”, esclarece o diretor João Vieira. Todas as marcas do Grupo trouxeram para o mercado produtos com melhor desempenho, além da criação de solu-

ções para o “novo normal”. “O nosso maior objetivo é levar segurança e bem-estar aos consumidores”, complementa. Constantemente as marcas atualizam seus portfólios de produtos, obviamente seguindo os pré-requisitos que atendam ao desempenho das normas vigentes. “O nosso Grupo está focado para apresentar soluções técnicas em conformidade com as normas”, reforça o executivo.

No caso da Udinese, por exemplo, todos os produtos passam por rigorosos testes no CTU – Centro Técnico UDINESE –, seguindo os critérios da NBR15969, Componentes para Esquadrias.

“Todas as marcas do Grupo lançaram novos produtos que estão sendo bem aceitos no mercado. Além disso, temos atendido a demandas de pedidos, principalmente para as atuais soluções voltadas ao “novo normal”.

Estamos muito otimistas com estes lançamentos. Além disso, nós estamos utilizando cada vez mais os meios digitais para a divulgação destes novos produtos, tanto para o público interno, quanto para o externo. A inovação em produtos está presente no DNA da Udinese e, recentemente, foram lançadas soluções, tais como: a Mola de Piso à prova D’água; a Fechadura Tetra para Porta de Correr; as Roldanas Udiplus; os Braços em Alumínio e Inox; o Fecho Concha Slide e Touch e a Fechadura Biométrica Udinext-200, entre outros. Além dos produtos mencionados, a marca lançará, em breve, uma solução de componentes para esquadrias acústicas em parceria com o sistemista Perfil Alumínio do Brasil, empresa do Espírito Santo”, diz João Vieira.

Revendedores – “Prezamos pela segurança e saúde de nossos funcionários e de suas famílias, assim como a de nossos parceiros.

Logo após declarada a pandemia, nós decidimos parar as operações de fabricação para adaptar as plantas a operar com segurança, diante dos desafios trazidos pelo coronavírus.

Porém, nós voltamos a trabalhar normalmente 15 dias depois e, felizmente, até hoje estamos atendendo normalmente, não somente os revendedores, mas todos os clientes, serralheiros e indústrias.” “Seguimos investindo em tecnologia e mídias digitais. O atendimento está sendo eficiente. Nós utilizamos as mídias digitais, como o WhatsApp, para as nossas comunicações, além de outras ferramentas para reuniões, como o Skype e o Zoom. E não podemos nos esquecer do e-mail. A nossa equipe oferece treinamento à distância por meio de reuniões online. É um processo que vem sendo bastante eficiente, pois conseguimos atender de forma até melhor, já que ninguém mais precisa enfrentar o trânsito para chegar pontualmente a um treinamento.”

“O contato entre a nossa equipe de vendas e os revendedores se tem dado praticamente da mesma forma. São agendadas reuniões online. E, caso haja a necessidade de se estar presente, isto está sendo feito de maneira 100% segura para ambos os lados, seguindo todos os protocolos exigidos. Nós também estamos realizando lives nas redes sociais com revendedores. Assim, há a oportunidade de agregarmos valor e gerar negócios para todos. O resultado está sendo positivo.”

Mercado – “Acreditamos que a retomada do mercado será natural, feita de forma gradual. Principalmente quando tivermos vacina, para a qual há previsão para meados do início de 2021. Dados recentes das associações de classe mostram que está havendo grande procura por imóveis novos devido à redução de taxas de financiamentos, assim como aumento dos lançamentos de imóveis. Uma parte do mercado já está retomando suas atividades. O momento atual é passageiro. Por isso, a volta deve ser feita com segurança, com cuidados tais como a medição da temperatura na entrada do estabelecimento, o distanciamento entre os consumidores no ponto de venda, a exigência do uso de máscara no local e a disponibilidade de álcool gel.”

Ações – “Tomamos as medidas necessárias para o momento. A nossa maior preocupação é com o bem-estar e a saúde de nossos colaboradores e de suas famílias. As equipes que puderam trabalhar em home office, além dos colaboradores de grupos de risco, fizeram isso e estão até hoje desta maneira. O resultado está sendo bastante positivo. Também criamos um Comitê de Crise multidisciplinar para acompanhar todas as mudanças ocorridas e, assim, tomamos as medidas de acordo com cada momento.”

“Nós também atendemos todos os clientes e fornecedores que precisavam de algum apoio do Grupo. A medição de temperatura na entrada da fábrica é algo que vem sendo



praticado. Houve também o reforço da utilização de ferramentas online para contato entre nossos colaboradores e clientes/fornecedores.”

Instalação – “Os revendedores são nossos parceiros de longo prazo. Além disso, empresas com interesse em revender os nossos produtos têm nos procurado neste momento, o que é bastante efetivo. Isso faz com que o Grupo e as marcas cresçam cada vez mais. Nos últimos meses, nós temos realizado trabalhos de treinamento com nossos clientes, especialmente focando nos clientes dos nossos revendedores, e tem dado muito certo.”

“Nós também investimos no treinamento de produtos e de instaladores para que nossos revendedores possam recomendar e vender as nossas soluções. É um momento oportuno para apresentar nossas soluções técnicas, novos produtos, estreitar relacionamento, enfim, acreditamos que este modelo de road show deu certo e, quando tudo voltar ao normal, devemos intensificar.”

## ASTRA

A Astra está em constante desenvolvimento e melhoria dos produtos. Recentemente, foi adquirida uma nova embalagem para aprimorar a qualidade da embalagem das esquadrias. A empresa dispõe também de um laboratório interno próprio, com cabines de testes, onde busca melhorias nos desempenhos dos produtos para manter a excelente qualidade.

“A Astra lançou, durante a Revestir 2020, a Persiana Integrada Automática Wi-Fi, que pode ser acionada por um aplicativo de smartphone. Desde que a persiana esteja conectada à rede Wi-Fi, o cliente pode acioná-la de onde quer



que esteja, podendo fechá-la ou abri-la enquanto está no seu local de trabalho, por exemplo. O cliente também pode programar cenários para abertura e fechamento de sua persiana em dias e horários pré-determinados. Esse lançamento é um avanço na tecnologia dentro do ramo de esquadrias, que vai de encontro com o conceito de Smart Houses. Além disso, a Astra realiza projetos personalizados para atender à necessidade de cada cliente, produzindo esquadrias de alumínio feitas sob medida e no modelo desejado”, informa Joaquim Coelho, diretor comercial da Astra.

Revendedores – Durante este período de pandemia, para continuar oferecendo todo o suporte necessário aos clientes, a Astra vem realizando uma série de reuniões online. Apresentação de lançamentos, realização de treinamentos técnicos ou de estratégias de venda para os balconistas, são alguns exemplos. Existe uma preocupação real com a segurança de todos e esse novo método de atendimento tem trazido resultados positivos. Os representantes comerciais que voltaram a atuar em campo, isto é, fazendo visitas presenciais aos clientes, estão tomando todos os cuidados sanitários necessários.”

Mercado – “Com o comércio de material de construção considerado essencial durante a pandemia, estamos conseguindo retomar os atendimentos de forma presencial nas regiões em que isso já é permitido, ou de maneira online em outras ocasiões. No entanto, acreditamos que este cenário só melhorará definitivamente quando for encontrada uma solução eficaz que impeça o avanço do vírus. Hoje, mesmo com alguns PDVs abertos, o consumidor final ainda tem receio de sair de casa. Nossa expectativa é que em meados de 2021 a situação tenha se normalizado, mas acreditamos que nem tudo retornará como antes, em um período pós-pandemia. Já utilizamos o termo “o novo normal” para descrever essa nova realidade.”

Ações – “Após a paralisação do comércio por conta da pandemia, nos reinventamos e implantamos muitas novidades para suprir a necessidade do mercado. Incentivamos as lojas de material de construção a aderirem aos serviços de delivery ou drive-thru quando o varejo de material de construção foi considerado um serviço essencial pelo Decreto Federal. Com a reabertura gradual do comércio, enviamos um material com informações fundamentais sobre como manter o PDV seguro durante a pandemia; também incentivamos o uso de produtos Astra, que podem ser voltados à prevenção da Covid-19 no PDV.”

“Outra solução implantada foi a criação de um tour virtual pelo showroom da empresa, que permite que representantes, clientes e consumidores conheçam o espaço comercial, bem como os produtos expostos. Além disso, o

uso de ferramentas de videoconferência tornou-se ainda mais frequente, além de um canal de comunicação eficaz entre Astra e seus diversos públicos.

Adaptar-se com seriedade e agilidade foi essencial para manter o relacionamento com nossos representantes e clientes. A intenção é manter muitas das medidas implantadas em um período pós-pandêmico.”

Instalação – “As Esquadrias de Alumínio Astra estão de acordo com a norma NBR 10.821, que determina as necessidades de característica, resistência e segurança dos produtos, com capacidade para atender todos os requisitos da obra para que a construção se enquadre na norma de edificações NBR 15.575. Hoje, a empresa possui, também, a capacidade de atender todas as formas de instalação de esquadrias, seja por contra-marco, por chumbamento ou parafusamento. Usar uma esquadria de alumínio Astra é garantia de qualidade e segurança. As esquadrias da marca são bem estruturadas contra a ação de ventos e chuvas fortes, protegendo os clientes de possíveis acidentes.”

“Quando um cliente opta por um de nossos produtos, tem a qualidade no funcionamento da sua esquadria garantida, não tendo problemas com deformação e mau funciona-

mento ao abrir e fechar uma janela ou porta. Além disso, as esquadrias Astra oferecem cinco anos de garantia; a empresa também conta com assistência técnica especializada para atender seus clientes.”

### ESQUADRISUL

Higor Scarpin, gerente comercial da EsquadriSul, destaca os investimentos realizados pela empresa para o “aperfeiçoamento em padrões de pintura, bem como melhoria de acessórios para garantir a qualidade e a funcionalidade de nossos produtos.” E acrescenta que sempre buscam novos produtos e novas linhas de produtos. “Apostamos em novos acabamentos de cores, opções de vidros e tipologias que possam atender cada vez mais a necessidade do consumidor.”



## Da construção à decoração.



## A Afort cobre sua casa de confiança.

A Afort está presente em todos os momentos do seu lar, desde a construção até a decoração dos ambientes internos e externos, sempre com produtos de alta qualidade e tecnologia pensados para você.



afort.com.br

**AFORT**

EMPRESA DO GRUPO  
**FORTLEV**

Revendedores – “O atendimento virtual passou a ser um importante aliado nesse momento, conseguimos, dessa forma, nos fazer presentes, buscando atender quaisquer necessidades de nossos parceiros.”

Mercado – “Acreditamos que a retomada das atividades presenciais será gradual. Apesar de nosso segmento ter se mantido em funcionamento, notamos que o fortalecimento do e-commerce contribuiu muito para os bons resultados obtidos nesse período.”

Ações – “Nossa empresa buscou manter o compromisso com seus colaboradores, mantendo empregos e honrando seus compromissos da melhor forma possível.”

Instalação – “Atualmente, contamos com uma grande variedade de itens em nossa gama de produtos, desde linhas de entrada até itens mais sofisticados. Buscamos oferecer solução em esquadrias. Quanto à instalação, sempre reforçamos que o consumidor siga as recomendações descritas na própria embalagem do produto, assim estarão garantidos seu correto funcionamento e garantia.”

## SASAZAKI

Atenta às necessidades do mercado, a Sasazaki submete seus produtos à constantes avaliações de melhoria e novas oportunidades. Recentemente, a empresa aumentou o mix dos produtos da Linha Prátika, ao lançar as esquadrias Prátika Black, compostas por portas e janelas de aço prontas para instalação com pintura de acabamento final na cor preta. Ao apresentar acessórios sofisticados como fechos embutidos na cor preta e puxadores retos de aço inox, a linha busca atender ao público mais exigente.

As esquadrias Prátika Black harmonizam com diversos projetos arquitetônicos, além de trazer tecnologias exclusivas e patenteadas pela Sasazaki, como o Kit Vidro. Feitos em ABS com anti-UV (garantia de resistência e durabilidade), os perfis envolvem o vidro em toda a sua borda para proporcionar melhor acabamento, facilidade de limpeza e mais segurança na troca do vidro.

“Os produtos da Linha Prátika Black são especialmente recomendados para compor projetos marcantes, com tendência industrial, por exemplo. O estilo industrial é caracterizado por tons neutros e estruturas aparentes, muito presente em galpões industriais e que passou a compor também os projetos residenciais. Essa tendência segue traços mais rústicos, mas, ao mesmo tempo, incorpora conceitos modernos e elegantes. E as esquadrias na cor preta podem contribuir para reproduzir o estilo destes projetos, que procuram valorizar ambientes amplos, a luz natural e a iluminação do espaço”, informa Leonardo Kozo Sasazaki, presidente da Sasazaki e do conselho deliberativo da indústria.



Além do mix de produtos Prátika Black, a Sasazaki ampliou o portfólio das linhas AlumiSlim e Kompacta, com modelos de janelas de correr, janelas venezianas e portas de abrir. A linha de alumínio AlumiSlim, conhecida por oferecer opções com qualidade e melhor custo-benefício, atende às áreas litorâneas, é mais fácil de limpar e não exige repintura – seus produtos foram projetados para promover eficiência na iluminação e na ventilação dos espaços internos. Para quem busca reforço na segurança, a linha AlumiSlim tem modelos com grade exclusiva dentro do conceito clean. São modelos com medidas que atendem a todos os cômodos de uma casa, com a vantagem de terem pintura na cor branca e vidro liso instalado.

Já a Linha Kompacta apresenta portas e janelas ideais para quem está construindo ou reformando e quer qualidade comprovada, a segurança das esquadrias de aço e um preço que caiba no bolso. Com a ampliação do portfólio, esta linha da Sasazaki passou a disponibilizar modelos e medidas que atendem a todos os ambientes de uma casa, com a vantagem de terem pintura na cor branca, vidro liso instalado e opções de modelos com grade, o que garante melhor custo-benefício ao consumidor. Antes de serem disponibilizados ao consumidor, todos os lançamentos são submetidos a testes de desempenho - resistência contra esforços e arrombamentos, rajadas de vento e corrosão; ausência de infiltrações de água ou transbordamento para o lado interno do ambiente e abertura e fechamento sem deformação ou mau funcionamento.

Revendedores - “A equipe comercial focou seus atendimentos via telefone e WhatsApp e, quando solicitado, manteve suas visitas aos clientes lojistas para atendimento e acompanhamento de vendas de cada loja. A equipe de



promotores permaneceu em campo para atendimento aos consumidores e eventuais necessidades de treinamento à equipe de vendas. Em ambos os casos, sempre seguindo todas as orientações recomendadas pelos órgãos de saúde do governo. Atualmente, as atividades nos pontos de vendas estão sendo retomadas gradativamente.”

**Mercado** – Já é possível observar uma melhora gradativa e certa retomada de confiança por parte do consumidor em seus investimentos no setor da construção civil como um todo, e temos nos preparado para o retorno ao “novo normal”, seguindo todos os protocolos de segurança para preservar a saúde e o bem-estar dos nossos colaboradores, clientes, consumidores e parceiros comerciais.”

**Ações** – A Sasazaki tem como responsabilidade preservar e manter em segurança a saúde de seus colaboradores/familiars e da comunidade. Diante da situação de pandemia pelo coronavírus, a empresa criou um Comitê de Acompanhamento, para direcionar as ações internas e adotou diversas medidas preventivas, seguindo os protocolos do Ministério da Saúde e Governo do Estado de São Paulo. Após um período de suspensão, os atendimentos técnicos presenciais foram retomados e estão em operação seguindo os cuidados determinados pelos órgãos competentes, para a segurança de todos. O telefone 0800 17 9922 foi disponibilizado para atendimento ao cliente, para orientações e para sanar possíveis dúvidas dos consumidores. Conteúdos específicos às lojas online foram disponibilizados para atendimento aos parceiros que possuem este canal de venda e uma equipe de comunicação passou a disponibilizar informações dedicadas ao atendimento de cadastro de produtos destes clientes. Este movimento teve como finalidade minimizar erros de cadastro das lojas e disponibilizar informações mais detalhadas para evitar dúvidas por parte do consumidor final em sua jornada de compra e decisão online.

**Instalação** – A Sasazaki disponibiliza, por meio de seus diversos canais de comunicação, conteúdos completos de seus produtos, serviços e lojas parceiras, além de um link específico no site da empresa para cadastro de lojistas que gostariam de se tornar um parceiro de vendas da Sasazaki. No site da empresa, lojistas, pedreiros, construtores e outros profissionais possuem áreas específicas, com conteúdo para pesquisa e manuais para download, que colaboram para uma melhor prestação de serviço. Já para atender especificadores, foi implantada a Biblioteca BIM – Building Information Modeling ou Modelagem da Informação da Construção. Com a plataforma, que reúne os produtos e serviços ofertados pela marca, a Sasazaki tornou-se a primeira empresa do setor de esquadrias a oferecer essa facilidade aos projetos de arquitetos, engenheiros, projetistas etc.

Em breve você vai conhecer os lançamentos FAME que são mais em tecnologia, design e evolução!



Opção em conjunto com Super Cano



Resistência de encaixe



**FAMINHO**

A Ducha do melhor banho de toda uma geração de brasileiros em uma versão renovada por dentro e por fora.

**Blanc+**  
+ QUE EVOLUÇÃO EM MATERIAL ELÉTRICO

Vem aí um produto com o DNA da FAME trazendo entre outras qualidades, a proposta de compatibilidade de módulos de linhas modulares FAME já consagradas em qualidade e referência pelo mercado.



+ Tecnologia



+ Novidade

+ Mobilidade

**FAME**  
A marca do Brasil

ANOS  
de História e  
Pioneirismo

[www.fame.com.br](http://www.fame.com.br)

Teleendas: 0800 704 34 44

# COMPLEMENTO PARA TUDO

São produtos que têm muitas utilidades. Seja no complemento das esquadrias, seja nas portas ou fechaduras. As ferragens são produtos comprados, também, pelo design e material fabricado, por isso a exposição no ponto de venda é muito importante.



## ALIANÇA

A Aliança Metalúrgica realizou um estudo e análise de vendas das diversas linhas de fechaduras, reguladores para gás e ferragens.

Antonio Valdir Martin, diretor comercial destaca os lançamentos das fechaduras da Linha Colors (Galaxy, Quadratta Premium, Linha Inox Premium, Taco de Golf) nas cores bronze, prata, branco, fume e prata.

“Lançamos também as ferragens da Linha Colors. São puxadores, cabide simples e duplo (azul, vermelho, bronze, branco, marrom e preto). São produtos que, além de úteis, irão ajudar na decoração do ambiente”, informa.

Revendedores – “Atendemos através de nossos representantes e nosso multicanal (televendas). As visitas somente são realizadas se realmente houver necessidade, e sempre respeitando todos os protocolos e orientações da OMS (Covid-19). Entendemos que essas ações preventivas, a reabertura do comércio seja, cada vez mais, uma realidade, o que é um ótimo sinal de retomada da economia. Precisamos sempre estar otimistas e esperar que o mercado tenha uma reação positiva.”

Ações – “Tivemos um período de paralisação geral da fábrica – inclusive da linha de produção – redução da jornada de trabalho, suspensão de contratos e, infelizmente, algumas demissões.”

Instalação – “Com 93 anos de existência, a empresa tem



uma marca consolidada no mercado. Nossos produtos estão disponíveis em todo território nacional, o que facilita a venda. Além disso, oferecemos garantia de 5 anos.”

## ASSA ABLOY

Luiz Buzzo, diretor da Assa Abloy destaca as linhas de fechaduras 1300, 1400 e 1700.

“Além disso, a marca tem inovado bastante em soluções para o “novo normal”. O Puxe Pé e Puxador Alça são puxadores de porta que evitam o contato das mãos com puxadores e maçanetas, assim há redução no risco de contaminação por vírus e bactérias.

Outras marcas do Grupo também estão lançando novidades para o mercado, como é o caso da La Fonte, que traz uma solução para o “novo normal”: o Puxador Mãos Livres, que reduz o risco de contato das mãos com bactérias. “Sem falar das molas aéreas e a Mola de Piso 7500 e das ferragens, que são as dobradiças Palm 564 e a dobradiça 495, ambas em inox 304”, explica Buzzo.

Já a Papaiz traz a Fechadura Eletrônica SL120, com mais inovação e conveniência aos consumidores finais. “Este é realmente um produto que estava faltando no mercado e chegou em um excelente momento. Além disso, a marca possui a Fechadura Smart Lock, que pode ser aberta por cartão, evitando assim o contato com a maçaneta”, complementa.

A Papaiz também possui Molas Aéreas, que auxiliam no momento atual, pois evitam que as pessoas utilizem as mãos para abrir as portas, já que podem ficar abertas com segurança.

Outra marca do Grupo, a Yale, traz um lançamento, o novo modelo do hub Yale Connect. É um produto com design atraente e moderno e que facilita a conectividade das fechaduras digitais no dia a dia. Além disso, a Yale possui, em seu portfólio de produtos, diversas fechaduras digitais com acesso por cartão. Elas também são soluções bastante procuradas neste momento, onde todos estão evitando o contato.

A fechadura YDF40 BP atende a uma fatia do mercado que sentia falta de um modelo como este, uma fechadura digital para portas de correr. Ela é compatível com o comando de voz Alexa, da Amazon.

A Vault, outro produto da Assa Abloy, traz soluções exclusivas para o mercado de controle de acesso sem contato. Os consumidores contam, por exemplo, com leitores de reconhecimento facial que realizam o controle de temperatura e até mesmo a verificação de uso de máscara em instituições. Além desses, há o Locker, um armário inteligente, que se encaixa perfeitamente nos dias atuais, em que o acúmulo de encomendas na portaria dos condomínios se tornou uma constante.

A marca Silvana inovou na produção de produtos de ferragens com acabamento FZOE, que é mais sustentável, pois não possui metais pesados em sua composição. É o caso da nova maçaneta Ravena.

## FIXTIL

Buscando soluções inteligentes para atender as necessidades dos profissionais do segmento de moveleiro e facilitar a vida do consumidor, a Fixtil lançou a Dobradiça Curva para armários. Fabricada em aço, na cor cromado e disponível no mercado nas medidas de 26 e 35 mm, a Dobradiça Curva para armários Fixtil pode ser utilizada para instalação de móveis em geral, como armários de quartos, cozinhas,



banheiros e lavanderias, entre outros. A instalação deste acessório é fundamental para possibilitar a abertura e fechamento das portas dos móveis, armários e racks.

O diferencial das Dobradiças Curvas da Fixtil frente as dobradiças retas existentes no mercado consiste na maior capacidade de abertura que oferece a portas de armários embutidos em ângulos maiores, com mais de 90 graus, considerada angulação necessária para as portas embutidas.

A empresa destaca o porta-cadeado para janela, com acabamento em zinco, que acompanha parafuso para madeira, cabeça chata; acessórios para portas, batentes e portões; e o ferrolho porta-cadeado, que acompanha para parafuso madeira, cabeça chata, com acabamento em zinco, disponíveis nas medidas 2 e 41 polegadas.

## HAGA

Todas as linhas de produtos Haga, no acabamento cromado, foram aprovadas em novos testes rigorosos de resis-

tência ao uso recorrente de álcool 70% na higienização orientada pelos órgãos de saúde.

André Cereja, assessor de comunicação, informa que a nova Linha de Cadeados “Design by Security” foi lançada em junho de 2020. “Possui sistema de Travação Exclusivo. A chave só pode ser retirada do cadeado na posição fechada. Solução que garante ao usuário que, de posse da chave, o cadeado estará trancado.” Além disso, possui design moderno e a maior variedade

de segredos do mercado (com 5 pinos), corpo maciço, resistência à chuva e sol e quatro pontos de travamento. A tecnologia desenvolvida para esta linha de cadeados permite a montagem dos cadeados com sistemas dotados de chaves mestras, tudo de acordo com plano pré-estabelecido, ou seja, cada cadeado com seu segredo e uma chave mestra para abertura de vários cadeados. O sistema também permite a montagem de uma série de cadeados com o mesmo segredo, conforme necessidade”, informa.

Os cadeados da linha “Design by Security estão Disponível

nas versões 25, 35, 45 e 55 mm, com acabamento cromado, bem como nas versões 45 e 55 mm com hastes longas.

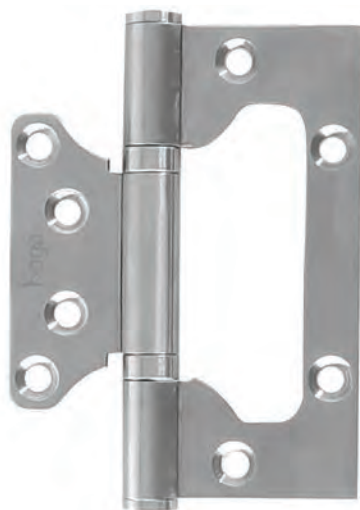
A Haga ainda lança, no segundo semestre, as novas Dobradiças Overlay, que não demandam entalhe para instalação; e o novo Kit Porta de Correr, com todas as ferragens e acessórios para instalação simples e rápida. “Essas são algumas das iniciativas que comprovam o quanto a Haga confia no Brasil, mesmo em tempos de crise e forte redução da atividade econômica”, complementa André.

Revendedores – “Conversamos com os empresários, ouvindo e entendendo as necessidades deles e de seus consumidores. Através dos nossos canais sociais oficiais (@hagabrasil) no Facebook, Instagram e LinkedIn percebemos maior envolvimento do consumidor buscando orientação, bem como dos revendedores compartilhando, promovendo e mencionando a marca Haga. Além dos meios de contato já conhecidos como telefone, WhatsApp, e-mail e chat online, as redes sociais chegaram para permitir essa maior interação com todos os nossos grupos de clientes, principalmente nesse momento.”

Mercado – “É possível perceber que o mercado da construção civil já retornou à sua normalidade no mês de julho. Podemos, inclusive, observar um movimento da cadeia de distribuição na busca de reposição urgente de seus estoques, uma demonstração de falta de produtos nas prateleiras. O brasileiro não parou de reformar e construir.”

Ações – “A empresa não parou com suas atividades, apenas se adaptou a cada momento, aumentando ou diminuindo a oferta de produtos. Foi mantido o abastecimento ao mercado e aprimorado o atendimento aos clientes dos nossos clientes, o consumidor final. No âmbito interno, a Haga atendeu todas as orientações das autoridades de saúde e de vigilância sanitária relacionadas à prevenção da contaminação e preservação da saúde dos nossos colaboradores, diretos e indiretos. Uma outra estratégia foi de ampliar a comunicação através das redes sociais, com uma campanha ousada, intensa e maciça.”

Instalação – “Além das informações determinadas por norma, as embalagens dos produtos Haga contêm orientações de instalação e classificação. Porém, a necessidade do atendimento individualizado varia em razão do conhecimento e experiência do consumidor. Além de reforçar os quesitos de valor e solidez da Haga, há mais de 80 anos no mercado, o revendedor pode recomendar os nossos produtos em função da garantia de fábrica, segurança, resistência, design e longa durabilidade dos sistemas e acabamentos, bem como por causa do auxílio técnico gratuito, através do nosso chat online em [www.haga.com.br](http://www.haga.com.br)”



## IMAB

A IMAB completou 55 anos em 2020 e segue inovando, constantemente, seus produtos para atender às expectativas dos projetos de arquitetura e decoração do mercado nacional.

O diretor da IMAB, Luís Antônio Barbosa, destaca que “o compromisso com a qualidade, segurança e design, continua sendo fundamental para que seus produtos atendam os desafios da construção civil. As fechaduras e ferragens IMAB são projetadas para manter o mais alto padrão de qualidade do mercado. Desta forma, os produtos que possuem o melhor desempenho em vendas são, regularmente, modernizados para que estejam equiparados com as novas tendências em arquitetura e construção.”

Para atender o mercado da construção civil que não parou, mesmo na pandemia, a empresa sentiu a necessidade de lançar produtos, destacando-se os novos modelos e acabamentos dos conjuntos de maçanetas.

“Nossa equipe comercial está em sintonia com os revendedores e, seguindo os protocolos sanitários estabelecidos,



estamos produzindo e entregando, normalmente, não havendo desabastecimento de nossos produtos no mercado. Acreditamos que nossos

comerciantes e comerciários são muito criativos. Assim, novas formas de comércio digital estão sendo disponibilizadas, além da venda presencial (cujas vendas em algumas cidades do país estão sendo restabelecidas), e estão crescendo. Com as boas perspectivas de vacina a curto prazo, cremos que a normalidade será, prontamente, retomada”, informa Luís Antônio Barbosa.

Os produtos IMAB levam o manual de instalação em suas embalagens. Se o consumidor optar por uma instalação profissional, poderá escolher dentre os diversos instaladores disponíveis no mercado.

## CARDÃO

**Atacado Distribuidor de Material de Construção**  
**Garantia Absoluta de Bons Serviços**  
Cardão Comércio e Importação Ltda.

**Abrasivos** > 3M > Norton  
**Adesivos** > Brascola > Henkel > Tekbond  
**Elétrico** > Ilumi > GE > Lorenzetti > Schneider  
**Ferramentas** > Irwin > Tramontina > Stanley  
**Ferragens** > Gerdau > Papaiz > Ciser  
**Hidráulica PVC** > Astra > Tigre  
**Hidráulica Metal** > Deca > Docol > Fabrimar  
**Impermeabilizantes** > Duplex > Sika > Vepul  
**Tintas** > Akzo > Cora > Spantack

Profissionais  
treinados e o  
melhor serviço  
de entregas!

### > e mais...

Adere, Aliança, Apolo, Acquaflex, Bambu, Baston, Bestfer, Biehl, Black&Decker, Braskoki, Carreteiro, Colorgin, Compel, Dacunha, Daneva, DeWalt, Eluma, Famastil, Fame, Firlon, Foxlux, Franke, Gol, Grendene, Hela, Herc, Higiban, HTH, Iberê, Inca, Intech, Isero, Jimo, K&F, Kelly, Levorin, Lonax Meikon, Metasul, Momfort, Morlan, Netuno, Pacetta, Perlex, Panasonic, Pado, Pial Legrand, Pincéis Atlas, Pincéis Roma, Pincéis Tigre, Qualitronix, Quartzolit, São Romão, Siemens, Sil Fios, Simetall, Soprano, Stam, Stanley, Starfer, Starrett, Taf, Tecryl, Tempo, 3M, Trifixi, Tupy, Tyrolit, Vedacit, Ventisol e Walsywa.



Solicite a visita de nossos representantes

Venda exclusiva a lojistas (21) 3952-5360  
[cardaorio@cardaorio.com.br](mailto:cardaorio@cardaorio.com.br)



## NEGRÃO

A empresa atualizou os produtos que têm melhor desempenho no mercado. “Os lançamentos de produtos Worker seguiram sua programação normal durante o primeiro semestre do ano. Dentre os principais destaques, estão a linha de químicos, iluminação, ferramentas elétricas e à bateria. A pandemia também trouxe incrementos de linhas relacionadas aos cuidados de higiene, como máscaras e álcool em gel”, explica Celio Alves de Moura, gerente nacional de vendas.

Revendedores – “A Negrão, como atacadista, possui uma programação de estoque regionalizada, que permite identificar as necessidades dos clientes e fazer reposições conforme a demanda. A empresa tem mais de 50 anos de mercado e sua parceria com fornecedores é muito forte, o que foi fundamental para atender a todos clientes da melhor forma, mesmo com o aumento da demanda desse segmento.”  
 Mercado – “A normalidade vai depender, e muito, da disponibilidade de matéria-prima, que afeta o mercado de forma mundial, para fabricação de produtos dos mais diversos segmentos. A Negrão, como prestadora de serviços, adaptou todo seu estoque para que essa demanda seja atendida da melhor forma.”

Ações – “O setor de material de construção foi incluído como setor essencial nesse momento de pandemia e, dessa forma, não houve uma paralisação total no país nesse segmento. A Negrão fornece um atendimento de distribuição regionalizada em todo o Brasil e vem seguindo todas as normas de segurança, higiene e prevenção para manter a integridade de trabalho de todos os seus funcionários e co-

laboradores. Desde o início da pandemia, proporcionou um atendimento nacional sem interrupção, para atender à alta demanda de serviço de seus clientes.”

Instalação – “A Negrão possui uma equipe técnica específica para desenvolver e testar linhas de produtos, com relacionamento internacional na fabricação e garantia de qualidade. Em todo o país, tem pontos regionalizados para assistência técnica. Esse cuidado é tomado desde a apresentação da embalagem, para que promova a total segurança do produto e que contenha todas as informações necessárias para sua utilização. O revendedor ainda conta com uma equipe de mais de 1.200 representantes capacitados para atendê-lo e uma equipe de pronto atendimento de televendas, por um serviço gratuito de 0800.”

## PADO

“Atualizamos nossas linhas de fechaduras e maçanetas, que eram destaque de vendas para máquinas de 55 mm e que agora podem ser encontradas nas máquinas de 40 mm. Mas isto só foi possível porque lançamos novos modelos de



roseta que se adaptam melhor nesta medida de broca da máquina. São elas: roseta chanfrada, que possui visual moderno e atual; e a roseta abaulada, que acompanha a maçaneta Ópera, disponível em vários acabamentos”, informa Nathan Bampi, diretor comercial.

A linha de puxadores, agora fabricados de aço inox, que possui mais resistência a ação do tempo, tem tudo para agregar ainda mais estilo na porta da frente de sua casa. Podem ser utilizados em portas de madeira, vidro e metal. Estão disponíveis nos tamanhos de 600 800, 1000 e 1200 mm; e, apenas no modelo Napoli, os tamanhos de 300 e 400 mm. Estão disponíveis nos acabamentos em inox polido, inox escovado, branco texturizado, preto texturizado e corten.

Nathan Bampi destaca a Linha Glass – fechaduras para portas e janelas de vidro –, que é o principal lançamento da marca para o segundo semestre deste ano e traz uma série de diferenciais, tanto em design quanto em materiais e especificações de instalação, decorrentes de um avançado processo de pesquisa, desenvolvimento e fabricação.

Além da linha de fechaduras para vidro, a Pado lançou recentemente as travas para portas de correr e a fechadura auxiliar roletinho, que pode ser instalada em portas pivotantes utilizada em conjunto com um puxador.

Revendedores – “Intensificamos o uso da tecnologia como canal para melhor atender nossos clientes, através de ferramentas de reunião online ou dos nossos canais de atendimento na internet. Iniciamos o projeto de marketplace Pado, que auxilia no sellout dos nossos produtos nos nossos revendedores.”

Mercado – “O setor apresentou queda no início da pandemia, mas vem se recuperando nestes últimos 3 meses, e já apresenta crescimento, quando comparado ao mesmo período de 2019. Os clientes voltaram a comprar materiais para construção e reforma nas lojas físicas, mas continuamos observando aumento nas compras pela internet, através de e-commerce ou marketplaces.”

Ações – O maior compromisso da Pado com o mercado e com seus clientes foi acompanhar tendências e apresentar soluções para conseguir atendê-los com segurança e forta-

lecer ainda mais o respeito com os nossos colaboradores, parceiros e clientes. Fomos a primeira empresa do nosso segmento a lançar um e-commerce B2C. Com esta solução, levamos os lançamentos de produto com o maior valor e baixo giro para o consumidor final com mais agilidade, mas sempre prezando o envolvimento do nosso cliente B2B nos nossos negócios, sem conflito de canais, pois os produtos disponibilizados na plataforma B2C são de curva C, dos quais, em sua maioria, o lojista não possui estoque.”

Instalação – “A PADO é reconhecida por sua qualidade e por sua presença próxima aos seus revendedores, prezamos muito por sempre atender as exigências dos nossos clientes. Esta proximidade atrelada à qualidade facilita que o revendedor recomende o nosso produto para o consumidor final.”

### SOPRANO

O simples ato de abrir uma porta nunca ganhou tanta atenção quanto neste momento de pandemia do coronavírus. O que antes era uma ação corriqueira agora merece todo o

# Cia das Tintas



D I S T R I B U I D O R A

## 30 ANOS DE TRADIÇÃO

NÓS AGRADECEMOS POR TODO  
CARINHO E RESPEITO DE  
NOSSOS CLIENTES, PARCEIROS  
E COLABORADORES.

☎ 11 5069-5200



WWW.CIADASTINTAS.COM.BR





cuidado para que o vírus da Covid-19 não seja ainda mais disseminado, especialmente nas portas compartilhadas em ambientes profissionais. Atenta às mudanças de hábitos, que podem ser úteis na preservação da saúde, a Soprano oferece soluções simples e eficazes, como os recém-lançados puxadores de abrir portas com o pé ou com o antebraço.

Produzidos pela Soprano Fechaduras e Ferragens, os dispositivos para abrir portas sem o contato das mãos na maçaneta ajudam a manter a segurança do usuário em ambientes com circulação de muitas pessoas. Ambos são produzidos com materiais de alta qualidade e fácil instalação, podendo ser aplicados em portas de madeira ou alumínio com espessuras de 25 a 35 mm.

Além de evitar o contato das mãos com as maçanetas, os modelos têm formatos que facilitam a utilização por pessoas com dificuldades motoras. O puxador com pé ainda oferece a vantagem de ser equipado com uma borracha protetora para suavizar o impacto ao abrir e fechar a porta e não danificar as paredes.

## STAM

“A STAM, independentemente de eventos que possam estar ocorrendo, sempre se encontra em constante atualização de nossos produtos, principalmente aqueles que têm melhor desempenho no mercado. Temos mais de 3.000 produtos que, constantemente, sofrem alterações. Muitas vezes estas alterações não são estéticas ou de design, mas para oferecer melhorias mecânicas de nossas fechaduras, garantindo ótima qualidade, conquistando nosso consumidor final, que sempre recebe um produto de qualidade, que não lhe trará dor de cabeça com defeitos e reposições. Nossos clientes lojistas reconhecem muito isto”, comenta Rafael Faria, gerente de marketing.

Marcio Luiz Tavares da Silva, gerente comercial, destaca

que, este ano, “devido à pandemia, demos uma segurada na questão de lançamentos, até porque as feiras de que costumamos participar, que são os espaços onde procuramos realizar os principais lançamentos, foram todas canceladas. A quarentena imposta em diversas regiões do Brasil também prejudicou um pouco a divulgação do lançamento nos pontos de venda etc. Temos em pauta vários itens, mas aguardaremos melhores condições em relação ao Covid para, de fato, realizarmos os lançamentos.”

Revendedores – “Aqui na Stam buscamos a continuidade do atendimento e realizamos, com a nossa logística, um acompanhamento minucioso dos nossos clientes, com o objetivo de mitigar eventuais problemas causados pelo Coronavírus, provocando fechamento de lojas, devoluções de mercadorias e atrasos nos recebíveis. Durante o período mais grave da pandemia, a Stam conseguiu organizar uma frente de atendimento a nossos clientes que trouxe ótimos resultados e então, no âmbito do nosso mercado, nossos problemas com os lojistas devidos ao Coronavírus foram bastante reduzidos”, explica Marcio Luiz Tavares da Silva.

Mercado – “Posso dizer que o mercado da Stam já se encontra na normalidade e até melhorou. Desde maio estamos experimentando picos de vendas bem satisfatórios.

Em julho realizamos a maior venda da história da empresa. Batemos recorde e isto só foi possível em função do que vem acontecendo com nossos clientes e, pensamos, isto se deve ao aquecimento das vendas

dos lojistas ao consumidor final”,

explica Marcio.

Ações – “A

Stam, sempre

cumpridora das regras

e das determinações, cumpriu tudo o que a ela foi atribuído pelos governos municipais e estaduais. A empresa teve que colocar diversos colaboradores em suas casas, para protegê-los. A principal medida tomada pela empresa em relação ao mercado foram as constantes negociações dos recebíveis com nossos clientes e a manutenção de nossos preços de 2019, apesar





de termos recebido aumentos em nossos insumos desde aquela época - e estes aumentos se intensificaram devido à elevação da taxa de câmbio. Acreditamos que o que contribuiu positivamente durante a paralização do comércio foi o fato de o Governo Federal ter realizado algumas manobras, principalmente financeiras, que permitiram ao mercado, diante da procura dos materiais de construção pelos consumidores (que, estando em casa, reagiram à quarentena realizando pequenas reformas no estilo D.I.Y., o que, acreditamos, ajudou o mercado a reagir positivamente), buscasse alternativas para que as lojas, mesmo fechadas pelas quarentenas instauradas, conseguissem manter soluções alternativas para que seus negócios não afundassem de vez, ampliando suas vendas online, via delivery etc.”, conta Rafael Faria.

**Instalação** – A Stam mantém uma linha de treinamentos com os lojistas e ações de marketing bem intensas. O revendedor pode utilizar o material disponível em nosso site, que é excelente e completo e possui todas as informações sobre nossos produtos e orientações para aplicação e instalação. O revendedor também possui contato direto com nossos representantes, que também são constantemente treinados a orientar sobre tudo o que se refere às nossas fechaduras e cadeados, tanto no que se refere à qualidade quanto à instalação e manutenção dos produtos.

## TORALF

A empresa está sempre atualizando os produtos para manter o alto giro e aumentar as vendas. “Notamos o aumento da demanda e procuramos incrementar a linha e lançamos uma nova embalagem, o parafuso em pote, um sucesso nas vendas e distribuidores”, informa Val Reis, do comercial.

**Revendedores** – “Temos o desafio diário de atender aos consumidores da melhor forma, e mais segura. Com a crise, estamos concentrando todos os nossos



esforços nas matérias primas e na automação industrial.”

**Mercado** – “Com a colaboração de todos e as medidas de segurança nos pontos de venda, com o passar do tempo os consumidores voltarão às compras e, com a chegada da vacina, tudo voltará à normalidade.”

**Ações** – “Adotamos uma escala alternada de funcionamento e aderimos à jornada reduzida para evitar aglomeração, além de todas as medidas preventivas de higiene e distanciamento.”

## VONDER

A linha de Ferragens VONDER é uma das mais completas, premiadas e expressivas do mercado. Muitos itens são tão tradicionais nesses mais de 20 anos de atuação da VONDER no mercado que são considerados verdadeiros best-sellers da nossa marca, como os Cadeados, Molas Aéreas para Portas, Ganchos, Puxadores, Cantoneiras, Fechos, Fixadores de Porta, Rodízios e muitos outros, que se consolidam pela resistência e funcionalidade de uma linha extremamente versátil e fundamental, da estrutura ao acabamento.

Destaque também para a linha de Arames, Telas e Concertinas VONDER, que permitem elevada durabilidade, resistência, funcionalidade e excelente acabamento nas tarefas de proteção, amarração e sistemas de segurança em geral. Por isso, linhas que a cada ano crescem e ficam ainda mais completas para atender diferentes necessidades de uso, como por exemplo, os novos Arames Farpados 350 kgf, em aço zincado a fogo, com alta resistência por possuir elevada carga de ruptura, disponíveis em rolos de 250 m e 500 m.

Outra característica presente na linha de Ferragens da VONDER e em todos os produtos do seu mix é a facilidade de uso e exposição, o que para o revendedor é mais um importante diferencial, já que a melhor forma de expor um item na loja ajuda a atrair a atenção do público e até mesmo define uma compra. Além da embalagem autoexplicativa e com modelos que facilitam a exposição, a VONDER oferece alguns modelos de expositores, que auxiliam na organização e melhor apresentação dos produtos no PDV.





# PLASBOHN / 30 ANOS

No dia 03 de setembro a Plasbohn completa 30 anos. “Assumindo riscos diariamente acreditando no melhor e no sucesso. Hoje, olhando lá trás vejo, nestes 30 anos, o quanto a Plasbohn contribuiu à sociedade em geral. Temos uma obrigação cotidiana em abraçar todos os nossos colaboradores que conjuntamente realizam os desejos dos nossos clientes. Estamos num local privilegiado, Joinville é referência nacional quando expressa-se a qualidade, seriedade e compromisso. Estamos com a Plasbohn nos quatro cantos do Brasil e esta é a admiração que frequentemente recebemos dos nossos clientes”, destaca Celson Bohn, diretor da Plasbohn.

## COMO COMEÇOU

Ao se aposentar, em 1989, após trabalhar 26 anos numa empresa de plásticos para construção civil em Joinville, Wilson Bohn acabou fundando, uma das maiores fábricas de mangueiras e acessórios plásticos do Brasil.

O primeiro passo para a criação da Plasbohn foi dado com a compra de uma carcaça de extrusora junto à antiga empregadora do Sr. Wilson. Mas, era preciso fazer mais para fazer a máquina funcionar. Ao seu lado, a sua esposa Sra. Dalila Bohn, participou ativamente para que o sonho se tornasse possível e em 3 de setembro de 1990 a Plasbohn ganhou vida. Eram tempos difíceis na economia brasileira, os equipamentos levaram quase um ano para ficarem prontos.

A produção era feita de sexta a noite a domingo a noite, quando os filhos Celson e Sarita podiam ajudar, pois trabalhavam em outras empresas. Grandes saltos foram dados, em meados dos anos 90, a forte expansão fez a ingressão total do Celson

e da Sarita, passando se dedicarem exclusivamente para o negócio familiar. Na época, a aquisição de um grande contrato acabou sendo o embrião de uma nova fase, levando a Plasbohn a expandir ainda mais os negócios. Em 1997, a empresa alcançou a ISO 9001 tornando-se uma das primeiras indústrias com a certificação e o registro compulsório do INMETRO para fabricação da mangueira plástica para GLP (gás



Os fundadores Wilson Bohn e sua esposa Dalila (sentados) com os filhos Sarita e Celson



liquefeito de petróleo), NBR 8613/99. Este diferencial foi responsável para ampliação da indústria, nesta época já contava com uma estrutura de atendimento nacional e se expandindo para toda América Latina. Novos produtos são constantemente lançados para garantir a rentabilidade dos negócios. Em 2006, entrou no segmento de injetados para a construção civil. A empresa atualmente possui equipamentos modernos, capazes de diferenciar-se no segmento em que atua. Criteriosa pela qualidade, desde o mais simples dos processos, a Plasbohn obteve a certificação ISO 9001:2015, confirmando a excelência dos produtos com uma política séria de garantia de qualidade. Contribuindo para um planeta melhor, preocupa-se com o meio ambiente, com a Certificação de Energia Renovável, a Plasbohn se compromete com a redução dos gases de efeito estufa em 282,97 T CO2. Agora em 2019 os investimentos estão voltados para a automatização dos processos e melhoraria na produtividade, visando estrategicamente o atendimento ao cliente. Com toda essa história de lutas e vitórias, a Plasbohn chega em 2020 com metas concretizadas e muitas conquistas alcançadas e firme às novas realizações.

## PERFIL

**Produtos Fabricados:** A Plasbohn trabalha nas linhas predial, elétrica, doméstico, industrial e agrícola. Destaque para as mangueiras de jardinagem, onde tudo começou. A empresa cresce e investe consecutivamente, atualmente possuem na linha os eletrodutos corrugados, canaletas plásticas, sifão (tubo extensivo), kit e armário para banheiro, ducha fria, válvulas, engate flexível, torneira plástica, entre outros.

**Área Fabril:** A Plasbohn ocupa uma área própria de 15.000m<sup>2</sup>, onde funciona a unidade fabril e administrativa.

**Número de Empregados:** 300 colaboradores.

**Ações Sociais Realizadas na Cidade:** A Plasbohn é engajada na realização de ações sociais na comunidade. Datas festivas como Natal e Páscoa, são escolhidas para levar um pouco de carinho e alegria, em especial lares de idosos e orfanatos de Joinville. No inverno, a campanha do agasalho é realizada, mobilizando os colaboradores e a comunidade próxima a empresa é quem recebe as doações.

# CASA CARDÃO

Desde  
1921

••••• ATACADISTA •••••

## DESDE 1921, CRIAR VALOR PARA VOCÊ É O NOSSO NEGÓCIO.

Conheça o **CASA CARDÃO FÁCIL**, a extensão do seu estoque a um clique.

### CASA CARDÃO

*fácil*  
Desde  
1921

- ACESSO FÁCIL E SEGURO;
- RASTREAMENTO DE PEDIDOS;
- BUSCA RÁPIDA;
- NOVIDADES EM PRIMEIRA MÃO.

E mais canais de venda exclusivos para comprar do seu jeito:



0800 02110 33



(32) 98443-5857



CASACARDAO.COM.BR



REPRESENTANTE

### CONFIANÇA QUE INSPIRA:

Ao 15º Prêmio de Excelência Atacadista Distribuidor, agradecemos a parceria! O reconhecimento nos impulsiona a ir cada vez mais longe.

Acompanhe nossas redes sociais: casacardao casa.cardao

Baixe na  
loja de  
aplicativos  
do seu  
celular!



Grátis para  
Google Play  
Store e App  
Store.

Uma grande variedade de Compressores,  
Motocompressores e Vasos de Pressão.

# MOTOMIL®

• Vasta rede de  
Assistência Técnica,  
Peças de Reposição.

• Vasos  
Certificados  
pelo Inmetro.



UM GRUPO 100% BRASILEIRO

**MOTOMIL** **Elétoplas** **Garthen**

Conheça nosso mix completo  
de produtos em:

[www.gmeg.com.br](http://www.gmeg.com.br)

☎ 47 2103.4150

📷 @gmegoficial

📘 /gmegoficial



## VAREJISTA DA CONSTRUÇÃO: COMO VENDER ONLINE?

O tema de vendas online certamente já estava presente no pensamento de todos os varejistas, mas com o cenário de pandemia causado pelo COVID-19, se tornou essencial para a continuidade dos negócios.

O impacto da crise tem sido grande no setor de varejo de construção, mesmo mantendo as portas abertas por ser considerado na maior parte das cidades como essencial. A Cielo apontou até abril queda de 14,7% (vs o período pré-crise). A falta de oferta online dificulta a retomada já que estudos apontam que menos de 10% das lojas do setor possuem e-commerce. Uma pesquisa da consultoria LEK em abril de 2020 indicou que, quando olhamos materiais para reformas, apenas 13% das

pessoas fizeram já alguma compra online enquanto 87% das pessoas nunca compraram.

Com o objetivo de fortalecer o varejo, listamos aqui 3 caminhos para iniciar as vendas online:

**Redes sociais:** Explorando o WhatsApp, montando uma lista de transmissão com clientes para divulgar seus produtos com fotos, preços e formas de pagamento. Para alavancar essa ferramenta, é importante enviar a essa lista

## Para criar o e-commerce de uma loja online podem ser utilizadas algumas plataformas prontas no mercado

ofertas semanais, criar promoções de frete grátis, vale-presentes e kits de produtos, por exemplo. É interessante também criar uma página da loja no Facebook e Instagram e divulgar entre amigos e clientes, aproveitando o momento para interagir com sua base de clientes físicos, pelas redes sociais.

**Criando uma loja online:** Existem algumas plataformas prontas no mercado para criação do seu e-commerce, exemplos: Olist Shops, Loja Integrada, Nuvemshop, Tray, Plataforma da VTEX. São plataformas onde o varejista terá um domínio próprio, mas que são muito simples de utilizar. O que o varejista precisa fazer nesse caso é a integração online com o ERP da loja, para garantir a fluidez da operação. Além disso, garantir preços competitivos, informar como será realizada a entrega, ter um bom layout da loja e dos produtos (quanto mais imagens e descrição melhor), garantir estoques atualizados, ter boas opções de meios de pagamento e, por fim, divulgar para os clientes a presença no online.

**Utilizando um Marketplace:** Vender online via marketplaces de tráfego, como por exemplo Americanas.com, Mercado Livre, Magazine Luiza, entre outros. Essa ferramenta é muito interessante pela grande quantidade de acessos, o que leva a grande nível de exposição dos produtos e, também, pela credibilidade desses sites, que gera confiança nos novos usuários dessa modalidade de compras.

Porém, para que a venda nesse canal seja efetiva, é necessária a escolha certa do portfólio, com produtos com melhor margem e com preço competitivo frente aos concorrentes, e dimensões adequadas para mandar via correios/transportadoras, já que se o produto for muito grande ou pesado o frete inviabilizará a venda. Além disso, é necessário o entendimento da dinâmica desse tipo de venda, com boas fotos dos produtos e descrição adequada, pois não haverá interação com o consumidor. Também é importante: preparação da operação, garantindo os estoques, embalagens adequadas e forma de envio; preparação financeira, para garantir o pagamento dos marketplaces que ocorrem em

datas fixas; estrutura pós-vendas, para caso seja necessário trocas ou devoluções; além do envio e acompanhamento do pedido até o recebimento pelo cliente.

Para ajudar os varejistas com essas vendas online, o Juntos Somos + criou cinco passos para que, de forma rápida e descomplicada, eles possam se cadastrar e iniciar essas vendas o quanto antes.

- Inserir os dados da loja no link: <http://bit.ly/3avp0HR>.

- Selecionar os top 10 produtos da loja. Disponibilizar para esses produtos a descrição, o preço de venda e a quantidade de estoque disponível.

- Se preparar para o contato das empresas para uma conversa sobre o processo de venda e receber seu login e senha da plataforma de acesso.

- A Juntos Somos Mais e a Olist, com base em sua experiência em varejo, tecnologia e marketplace, vão facilitar a criação dos seus anúncios. Depois disso os produtos já estarão disponíveis em todos os marketplaces do Brasil, via Juntos Somos Mais.

- Acompanhar as vendas no painel. Assegurar as datas de entrada de pedidos e envio dos produtos, para não perder nenhuma venda.

Pronto, com esses cinco passos qualquer varejista de material de construção pode iniciar suas vendas online. Boas vendas!



# SOLUÇÕES PARA O DIA A DIA

A Astra possui um **portfólio variado**, composto por itens voltados para a construção, que vão da fundação da obra ao acabamento, do item técnico ao de decoração.



CONHEÇA O SHOWROOM DA  
ASTRA SEM SAIR DE CASA



# ABC DA CONSTRUÇÃO

## CRSCE 130%

**A** pandemia de Covid-19 afetou os mais diversos setores da economia no mundo todo. Passado o período mais crítico, as empresas que conseguiram se adaptar ao novo normal, com a digitalização dos relacionamentos e dos processos, estão caminhando para a retomada da atividade e do crescimento. No caso da ABC da Construção, uma das principais redes de material de construção do Brasil, esse caminho já havia sido iniciado há alguns anos, o que contribuiu para que, neste momento, a empresa esteja se destacando no mercado, com os novos canais de venda crescendo 130% na pandemia e já representando 71% da companhia. A expectativa é fechar o ano com mais de 100 lojas e receita anual de R\$ 500 milhões e, com o aporte de R\$ 115 milhões de seus sócios, expandir ainda mais.

A ABC opera com empreendedores locais, sejam eles do segmento ou não, com alguns modelos, de franquias a parceiros comerciais, onde o ABC S/A fica responsável pela parte mais pesada do negócio e que requer investimentos vultosos, deixando suas lojas leves mas com o papel importante de construir ecossistemas locais próximos e robustos. “Sempre tivemos o foco em ser uma empresa do segmento de construção com base em inovação e tecnologia - e estamos colhendo frutos do que vimos plantando ao longo de, no mínimo, 5 anos. É gratificante colher os melhores resultados da história em um momento tão difícil como esse e chega a ser emocionante saber que, com esse aporte, poderemos expandir mais ainda nossas operações, podendo ajudar mais algumas centenas de empreendedores locais a procura de soluções sustentáveis nesse novo mundo”, destaca Tiago Mendonça, CEO da ABC da Construção.

Com um modelo de negócio omnichannel, logística e plataforma digital proprietária, e alto investimento em tecnologia, a ABC tem ajudado importantes empreendedores locais a se reinventarem diante das incertezas do cenário

atual. Os parceiros têm acesso a uma solução completa, onde a loja funciona como o centro do ecossistema local da região, permitindo a rápida digitalização de negócios tradicionais. “Não é questão apenas de vender na internet, mas sim digitalizar o On e Offline resolvendo muitas dores do segmento, como gestão de estoques e clientes, logística, perdas, crédito e meios de pagamentos”, completa Mendonça.

Os aportes foram feitos pelos já sócios da companhia, fundos Spectra, Fir Capital, Redpoint eventures e pelos sócios fundadores, e tem como objetivo aceleração do investimento em tecnologia e digital, time, mix de produtos e logística. Como exemplo, o Centro de distribuição, atualmente com 22 mil metros quadrados, será ampliado para 40 de área construída, em um terreno de 120 mil metros quadrados.

O fundo Spectra tem quase R\$ 2 bilhões sob gestão e o sócio fundador Ricardo Kanitz afirma ter total confiança na rede. “Temos mais de 200 empresas no portfólio, e sem dúvida a ABC se destaca na execução do omnichannel, vemos claramente a ação e seus resultados, que não um discurso da moda!”, revela Kanitz.

O Sócio Diretor da Redpoint eventures, fundo com mais de R\$ 1 bilhão sob gestão, Romero Rodrigues, se diz impressionado com o modelo de negócio criado. “A ABC tem o modelo de digitalização muito forte do ecossistema local, a partir de lojas tradicionais. Esses ecossistemas replicados a centenas ou milhares vêm transformando a empresa em um organismo vivo e digital muito poderoso, crescendo rápido com lucratividade e geração de caixa”, completa Rodrigues.

Já para André Emrich, sócio da Fir Capital, fundo de investimento também com mais de R\$ 1 bilhão sob gestão, é importante ver como a empresa é séria e comprometida. “Investimos junto com o Tiago e a família há, praticamente, 10 anos. O comprometimento deles em sempre acom-





Tiago Mendonça, CEO da ABC da Construção desta o foco na inovação e tecnologia aplicados nas 90 lojas localizadas em 70 cidades de Minas, Rio e São Paulo

panhar os aportes e, consequente, dedicação aos negócios e aos sócios é algo bem diferenciado no mercado”, revela Emrich.

Com 60 anos de história 90 lojas em 70 cidades de Minas Gerais, Rio de Janeiro e São Paulo, a ABC da Construção é reconhecida por fornecedores como uma das mais inovadoras do segmento. A empresa faz parte da Endeavor – organização global de empreendedores de alto impacto – há 10 anos e, a partir da troca de experiências com os mais bem sucedidos empreendedores do país e do mundo, começou a transformar sua operação e em 2018, entrou para a Construbrasil o maior grupo de compras do Brasil.

A ABC foi fundada pelo avô de Tiago Moura Mendonça, o Sr. Lúcio Moura (já falecido), que perdeu o pai com 12 anos de idade e se viu obrigado a trabalhar. Ele acabou se tornando vendedor de uma loja de material de construção no Rio de Janeiro, a então, Marcovan (uma das maiores do setor na época). Com o passar dos anos os proprietários dessa rede, reconhecendo o trabalho desenvolvido por Sr. Lúcio, investiram nele, e, possibilitaram-no abrir a primeira loja no interior de Minas Gerais.

“Nossa relação com o segmento se aproxima de um século, e, um dos propósitos que temos é ajudar essas famílias que sempre viveram do MatCom a se prepararem para o novo mundo que está surgindo, e poderem perpetuar seus negócios para as próximas gerações. Nós só existimos, pois,

meu avô teve apoio de empreendedores lá atrás. Por isso, fico muito feliz com o modelo de negócio que criamos, aportando conhecimento, logística, digitalização e escala de uma das maiores redes do Brasil em negócios locais e tradicionais”, explica Tiago.

## **SOBRE A REDPOINT EVENTURES**

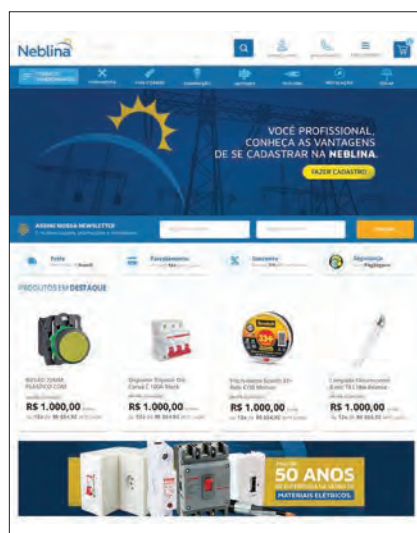
A Redpoint eventures é uma gestora de venture capital que investe em startups da América Latina. A empresa trabalha com empreendedores visionários que usam tecnologia para criar novos mercados e resolver problemas em mercados já existentes. Com uma equipe experiente no mercado local e em parceria com dois fundos do Vale do Silício, nos EUA (e.ventures e Redpoint), a gestora ajuda seus empreendedores a garantir capital, talento e crescimento para que seu negócio tenha mais sucesso, mais rápido. Fundada em 2012, a Redpoint eventures investe nas primeiras rodadas de financiamento das startups (estágios seed, early e growth), gere mais de R\$ 1,2 bilhão e tem mais de 40 empresas em seu portfólio, incluindo Gympass, Rappi, Credits, Minuto Seguros, Resultados Digitais, Olist e Pipefy. Como parte de sua missão de apoiar o ecossistema empreendedor local, são também cofundadores do Cubo ([www.cubo.network](http://www.cubo.network)), o segundo maior hub de inovação do mundo, baseado em São Paulo, onde fica a sede da gestora.

# ELÉTRICA NEBLINA LANÇA E-COMMERCE

A empresa, pertencente ao Grupo Mater, holding que reúne empresas dos segmentos de materiais elétricos, iluminação, automação, instalação, motores, solar, conectividade, EPIs e ferramentas, acaba de lançar o e-Commerce Neblina ([www.neblina.com.br](http://www.neblina.com.br)), seu primeiro canal de vendas on-line para todo o Brasil para atender os mercados da construção civil e da indústria. Voltada inicialmente ao mercado B2C, a novidade tem como foco eletricitistas, arquitetos, decoradores e o próprio consumidor final. São mais de 30 mil itens em estoque, cujas inclusões no e-commerce se darão gradativamente.

As vendas on-line, em crescimento constante em todo o mundo nos últimos anos, se mostraram ainda mais necessárias com a pandemia da Covid-19 e o Grupo Mater, que já encaminhava o projeto da plataforma há mais de um ano, acelerou seu desenvolvimento. O resultado é mais uma opção de atendimento aos clientes de materiais elétricos, automação, iluminação e instalação, que se junta às tradicionais vendas por telefone, externas, drive-thru, delivery e varejo físico nas lojas.

Para tanto, foram designados profissionais dedicados, criando um departamento e segregando espaço físico de estoque, voltado exclusivamente ao e-Commerce Neblina.



Site da Elétrica Neblina que facilita as compras online

A empresa realizou aportes em tecnologia de ponta para a constituição da plataforma digital, que também está integrada a marketplaces conhecidos do mercado.

Qualquer compra realizada no e-Commerce Neblina pode ser entregue em todo o território nacional via Correios e transportadoras. Para São Paulo e Grande São Paulo, também estarão disponíveis entregas rápidas por motoboy e, em breve, a

modalidade ominichannel, pela qual o cliente retira os produtos adquiridos nas lojas físicas. O centro de distribuição, localizado na Capital paulista, conta com sistema WMS (warehouse management system) de gerenciamento de estoque, garantindo vendas e entregas eficientes.

Para Gabriela Sutiro Angelieri, Gerente de Varejo Físico e Digital do Grupo Mater, iniciar as operações do e-Commerce Neblina é estar mais próximo dos clientes, profissionais de serviços e consumidor final: “Temos vantagens inerentes por já atuar em várias frentes de negócios e atendimentos. Só faltava mesmo o formato digital. Agora, temos um serviço ainda mais completo, apoiado por um sistema logístico que permite a rastreabilidade das entregas e relatórios de desempenho para melhoria contínua, além de equipe capacitada e treinada para assistir qualquer tipo de dúvida técnica, provendo informações adequadas para escolha do produto correto para cada aplicação”, comemora.



## LATEM TEM CABINE DE PROTEÇÃO

A Latem – A Casa do Mestre – acaba de instalar, na entrada de sua loja, no bairro da Vila Guilherme, na capital paulista, uma câmara de descontaminação rápida contra o novo coronavírus. Ela vem se juntar às demais ações necessárias, já realizadas pela Latem, como a distância entre as pessoas e o uso do álcool em gel, para que o cliente possa fazer suas compras com ainda mais tranquilidade.

Ao chegar, o cliente passa pelo túnel, instalado pela FTK Cabines, recebendo um jato, que mistura água e desinfetante (ativo somente contra o vírus). Um laudo atesta a eficácia do produto na prevenção da Covid-19. A iniciativa da Latem conta com o apoio da Fortlev, Astra, Atlas, Iquine e Ingco.

“Instalamos a câmara para que o cliente tenha ainda mais segurança nestes tempos de pandemia, indo de encontro à excelência de atendimento que buscamos oferecer a

quem vai até nossa loja. E continuará contando com as demais precauções, como a disponibilização do álcool em gel e o distanciamento”, explica Rafael Ferreira, sócio da Latem.

A Latem traz um novo conceito em loja de material de construção, buscando atender e entender o cliente com profissionalismo e dedicação, transformando sonhos em realidade. Nela, o consumidor conta com os mais diversos itens para construção, reforma, pintura e acabamento, como pisos, ferramentas e utilidades domésticas, entre outros. Mas, mais do que isso, encontra uma experiência de excelência em atendimento e gama de soluções e facilidades, unindo a comodidade de estar no bairro com toda a infraestrutura de um home center.

Latem – A Casa do Mestre  
Rua Galatea, 1620 – Vila Guilherme  
São Paulo (SP)



UTILIZE  
REGULADORES  
PARA GÁS,  
SOMENTE  
CERTIFICADOS



# PAPAIZ

Gas Control

[www.papaizgascontrol.com.br](http://www.papaizgascontrol.com.br)

## ASTRA INVESTE EM TONS DE PRETO

As últimas tendências da arquitetura já mostram que os mixes de cores clássicas com tons de preto trazem lindos resultados à decoração. Comumente, arquitetos e decoradores utilizam a cor preta para conferir luxo e requinte aos espaços. Com isso em mente, a Astra lança dois modelos banheiras de imersão, um monocomando, uma cuba de basalto e acessórios para banheiro para atender aos seus mais exigentes clientes. Feitas de acrílico, as banheiras Paris e Versalhes apresentam um mix de preto no exterior e branco no interior, que faz toda a diferença. Outro charme é seu acabamento brilhante.

Para combinar com a beleza da banheira, a Astra lança também um monocomando de piso fabricado de latão (material altamente resistente) com acabamento preto fosco.



## JAPI LANÇA KITS CUBAS

Acompanhando as tendências dos mercados chamados “Do it Yourself (DIY)”, ou seja, Faça Você Mesmo, a Japi lança uma exclusiva linha de soluções completas de instalação de cuba: os Kit Cubas.

Os produtos contemplam 5 itens para uma fácil instalação, ou seja, não precisam de ferramentas especiais: cuba, torneira, válvula, engate flexível e sifão. São eles: Kit Cuba Ravena (KCUBAR), Kit Cuba Bari (KCUBABR), Kit Cuba Rimini (KCUBARM), Kit Cuba Novara (KCUBANO) e Kit Cuba Veneza (KCUBAV).

O design da cuba e da torneira foi desenvolvido para atender os consumidores mais exigentes, contemplam beleza, sofisticação e modernidade. A composição básica da cuba de apoio é cerâmica. Já a torneira de mesa é de latão cromado, enquanto o engate flexível é composto de nylon.



## ANJO LANÇA NOVOS PRODUTOS

A crise causada pela pandemia com o novo coronavírus fez muitas empresas terem que se reinventar para manter as vendas. A Anjo Tintas, indústria de tintas com sede em Santa Catarina, foi uma delas.

A empresa começou a produzir álcool em gel e líquido para doação a hospitais públicos e diversas instituições brasileiras mas, devido à alta demanda de pedidos para que os produtos fossem disponibilizados para compra, a Anjo começou a produzir o produto em larga escala para vendas.

“Acabamos descobrindo um nicho de mercado que não estava no nosso mapeamento estratégico e acabamos colocando novos produtos no nosso portfólio. Então, a expansão acabou vindo de uma necessidade do mercado. Devido à quantidade de pessoas que pediram o produto, identificamos uma oportunidade de negócio” explica Filipe Colombo, CEO da Anjo Tintas

Após o lançamento do álcool em gel e álcool líquido, a empresa lançou também o álcool em aerosol pensando em disponibilizar de uma forma mais prática aplicação do produto, por exemplo, em compras de supermercado, solas de sapatos e maçaneta do carro.



# AQUI, CADA CLIENTE É IMPORTANTE!

E é por isso que cada negócio é tratado com o devido cuidado.

Na **Center Fertin**, você fará o melhor negócio para sua empresa!



## TRADIÇÃO

Desde 1983 no mercado no ramo de materiais para construção



## PORTFÓLIO

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



## ATENDIMENTO DE QUALIDADE

competente equipe atuando interna e externamente



## ENTREGA PRÓPRIA

realizamos nossas entregas, majoritariamente, com frota própria por motoristas e ajudantes capacitados para isso



## DISTRIBUIDOR OFICIAL TIGRE

Distribuidor oficial Tigre em São Paulo, oferecendo aos nossos clientes serviços exclusivos



# Center Fertin

ATACADISTA E DISTRIBUIDOR



GRANDE SÃO PAULO (11) 3376.8000 | (11) 5515.8000 - OUTRAS LOCALIDADES 0800.722.0808



[www.centerfertin.com.br](http://www.centerfertin.com.br)



[vendas@centerfertin.com.br](mailto:vendas@centerfertin.com.br)



[/Centerfertin](https://www.facebook.com/Centerfertin)

## DURATEX LANÇA MDF QUE RESISTE AO FOGO

A Duratex lançou o MaDeFibra Fire, primeiro MDF do mercado brasileiro que retarda e evita a propagação de chamas. O produto, que ressalta o compromisso da empresa em oferecer ao mercado soluções que atendam aos padrões internacionais de qualidade e segurança, é produzido a partir do eucalipto, com resinas especiais totalmente atóxicas e sem cheiro. Além de segurança, o MDF Fire também oferece mais versatilidade, pois passa a contar com cinco opções de acabamentos que ampliam as possibilidades de aplicação em ambientes corporativos.



A Deca traz para o mercado o exclusivo acionamento de descarga Touchless, mecanismo que combina inovação, tecnologia e praticidade, trazendo um novo conceito de higiene para o banheiro e tornando o acionamento da descarga mais simples, por um mero gesto das mãos.

Para ativar o Deca Touchless basta passar a mão pelo sensor para acionar a descarga de 3 litros ou mantê-la sobre o sensor para acionar a descarga de 6 litros.

O sensor pode ser acionado de uma distância de até 20 cm. Além disso, para maior praticidade, o mecanismo não necessita de ponto de energia, o que evita a necessidade de pequenas obras para instalação. Ele já acompanha quatro pilhas AA com duração média de até cinco anos, que equivale a 40.000 descargas.

## VEDACIT UNIFICA PRODUTOS

A Vedacit apresenta uma mudança importante no posicionamento: a marca única. Cerca de 90% do portfólio passa a ter Vedacit junto à nomenclatura funcional dos produtos. A novidade vem acompanhada da reformulação das embalagens. O destaque para marca Vedacit reforça a identidade e a credibilidade das soluções. A mudança facilita a identificação dos consumidores que visualizarão com mais rapidez a função de cada produto, que fica em destaque logo abaixo da logomarca. Em alguns casos, o nome conhecido atualmente será mantido como submarca, como Vedacit Vedatop e Vedacit Vedapren.

Apenas três exceções mantêm o nome como principal e a marca Vedacit endossando. São produtos tão conhecidos que já viraram praticamente sinônimos das funcionalidades: Bianco, Neutrol e Acquella.

As novas embalagens destacam os atributos de cada produto, função, área de aplicação, características, benefícios, rendimento e estampam com fotos reais o principal uso. O Aplicômetro também ganha destaque na parte da frente, indicando o nível de facilidade da aplicação.





## PURAVITTA 3 EM 1

A Hydra, inova com o lançamento da torneira eletrônica com purificador Puravitta, o primeiro produto 3 em 1 do mercado. Nela, o acesso a água natural, quente e filtrada é possível sem a necessidade de ter um ponto extra de entrada de água e com possibilidade de ajustes de temperatura mesmo durante o uso. A iluminação LED, nas cores verde (fria) e vermelho (quente), indica a temperatura da água, à medida em que é aquecida.

Compacta, ela necessita de apenas um ponto de energia, garantindo uma bancada com leveza estética, praticidade e espaço mais amplo para o uso diário. Com aquecimento da água até 20 °C acima da temperatura ambiente, o preparo de alimentos torna-se mais ágil. Da mesma forma, a limpeza fica mais simples, com maior facilidade na remoção de gordura.

### CONHEÇA OS PRODUTOS DA RADIAL

LINHA DE INTERRUPTORES . TOMADAS . PLUGUES  
SOQUETES . RECEPTÁCULOS . CANALETA . EXTENSÃO  
PROTETOR DE LINHA . PLAFON . SENSORES / RELÉ

[sac@radial.ind.br](mailto:sac@radial.ind.br)

[www.radial.ind.br](http://www.radial.ind.br)

[@radial.ind](https://www.instagram.com/radial.ind)

# RADIAL

**OS MELHORES MATERIAIS  
ELÉTRICOS DO MERCADO!**





## RITMO DA COR

A Sherwin-Williams está anunciando sua Tendência de Cores anual Color-mix®, uma coleção de 40 tons em quatro paletas que celebram o ritmo da cor, o equilíbrio entre rápido e lento, silencioso e expressivo, virtual e físico. O estudo foi projetado para levar a pulsação da cor a qualquer espaço: Santuário, Encontro, Continuidade e Fusão.

“Começamos a contar uma história no ano passado sobre o uso da cor para nos ajudar a nos sentirmos seguros quando estávamos entrando em uma nova década. Agora, continuamos essa jornada interior, explorando o passado, examinando o presente e olhando o que tudo isso significa para o nosso futuro”, disse Patrícia Fecci, gerente de marketing para serviços de Cor & Design da Sherwin-Williams. “O ritmo das cores está examinando onde estivemos para ajudar a informar onde estamos indo e nos ajudar a criar esse ponto central que é tão vital na nossa vida cotidiana e no trabalho agora”.



## LINHA SMARTECK DA STECK

A Steck lançou a linha Smarteck com a proposta de trazer ao mercado de automação residencial um mix mais acessível, interligando materiais elétricos à Internet, e atender uma casa cada vez mais conectada.

A linha contempla soluções inteligentes para iluminação (lâmpadas), segurança (fechadura) e instalações elétricas (interruptores externos e interno e plugue/tomada). Em breve, contará ainda com opções em câmeras e alarmes.

Uma vez conectados, os usuários interagem remotamente com os dispositivos por meio de um aplicativo. O app, totalmente em português, está disponível para download no Google Play e Apple Store para uso nos sistemas Android (Google) e iOS (Apple). “A ideia é descomplicar o dia a dia das pessoas, como por exemplo acender as luzes até o banheiro sem sair da cama, ou carregar menos chaves com a facilidade de uma fechadura eletrônica”, explica Nayara Diniz, gerente de produto da STECK.

## PROLATA FECHA PARCEIRA COM RAFA RESOLVE

A startup Rafa Resolve, que atua no mercado de resíduos da construção civil, é o mais novo entreposto da Prolata, associação sem fins lucrativos criada em 2012 pela cadeia de valor dos fabricantes de latas de aço no Brasil para reciclagem de latas de aço pós-consumo. Até setembro, cinco unidades da Rafa Resolve se tornam entrepostos: duas em São Paulo, nos bairros do Limão e Itaquera; duas em Santo André, nos bairros Campestre e Jardim Ana Maria; e uma em Suzano, no bairro Casa Branca. Com a parceria, a Rafa Resolve passa a segregar, receber e coletar latas de aço pós consumo das revendas de materiais de construção, de construtoras e também de consumidores. Todas as latas de aço são enviadas para a siderúrgica Gerdau, que revaloriza as latas pós-consumo na produção de novo aço. Hoje, os pátios da Rafa Resolve têm entre 3 mil m<sup>2</sup> e 20 mil m<sup>2</sup>, permitindo o recebimento de grandes volumes de obras. Além disso, em cada um desses pátios a startup criou uma estrutura para acolher o pequeno consumidor que queira descartar até uma única lata.





## VIAPOL É REFERÊNCIA NACIONAL

A Viapol, referência nacional no desenvolvimento de soluções técnicas com produtos químicos para construção civil, se destaca com uma enorme gama de produtos disponíveis aos consumidores finais. A empresa busca oferecer produtos cada vez mais específicos para determinadas aplicações, o que permite otimizar os custos e aumentar o desempenho onde é necessário. Como resultado, será mais favorável que as construções tenham as impermeabilizações necessárias para o bom desempenho da obra.

A impermeabilização, é a grande responsável pela durabilidade das estruturas e construções, sejam elas enterradas ou expostas. “Em todas as etapas da obra, a atenção a impermeabilização é necessária. De uma forma geral nos



preocupamos mais com a parte estética, como infiltrações ou perda de água, do que com a durabilidade. Nesse sentido, pode acontecer de as estruturas enterradas serem esquecidas, aumentando a necessidade de manutenções constantes e diminuindo a vida útil de uma edificação”, diz Selmo Soares, Gerente de Inovação e Desenvolvimento da Viapol.

Instagram | YouTube | Facebook /pinceisatlasoficial | [www.pinceisatlas.com.br](http://www.pinceisatlas.com.br)

# ATLAS



Queremos dedicar este agradecimento  
a você lojista e aos nossos milhares de  
clientes que estão sempre ao nosso lado!

15 DE SETEMBRO - DIA DO CLIENTE

MeusPedidos  
ATLAS



ACESSE PELO QR CODE,  
ASSISTA O VIDEO E SAIBA MAIS!

[WWW.MEUSPEDIDOSATLAS.COM.BR](http://WWW.MEUSPEDIDOSATLAS.COM.BR)

# viajando pelo BRASIL

Confira as datas e os locais das principais feiras do segmento

## 2020

### FISP

**23ª Feira Internacional de Segurança e Proteção**

De: 20 a 22 de outubro

[www.fispvirtual.com.br](http://www.fispvirtual.com.br)

Local: São Paulo Expo, SP

### HABITACON

**Feira de Fornecedores para a Construção e Condomínios**

De: 21 a 24 de outubro

[www.feirahabitacon.com.br](http://www.feirahabitacon.com.br)

Local: Curitiba, PR

### ECOENERGY

**Feira e Congresso Internacional de Tecnologias Limpas**

De: 23 a 25 de novembro

[www.feiraecoenergy.com.br](http://www.feiraecoenergy.com.br)

Local: São Paulo Expo, SP

## 2021

### FEICON BATIMAT

**Feira Internacional da Construção**

De: 20 a 23 de abril/2021

Local: São Paulo Expo, SP

[www.feicon.com.br](http://www.feicon.com.br)

### FENAHABITAT

**Feira da Construção e Habitação**

De: 19 a 22 de maio/2021

Local: Parque de Exposições Vila

Germânica, Blumenau, SC

[www.viaapiaeventos.com.br](http://www.viaapiaeventos.com.br)

### FESQUA

**XIII Feira Internacional da Indústria de Esquadrias**

De: 08 a 11 de junho/2021

Local: São Paulo Expo, SP

[www.fesqua.com.br](http://www.fesqua.com.br)

### EXPOSEC

**Feira Internacional de Segurança**

De: 08 a 10 de junho/2021

Local: São Paulo Expo, SP

[www.feiraecoenergy.com.br](http://www.feiraecoenergy.com.br)

### FORMÓBILE

**Feira Internacional da Indústria de Móveis e Madeira**

De: 22 a 25 de junho/2021

Local: São Paulo Expo, SP

[www.formobile.com.br](http://www.formobile.com.br)

### EXPOLUX

**Feira Internacional da Indústria da Iluminação**

De: 05 a 08 de julho/2021

Local: Expo Center Norte, SP

[www.expolux.com.br](http://www.expolux.com.br)

### CONSTRUSUL

**23ª Feira Internacional da Construção**

De: 03 a 06 de agosto/2021

Local: Fiergs, Porto Alegre, RS

[www.feiraconstrusul.com.br](http://www.feiraconstrusul.com.br)

### EXPO CONSTRUÇÕES

**Feira da Construção do Espírito Santo**

De: 03 a 05 de agosto/2021

Local: Centro de Eventos/Serra-ES

[www.expoconstrucoes.com.br](http://www.expoconstrucoes.com.br)

### CONCRETE SHOW

**Feira do Cimento e Concreto para a Construção**

De: 31 de agosto a 03 de setembro/2021

Local: São Paulo Expo, SP

[www.concreteshow.com.br](http://www.concreteshow.com.br)

### FICONS

**XII Feira Internacional de Materiais, Equipamentos e Serviços da Construção**

De: 31 de agosto a 03 de setembro/2021

Local: Centro de Convenções de Pernambuco/Olinda-Recife

[www.ficons.com.br](http://www.ficons.com.br)

## EXPOSEC FICOU PARA 2021

Em virtude do momento ainda adverso pelos números em evolução da pandemia de Covid-19 em todo o país, a Cipa Fiera Milano e a ABESE - Associação Brasileira das Empresas de Sistemas Eletrônicos de Segurança, organizadoras da EXPOSEC, decidiram, em conjunto, transferir para 8 a 10 de junho de 2021 a 23ª edição da maior feira de segurança na América Latina. Anteriormente, o evento estava programado para acontecer de 23 a 25 de novembro, no São Paulo Expo. “Colocar a saúde, o bem-estar e a segurança de expositores, visitantes, fornecedores, prestadores de serviços, colaboradores e de toda a sociedade civil é para nós um compromisso de fundamental importância. Some-se a isso a insegurança provocada pela volatilidade da economia, premissa com a qual também nos solidarizamos”, afirma Rimanta Sipas, diretor comercial da Cipa Fiera Milano.

### Exposec - 23ª Feira Internacional de Segurança

Data: 08 a 10 de junho de 2021

Horário: 13h às 20h

Local: São Paulo Expo

Exhibition & Convention Center

Rodovia dos Imigrantes, Km 1,5

São Paulo/SP

[www.exposec.com.br](http://www.exposec.com.br)

# PROTEÇÃO PARA VOCÊ E SEUS CLIENTES SAÍREM NO LUCRO.

A Marluvas, por exemplo, é a marca mais lembrada no mercado quando o assunto é proteção, e os seus produtos garantem conforto e durabilidade aos clientes e faturamento a você.

Você sabia que 70% das decisões de compra são no ponto de venda? Por isso, é fundamental ter nas suas gôndolas produtos atrativos de verdade.

— 1º LUGAR —

TOP  
OF  
MIND  
PROTEÇÃO  
2020



Além de preço competitivo e produtos com garantia de marca, a Marluvas fornece um mix completo e gratuito de materiais de merchandising, embalagens adequadas para exposição dos produtos, capacitação técnica para a equipe de vendas e muito mais.

A Marluvas  
agora é

 **JUNTOS  
SOMOS+**

Conheça em [juntossomosmais.com.br](http://juntossomosmais.com.br) e fature prêmios.

## SEJA UM REVENDEDOR

0300 788 3323

[faleconosco@marluvas.com.br](mailto:faleconosco@marluvas.com.br)



[marluvas.com.br](http://marluvas.com.br)

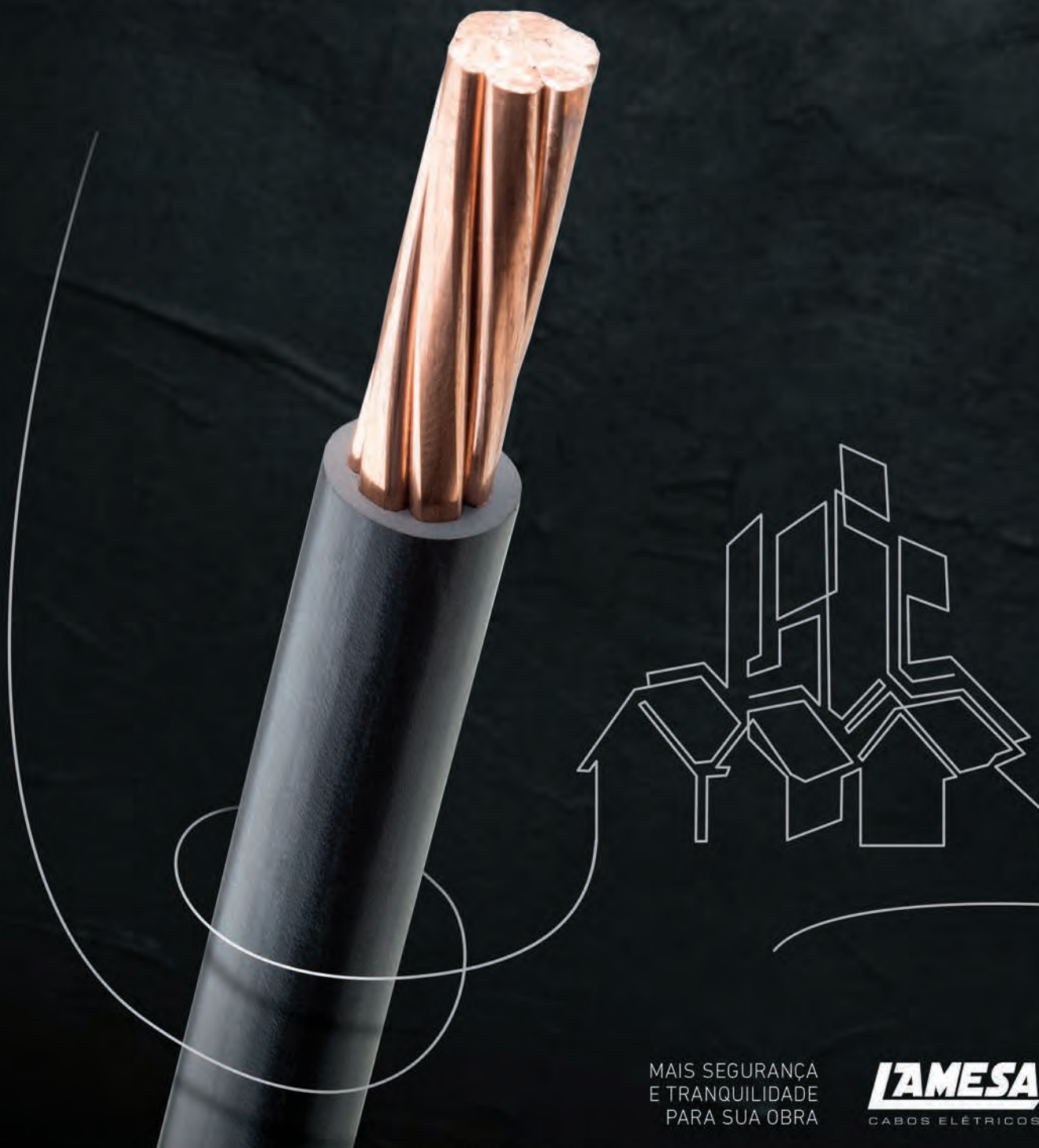


ASSOC 2020  
PILAELEFIA



**MARLUVAS**  
EQUIPAMENTOS PROFISSIONAIS

QUEM COMPARA  
QUALIDADE  
**SEMPRE PEDE  
LAMESA.**



MAIS SEGURANÇA  
E TRANQUILIDADE  
PARA SUA OBRA

**LAMESA**  
CABOS ELÉTRICOS