

# REVENDA<sup>360°</sup>

ED. 384 | SET 2022 | ANO XXXIV

www.gruporevenda.com.br

construção



## 17º PRÊMIO EXCELÊNCIA ATAÇADISTA DISTRIBUIDOR

CONHEÇA OS MAIS VOTADOS DE 2022

### ITENS PARA COZINHA

OS ESPAÇOS ESTÃO CADA VEZ  
MENORES, E OS FABRICANTES  
INVESTEM EM DESIGN E  
TECNOLOGIA

### PRODUTOS ECOLÓGICOS

COMO A INDÚSTRIA OLHA  
PARA O FUTURO DO PLANETA

### FICONS

PERNAMBUCO ABRE AS PORTAS  
PARA BONS NEGÓCIOS NA  
CONSTRUÇÃO CIVIL

E MAIS: COPA DO MUNDO • MULHERES NA CONSTRUÇÃO • FEIRA INTERMACH

# Mundial Prime



Para pequenas ou grandes reformas e construções, escolha as soluções da Mundial Prime.

Mais praticidade na sua obra!



saiba mais

mundialprime  
 mundialprime.com.br

GRUPO  
**REVENDA**

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

DIRETORIA  
**José Marcello N. V. de Andrade**  
marcello@revenda.com.br  
**José Wilson N. V. de Andrade**  
wilson@revenda.com.br

DIRETOR EDITORIAL  
**Roberto Ferreira**  
roberto@revenda.com.br

REPÓRTER  
**Clayton Gallo**  
claytongallo@gmail.com

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

GERENTES DE CONTAS  
**Jéssica Santos**  
jessica.santos@revenda.com.br  
(11) 97197-8025

**Mileni Alexandre**  
mileni.alexandre@revenda.com.br  
(11) 94632-2021

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

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

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

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

ADMINISTRATIVO  
**Mislene Fernandes**  
mislene@revenda.com.br

TECNOLOGIA  
**Carlos Contucci**  
carlos@revenda.com.br

DEPARTAMENTO JURÍDICO  
**Dr. José Paulo Palo Prado**

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

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

**(11) 5990.1598**

Brooklin - CEP 04575-060 - São Paulo - SP

**REVENDA**  
construção

Edição 384 | SET 2022

Tiragem: 60.000 exemplares

é uma publicação da Quinta Essência Editora, enviada mensalmente a executivos, proprietários, compradores, gerentes e encarregados das principais lojas de material de construção, material elétrico, material para pintura e atacadistas que trabalham com construção, responsáveis por 85% do volume de vendas do nosso setor. Opiniões e conceitos emitidos pelos colonistas 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.

CARTA DO EDITOR

## OS BONS NÚMEROS E A ECOLOGIA

Números divulgados no final do primeiro semestre mostraram que o nosso mercado está aquecido, como mostra estudo da Câmara Brasileira da Indústria da Construção (Cbic). 2022 começou com uma estimativa de crescimento de 2%, que passou para 2,5% em abril e 3,5% em julho. O segmento fechou o primeiro semestre de 2022 com 51,6 pontos, sendo que 50 pontos é a referência para indicar crescimento ou retração de alguma vertical da economia nacional.

Os índices do mercado de construção civil estão crescendo, então é uma boa hora para a indústria brasileira pensar em grandes investimentos. Essa é uma forma de gerar ainda mais fluxo, tanto em diversidades de segmentos quanto em oportunidades de emprego. Crescimento é importante, mas não podemos esquecer da sustentabilidade. E, para mostrar que a indústria da construção civil se preocupa com o meio ambiente, ouvimos algumas empresas que têm como meta fabricar produtos cada vez mais sustentáveis e ecológicos.

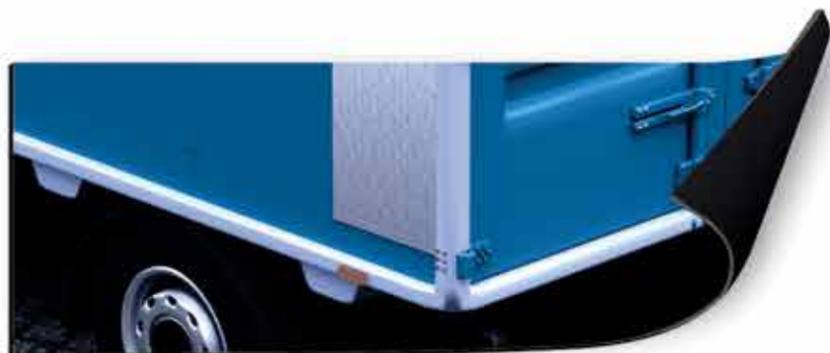
As tendências geradas pelo mercado visam ampliar conceitos e integrar princípios mais sustentáveis ao mercado, já que a proteção ao meio ambiente é uma das principais prioridades para 2022. E esse é um movimento bastante impulsionado pelos consumidores: o relatório "A Ascensão da Mídia Sustentável", divulgado pela Dentsu International e pela Microsoft Advertising, revela que 91% dos entrevistados esperam que as empresas sejam mais transparentes e deem exemplo divulgando suas ações positivas. Assim, a aplicação de novas tecnologias e a prática da sustentabilidade são opções vantajosas para se apostar.

Além disso, é importante que o material de divulgação das empresas de construção civil destaque práticas sustentáveis adotadas em todos os âmbitos, como economia de energia, menos uso de papel, opção por materiais recicláveis etc.

De acordo com a Confederação Nacional da Indústria (CNI), os índices quantitativos de atividades e de empregados da indústria de construção alcançaram o maior nível para o primeiro quadrimestre em dez anos. O nível de atividade fechou abril deste ano em 50,1 pontos, mesmo apresentando um recuo de 1,2 ponto em relação a março. Esse índice não alcançava a margem de 50 pontos no mês de abril desde 2012, o que indica crescimento no nível de atividades. A expectativa em torno da construção civil para o decorrer deste ano continua sendo de um bom cenário. Apesar dos desafios que o ano de 2022 traz, é essencial se aprimorar para seguir competitivo, utilizando todos os recursos disponíveis da melhor forma possível.

Boa leitura!

**Roberto Ferreira**



Reparos em carrocerias de caminhões e furgões



Reparos em dutos de ar

# DENVERFITA

REPARO RÁPIDO!  
FÁCIL APLICAÇÃO!

Adere em vários tipos de superfícies.



Comprimento 10 m  
DISPONÍVEL NAS LARGURAS:  
5 | 10 | 15 | 20 | 30 | 45 | 90 cm

Para melhor aderência em superfícies porosas é recomendado o uso do DENVERFITA PRIMER ACQUA



Vedação de goteiras em telhas de fibrocimento e parafusos de fixação



Vedação de calhas, rufos e telhas metálicas

ACESSE O CERTIFICADO



PRODUTOS CERTIFICADOS, QUALIDADE E EFICIÊNCIA GARANTIDAS!

IBELQ | INSTITUTO BELTRAME DA QUALIDADE, PESQUISA E CERTIFICAÇÃO



soprema.com.br



DENVER IMPER AGORA É SOPREMA

Imagens meramente ilustrativas



### 22 ITENS PARA COZINHA

O design está presente nos novos produtos. Mas a indústria não abre mão da eficiência

### 12 17º PRÊMIO EXCELÊNCIA ATACADISTA DISTRIBUIDOR

Pesquisa indicou os 54 atacadistas mais votados. Veja, em ordem alfabética, quem são.

### 14 ESPECIAL

Lojas de pequeno porte contam suas experiências e vantagens de trabalhar com atacadistas distribuidores

### 70 FUTEBOL

Publicamos a tabela completa dos jogos da Copa do Mundo do Catar para você poder acompanhar. E torcer pelo Brasil

### 72 PEDREIROS

Construtora incentiva a leitura dos seus pedreiros com biblioteca no canteiro de obras

### 74 CIMENTO

A indústria comemora os números do terceiro trimestre e projeta bom crescimento das vendas

### 76 FICONS

Depois da pandemia, a maior feira do Nordeste mostrou sua importância para o segmento

### 82 ARTIGO TABATA BANDOLIN

Importantes dicas para melhorar a experiência do cliente

### 84 INTERMACH

Feira realizada em Joinville, SC, teve recorde de público e negócios gerados

### 86 CAPACITAÇÃO

Empresas promovem treinamento só para mulheres. E a Saint-Gobain é uma delas

### 87 PAINEL

O que foi destaque no mercado da construção civil

### 89 SUA LOJA

Disensa recebe prêmio por Feirão de Negócios

### 90 AGENDA

### 38 PRODUTOS ECOLÓGICOS I

O planeta pede socorro e a indústria de materiais para a construção está fazendo a sua parte com produtos cada vez mais sustentáveis

### 59 PRODUTOS ECOLÓGICOS II

A participação dos revendedores é muito importante para que o planeta continue verde e sustentável. E o relacionamento indústria x varejo é fundamental



## O Grupo Perlex completará 60 anos de história!

E para comemorar vamos sortear uma Rollerplug!  
Isso mesmo! Acesse nossas mídias sociais e saiba como participar

**60**  
anos



## Condutele para piso





## CONEXÕES QUETRANS FORMAM



Um evento para o  
setor da construção  
civil sobre tecnologia  
e sustentabilidade.

Não perca essa oportunidade, venha  
fazer parte desse grande evento.

**19 DE OUTUBRO**

Das 8h às 20h

**WTC GOLDEN HALL**

São Paulo

**EVENTO HÍBRIDO**

On-line e presencial

Mais informações em:

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



Parceiro da  
Construção



ArcelorMittal



SAINT-GOBAIN



**Tecnologia e precisão** para medições, instalações e reparos **profissionais!**



**INSTRUMENTOS DE MEDIÇÃO**



Sempre utilize equipamentos de proteção individual VONDER

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

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



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

[/vonderferramentas](#)

É bom trabalhar com

**vonder**®

*criteriosos ensaios técnicos para resultados sempre precisos! A escolha é sua e a qualidade é VONDER!*



# 17º PRÊMIO EXCELÊNCIA ATACADISTA DISTRIBUIDOR

## ABASTECENDO O BRASIL

A pesquisa totalmente on-line realizada pela revista Revista Construção apontou os 54 atacadistas distribuidores de materiais de construção mais votados pela indústria e pelo varejo.

A função básica “comprar bem para revender melhor ainda” ficou numa outra dimensão por conta do desempenho destes importantes players do nosso mercado que, diariamente, levam produtos em seus milhares de caminhões em todos os cantos do Brasil.

A opinião, tanto da indústria quanto do varejo, é unânime: os atacadistas distribuidores são, em grande parte, responsáveis pelo aquecimento do mercado de material de construção. Responsável por levar, a mais de 100 mil lojas pequenas e médias, nos mais remotos cantos do Brasil, produtos para abastecer as lojas de materiais de construção, este segmento é fundamental para que a indústria consiga escoar sua produção. E, de quebra, deixar os fabricantes otimistas quanto aos resultados econômicos nesse final de ano.

Em 2021, o faturamento bruto do comércio varejista de materiais de construção atingiu a cifra de R\$ 209,071 bilhões, estimativamente. Esse valor marca uma recuperação de 24,4% em termos nominais frente aos dados de 2020, quando o setor faturou R\$ 168,092 bilhões.

Resumindo: os caminhões dos nossos queridos atacadistas distribuidores não transportam apenas produtos. Eles levam bons números de vendas e esperança para os brasileiros.

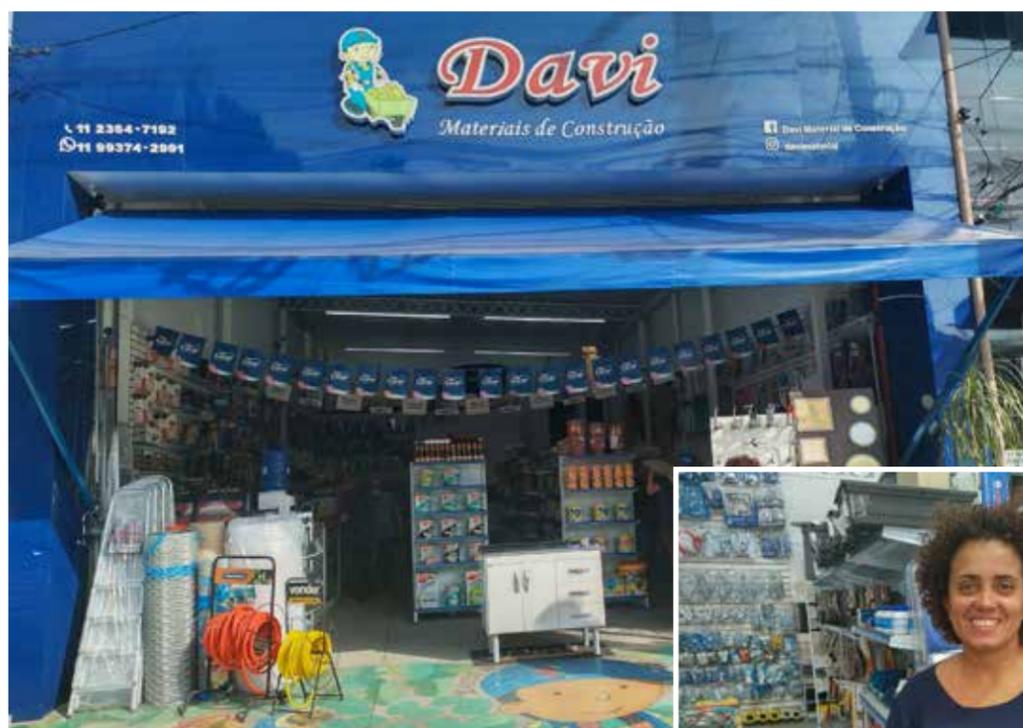
EIS OS 54 ATACADISTAS DISTRIBUIDORES MAIS VOTADOS, EM ORDEM ALFABÉTICA, ESTE ANO:

ABREU E SILVA DISTRIBUIDOR	FUZIL
ALMEIDA DISTRIBUIDOR	IDB ATACADISTA
ASES DISTRIBUIDORA	KING OURO
BARTOFIL DISTRIBUIDORA	KOEP ATACADISTA
BONASOLDI DISTRIBUIDORA	LOJA ELÉTRICA
CARDÃO RIO	MAGIA DISTRIBUIDORA
CASA CARDÃO	MAREST/GIROBEM
CASA DO LOJISTA	MARTINS
CCR DISTRIBUIDORA	MASS DISTRIBUIDORA
CENTER FERTIN	MÉCARI DISTRIBUIDORA
COELHO DISTRIBUIDORA	MERCANTE DISTRIBUIDORA
COFEMA ATACADISTA	META ATACADISTA
COFEOS	MUNDIAL ATACADISTA
COMERCIAL MAIA	NAVAS DISTRIBUIÇÃO
CONDOR ATACADISTA	NOVA CASA
CONSTRUJÁ	NOVA LOUZADA
DEPECIL DISTRIBUIDORA	OBRAMAX
DIFERPAN DISTRIBUIDORA	ORION
DIMACOL/GRUPO VALDIR SARAIVA	ÓTIMA ATACADO
DIME DISTRIBUIDORA	OVD
DISTAC DISTRIBUIDORA	PARCEIRÃO ATACADISTA
DISTRIBUIDORA LOPES	REI DA FERRAGEM
DISTRIBUIDORA NACIONAL	REPOR ATACADISTA
ELETOLESTE/MEGALESTE/MATEUBRÁS	ROFE DISTRIBUIDORA
FERA ATACADO/RACUIA ATACADISTA	STOKY DISTRIBUIDORA
FERRAGENS NEGRÃO	TAMBASA ATACADISTA
	TERUYA ATACADISTA
	THIBABEM DISTRIBUIDORA



# O ESTOQUE É POR NOSSA CONTA

POR CLAYTON GALLO



**Kerilene Vellasco,**  
gerente da Davi  
Materiais de  
Construção



**A**s lojas de materiais de construção fornecem produtos para tudo o que é necessário para uma obra. É onde as pessoas procuram desde cimento, areia e pedra, peças para instalações hidráulicas e elétricas, até que chega a hora de finalizar a obra, quando os produtos de acabamento e decoração são necessários para tudo ficar bonito e funcional. E as pequenas e médias lojas de materiais de construção contam com grandes aliados: os atacadistas distribuidores.

As pequenas reformas, por necessidade ou por opção, movimentam as lojas de pequeno e médio portes, que procuram ter uma variedade de produtos para atender os pedidos dos clientes, mesmo sem espaço físico para manter grandes estoques, com produtos para retirada na hora da compra ou com entrega programada para o menor prazo possível. Muitas vezes, a

indústria precisa de um pedido grande para entregar produtos com um preço competitivo para o varejo e isso poderia ser um impeditivo para as lojas menores, localizadas nos bairros e próximas ao consumidor final, oferecerem diversidade de itens aos clientes.

É neste ponto que entram os atacadistas distribuidores de material de construção, que contam com grandes espaços, o que permite maiores estoques, variedade de itens e rapidez nas entregas de tudo o que as lojas de bairro precisam, numa espécie de ponte entre a indús-

tria e o comércio direto ao consumidor, que não está próximo de um home center e precisa de itens para planejar e realizar a sua obra com rapidez na entrega dos produtos solicitados, com a praticidade de, caso falte algum produto, estar perto da loja onde comprou os materiais que estão sendo usados. Ninguém fica sem atendimento, não falta produto na loja e toda a cadeia de negócios fica satisfeita, com a vantagem de ter o cliente final bem atendido em suas necessidades.

Com o lançamento de grandes empreendimentos na região do Butantã, na zona oeste de São Paulo, as lojas mais próximas contam com expectativa de boas vendas, já que a finalização dos novos imóveis costuma ser feita pelos moradores que pegam suas chaves com a construtora. Ao mesmo tempo, os moradores da região não querem seus imóveis com visual parecendo velho, justamente para evitar o contraste com as novidades por perto.

Inaugurada em 2017, a Davi Materiais de Construção, localizada na Av. Corifeu de Azevedo Marques, 1387, no Butantã, é uma loja de médio porte e tem um movimento interessante de clientes, com jovens, mulheres, idosos, muitos moradores próximos e tradicionais no bairro, que fazem uma rápida parada porque precisam de algo, como uma resistência de chuveiro, por exemplo, mas que acabam “trocando uma ideia” sobre diferentes assuntos. Curiosamente, muitos dos clientes gostam de ser atendidos pela gerente da loja, Kerilene Vellasco, pois é com ela que recebem informações detalhadas de produtos, dicas de instalação, a necessidade de acessórios para finalização, enquanto circulam pela loja “dando uma olhadinha”, além de aproveitar para beber água ou um delicioso café, logo na entrada da loja.

É justamente Kerilene, na empresa há 7 anos e atual gerente da loja, quem nos recebe para uma simpática entrevista. É ela quem conhece praticamente todos os produtos da loja e também costuma fazer treinamentos para informar os novos funcionários sobre as funções e os benefícios dos produtos. As novidades que ainda não chegaram na loja são focos de pesquisa da gerente, que procura explorar as informações em detalhes, para estar por dentro de tudo o que está chegando ao mercado. “Tem produto que o cliente vê na internet e vem procurar na loja, mas ainda não está dis-

ponível para venda. Eu já anoto o nome, pesquiso, vou atrás de saber tudo, para poder conhecer, descobrir se é algum produto que outros clientes irão procurar. Fico por dentro de tudo, pois é assim que vou conseguir atender e manter o cliente sempre que ele precisar de algo”, comenta. Outro destaque é saber onde estão todos os itens logo que o cliente informa sua necessidade. “Atendimento ao cliente é um dos pontos fortes da loja, inclusive dou dicas para que não falte nada durante a obra e que o comprador não tinha pensado ou não sabia que iria precisar”, destaca, com um sorriso no rosto, comemorando o bom atendimento que ela e outros funcionários oferecem a quem entra na loja.

Alguns itens têm uma saída maior na loja e é preciso ter atenção ao estoque para que o cliente encontre tudo o que precisar, sem perder a viagem. “A frequência de orçamentos junto aos atacadistas e compras de produtos tem variado entre uma semana, quinze dias ou períodos em que os pedidos são feitos apenas uma vez por mês. Mas a expectativa é que o volume de vendas mantenha-se sempre em crescimento, principalmente quando o fim do ano se aproxima e é normal as pessoas arrumarem suas casas”, diz Kerilene.

Os produtos que mais vendem na Davi Materiais de Construção e que geram mais pedidos aos atacadistas distribuidores, segundo a gerente, “são areia, cimento, pedra, lona, filtros de barro, máscaras e itens para proteção individual, tudo o que é necessário para uma obra, inclusive alguns itens para finalização, com destaque para tintas, pois as pessoas sempre querem deixar a casa bonita”.

E não é fácil de encontrar os melhores valores no mercado. “Fazemos vários orçamentos dos mesmos itens, pois sabemos que os atacadistas têm os mesmos produtos. Fazemos a comparação de preços e os pedidos com os melhores valores são solicitados nos diferentes fornecedores”, comenta. Com relação aos prazos de entrega, Kerilene afirma que “a loja vai em busca de se informar quanto tempo os atacadistas vão levar para fazer a entrega e, assim, consegue seguir um planejamento para manter variedade de produtos para a venda direta ao consumidor. Normalmente, procuramos atacadistas que entregam de um dia para o outro”, destaca.



A Bianco Materiais prefere trabalhar com estoque pequeno

E por falar em deixar o cliente satisfeito, a Davi consegue fazer entregas no mesmo dia que o cliente faz o pedido, levando em conta sempre o horário de funcionamento da loja (das 8h às 18h30), pois há limitações de trânsito e o carro pode não estar disponível, pois entregas em diferentes endereços são feitas em uma única saída. “O normal é oferecer um prazo de 24 horas após o pedido e tentamos agendar a entrega, sempre enviando mensagem para informar se o pedido já saiu da loja e que está a caminho” destaca.

Neste momento, chegou um pedido com entrega programada para o mesmo dia na casa do cliente. O carro parou na porta da loja e todos os funcionários ajudaram a transportar cimento, areia, pedras, entre outros itens, inclusive Kerilene, que pediu alguns minutos para a reportagem da revista Revenda Construção, para que pudesse agilizar a saída do carro para a nova entrega.

Assim que liberou o pedido, a gerente destacou que “algumas indústrias não vendem diretamente para lojas de médio ou pequeno porte. Há dificuldade na hora de fazer o cadastro, pois pedem um pedido com volume maior do que precisamos. Como aqui é loja de médio porte, não podemos fazer pedidos grandes, como uma Leroy, por exemplo”. Mesmo assim, Kerilene afirma que seria mais vantagem comprar da indústria, caso os volumes permitissem. “Realmente, há alguns itens que não conseguimos comprar diretamente do fabricante, até pela parceria que a indústria tem com os atacadistas”, afirma.

O maior volume de vendas está no segmento de pintura, com tintas ocupando o primeiro lugar, até porque a região do Butantã está com novos empreendimentos imobiliários, muitos são prédios residenciais. “Como as pessoas precisam fazer o acabamento, temos aumento de vendas de diferentes itens sempre que uma obra é entregue. E nosso movimento tende a crescer, mas o que mais vendemos são tintas”, destaca a gerente.

Atualmente, os principais fornecedores são Construjá, Mega Leste, Sooper (que é um fornecedor novo). Antes de encerrar a entrevista, Kerilene faz um pedido a todos os Atacadistas de material de construção: “Sabemos que tem a inflação, mas quero muito que os atacadistas abaiquem os preços. Mas é para baixar mesmo, pois alguns produtos estão custando até 3 vezes mais do que custava dois anos atrás!”, encerra.

#### BIANCO MATERIAIS - AVENIDA RIO PEQUENO

Um pouco mais afastada do centro, no início da Avenida Rio Pequeno (número 366), a Bianco Materiais também conta com atacadistas distribuidores para manter o estoque da loja em ordem e, claro, sempre oferecer variedade de produtos, com uma área exclusiva para pisos e revestimentos, mas com opções de produtos, desde materiais básicos até detalhes para o acabamento.



## SMART DAY 2022 FOI UM GRANDE SUCESSO!

Depois de algumas edições virtuais, reunimos nossos filiados presencialmente no maior encontro de redes do Brasil.

Foram 2 dias de **interações comerciais, palestras exclusivas** e a presença de **grandes parceiros**.

Os filiados **Smart Campo & Construção** puderam ver de perto todas as novidades no stand **Marcas Martins Martcon**, desde tinta spray, lâmpadas, acessórios para pintura até itens da linha de jardinagem. Além de novas soluções para esse segmento.

Nosso fornecedor **Metalúrgica Amapá** também marcou presença em um stand cheio de novidades e excelentes negócios para os filiados.



### CONFIRA ALGUNS FILIADOS SMART CAMPO & CONSTRUÇÃO QUE MARCARAM PRESENÇA.



**Ocimone Alves Martins e Glauco Henrique Ferreira**  
Loja Casa Nova, Tupaciguara/MG  
Loja Comercial Ferreira e Irmãos, Poço Fundo/MG

**Weibber Valverde dos Santos Aleixo**  
Loja Bahia Materiais de Construção,  
Nossa Senhora do Socorro/SE

NOS VEMOS NO SMART DAY 2023, O MAIOR ENCONTRO DE REDES DO BRASIL!



FIQUE POR DENTRO DAS NOVIDADES SMART CAMPO E CONSTRUÇÃO.

(34) 98413-6998 @smartcampeconstrucao  
(34) 99206-4834

**ConstruLéo tem carro próprio para agilizar a entrega**



Priorizando o bom atendimento, a equipe se dobra para deixar o cliente satisfeito e com a rapidez de quem entende muito sobre os produtos que está vendendo.

Um levantamento de produtos é feito com frequência e os itens que estão com estoque baixo vão para a lista de compras. Mas, antes, é feito um cuidadoso processo de licitação junto aos atacadistas distribuidores. Os melhores preços aliados aos prazos ganham a concorrência e a Bianco realiza a compra, muitas vezes, em fornecedores diferentes, para oferecer aos consumidores os melhores preços e a satisfação garantida.

Comprar diretamente da indústria nem sempre é uma opção, porém, uma parceria com a Amanco permite que os produtos sejam negociados diretamente com o fabricante, com bons prazos e valores competitivos. Porém, a grande maioria dos itens disponíveis é fornecida pelos parceiros atacadistas, com destaque para a frequência de negócios com a ConstruJá, Tambory, Sooper e, recentemente, iniciaram a parceria com uma nova empresa, chamada Oico. Todos os parceiros costumam entregar as compras de um dia para o outro, cumprindo sempre o que foi acertado com a Bianco Materiais, respeitando prazos, fazendo com que os produtos estejam disponíveis para os clientes diversificados, para reformas, ajustes ou pequenas obras.

Além dos prazos, a equipe da Bianco faz outro destaque: não precisar ter grandes estoques no local, pois os atacadistas parceiros entregam tudo rapidamente e, com isso, a loja consegue oferecer um curto período de espera entre a compra de itens e sua entrega diretamente para o cliente final.

#### **CONSTRULÉO - LOJA DE BAIRRO, EM NOVO OSASCO**

Já em Osasco, na região metropolitana de São Paulo, os consumidores que precisam de itens para uma obra podem contar com a Construléo – A Loja da Construção, que fica na rua João Carlos Munhoz Vaqueiro, 526, no Jd. Novo Osasco, bairro que fica na divisa com o extremo oeste da capital paulista. Com uma diversidade de produtos que surpreende e conquista clientes, com atenção dos vendedores, que apresentam um bom conhecimento sobre os produtos, bem como quais itens estão disponíveis para pronta entrega ou sob encomenda.

O movimento na loja não para e muitos consumidores dão apenas uma paradinha para olhar, mas acabam “descobrimo” que precisam de algo que viram na loja, que tem disponível areia, pedra, tijolos, hidráulica, tintas, itens para jardim, ferramentas, ferragens, entre outros, até produtos usados no acabamento, como tin-

tas, pisos, acessórios para diferentes tipos de instalação, além de produtos para decoração.

Para manter variedade e disponibilidade de produtos, a Construléo aproveita da tecnologia para agilizar suas compras junto aos atacadistas distribuidores. “Compramos através do e-commerce e do whatsapp, que faz com que tudo seja bem rápido quando vamos fazer orçamentos em busca dos melhores preços”, destaca Leonardo Navarro da Silva, proprietário da Construléo.

E quem poderia pensar que uma loja de bairro não tem este ou aquele produto, o proprietário informa que sempre consegue atender os clientes, justamente pela parceria de negócios com os atacadistas. “O maior benefício é com relação ao estoque, que, muitas vezes, poderíamos perder vendas, por não ter volume para um determinado pedido. E também por não ser necessária a compra de grande volume de um item, que, muitas vezes, não tem alto giro”, acrescenta.

Além disso, a Construléo destaca outro diferencial, caso não tenha algum produto procurado por um cliente. “Os prazos são cumpridos pelos atacadistas quando combinada a entrega. Mas, normalmente, opto pela retirada”, comenta. Ele também informa que “compra frequentemente dos parceiros Casa do Lojista, Cristal e ConstruJá. Normalmente, compramos uma vez por mês. Mas também fazemos compra quando precisamos de um produto específico para atender a necessidade de um cliente”, acrescenta Leonardo, mostrando que o cliente pode contar com a Construléo sempre que precisar de algo para obra, acabamento e decoração.

A entrega de produtos pesados é feita por carro próprio e o prazo oferecido é de um dia útil, fazendo com que o planejamento da obra não sofra atrasos, com tudo disponível para que os profissionais responsáveis possam dar andamento aos trabalhos e o cliente da Construléo continue satisfeito retorne à loja devido ao bom atendimento que recebeu.



# ACQUABIOS®

## PURIFICADOR DE ÁGUA GELADA



Veja mais sobre este lançamento.

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

ACQUABIOS

Opções de tamanho para pias:  
120 / 140 / 150 / 160 / 180 / 200cm

# TENHA EM SUA LOJA O MELHOR GABINETE EM AÇO DO BRASIL.

## PRATELEIRAS MAIS AMPLAS

Melhor aproveitamento interno  
com mais profundidade e acessibilidade

## PUXADORES EM PERFIL DE ALUMÍNIO

O mesmo utilizado em  
móveis planejados



180cm

## Gabinete **GAIA**



150cm

## DIFERENCIAIS

- Dobradiças com amortecimento
- Porta condimentos em aço
- Corrediças telescópicas
- Pés com regulagem
- Estrutura reforçada
- Divisor de talheres
- Pés em alumínio

**5** anos de  
garantia!  
AÇO eletrogalvanizado

CONHEÇA TODOS OS  
**PRODUTOS &  
DIFERENCIAIS**  
PENSADOS PARA SUA LOJA.



Cozinhas | Banheiros | Lavanderias | Cubas | Nichos

| É Cozimax, pode levar. |

 **cozimax**



## PEQUENAS NOTÁVEIS

Os ambientes das casas estão ficando cada vez mais minimalistas. E pequenos...

Lançamentos residenciais nas grandes cidades estão com áreas úteis menores, principalmente as cozinhas, que tendem a ter móveis e acessórios funcionais.

Cozinhas pequenas podem ser um desafio por conta da restrição do espaço, mas, com o planejamento certo e dicas valiosas, isso pode mudar totalmente.

Foi-se o tempo em que a cozinha era o centro da casa, onde a família se reunia para confraternizar.

E as indústrias estão atentas, fabricando produtos compatíveis com o novo momento, mas sem deixar de se preocupar com o design e o desempenho.

Confira:

### ACQUABIOS

A principal aposta da empresa para o segmento é o Purificador de Água Gelada. Segundo a diretora da empresa Daiane Panazzolo, "o design moderno e sofisticado, aliado à qualidade e eficiência, são as promessas dessa nova linha de purificadores. Classe A de filtração, refil bacteriológico e alcalino, possui iluminação da saída de água, permitindo visibilidade quando utilizado à noite", diz.

Como principais características, destacam-se: saída de água com iluminação, retenção de partículas classe A, refil bacteriológico e alcalino (responsável por elevar o PH da água e o teor de cloro). e reduzir p teor de cloro. Purificador de Água Gelada. Filtra, purifica e elimina bactérias e metais pesados, remove impurezas e preserva os sais minerais. Possui refil troca fácil, basta girar e trocar, além de LED indicativo de aviso para troca do refil.

"Os nossos filtros de caixa d'água são recomendados para uso logo após o hidrômetro, junto ao cavalete, antes da caixa d'água ou no seu interior, antes da boia. Também pode ser instalado como pré-filtro, em equipamentos que utilizem água em seus processos. As opções disponíveis de filtros, lembrando que temos opções de elementos filtrantes de acordo com a necessidade do cliente", complementa Daiane.

A empresa dá todo o suporte necessário aos lojistas com materiais de ponto de venda, expositores personalizados para melhor visibilidade do produto e todo o material necessário para o desenvolvimento de ações promocionais.

### A.J. RORATO

O lançamento da empresa este ano foi o Armário para Cozinha Valenza. Com design elegante, os armários da Linha Valenza aliam beleza e qualidade. Possuem gavetas e portas embutidas, com laterais de espessura maior, passando a sensação de armário planejado. Sua estrutura reforçada em madeira de reflorestamento próprio deixa o armário muito mais resistente e durável. É composto por duas gavetas e um gavetão, que facilita a organização e o armazenamento de utensílios maiores, além das corredeiras telescópicas que garantem a total abertura dos mesmos.

"Os armários da Linha Cozinha Valenza são diferenciados, aliando modernidade, charme, beleza e qualidade, além de serem sofisticados e elegantes, se harmonizando-se em seu ambiente", explica Francisco Soares Rorato, diretor comercial.

Francisco Rorato destaca o bom momento da empresa. "Desde quando a pandemia começou, o nosso ramo aumentou e muito as vendas até o final de 2021. Este ano, tivemos queda em comparação ao ano anterior, mas estamos em crescimento em comparação ao ano anterior à pandemia. Acreditamos que o mercado continuará crescendo em um ritmo normal e estamos investindo em nosso parque fabril para aumentarmos nossa capacidade de produção e, em 2023, continuar atendendo nossos clientes com produtos de qualidade e bons preços".

A única dificuldade apontada pelo executivo foi para a compra de várias matérias-primas, “tanto nacionais quanto importadas, mas conseguimos manter nossa produção devido à fidelidade que a empresa tem com seus fornecedores e o volume de estoque de matéria-prima que compramos. Logo no começo da pandemia, quando o ramo de material para construção foi considerado como prioritário e as lojas ficaram abertas, aumentamos o nosso estoque de matérias-primas para até 6 meses. Essa decisão foi acertada e manteve nossa produção”.

Oscilação do dólar e preço dos combustíveis “impactaram e muito”, comenta Francisco Rorato. “Vivemos em um país continental e o preço do frete em nossos produtos são muito expressivos. Entendemos que nossos produtos não podem sofrer oscilações constantes, como foi o caso do dólar e do frete, e buscamos alternativas, como o aumento de produção e melhoria na logística, para repassar o mínimo possível no custo no preço do produto e continuar oferecendo a nossos clientes um bom produto por um preço justo.”

### BLUKIT

“Dos mais diversos itens para a cozinha (filtros, torneiras, sifões, reparos, entre outros), estamos a cada dia acreditando e apostando ainda mais em produtos na linha Black, trazendo ao mercado novos modelos de torneiras de parede e mesa. As novas torneiras Black para cozinha da linha Lume e Confort chegaram para deixar a casa completa e proporcionar mais praticidade, conforto e usabilidade, além de darem um toque moderno e complementar ao ambiente. Além das torneiras para cozinha, complementamos os lançamentos com sifões black, seja em tubo extensivo, extensivo duplo, universal com copo e copo de parede, deixando todos os espaços na linha Black”, explica Ronaldo Fagundes, gerente comercial.

Ronaldo comenta a projeção que a empresa faz para este ano. “Ano após ano, continuamos com um crescimento, gerando ótimos resultados, o cenário incerto dos últimos anos veio para nos mostrar que sempre conseguimos fazer diferente para chegar no resultado

esperado e atingir o nosso melhor. Continuamos com investimentos em PDV e treinamentos dos lojistas e representantes, para que cada vez mais tenhamos especialistas no mercado, dando todo apoio comercial e de marketing para que estes lojistas possam ofertar o melhor produto com o melhor atendimento aos clientes”.

Apesar da oscilação do dólar e os impactos que podem causar na economia, Ronaldo destaca que “toda oscilação do mercado acaba influenciando bastante, porém estamos sempre olhando para a frente do mercado, para que o impacto seja o menor possível. Tem algumas situações econômicas que fogem das nossas previsibilidades, mas, em um todo, nossa equipe incansavelmente traça estratégias para driblar estas oscilações e continuar atendendo os clientes da melhor forma possível”.

### COZIMAX

Este foi um ano cheio de novidades no mix de produtos da Cozimax. Foram mais de 20 lançamentos para banheiros, lavanderias e, claro, também para Cozinhas, mais especialmente nas cozinhas em aço, como a nova linha de cozinhas Juno; um novo gabinete, o Júpiter; além de uma renovação da linha Gaia, já consolidada e admirada por lojistas e consumidores.

A empresa destaca a evolução da linha Gaia, não só pelo seu ótimo desempenho em giro e lucratividade para seus parceiros. Composta por gabinete, armário aéreo, painel e balcão para cooktop, a linha mais completa em itens, que ganhou as opções de gabinete e armário aéreo na cor preta para atender diversos estilos de casa, além da mudança visual na cor dos puxadores, que agora também é na cor preta, deixando mais atual e facilitando a composição com os ambientes.

A empresa considera que o mercado não será o mesmo de antigamente. Hoje, por conta da fragilidade dos últimos anos, estão muito mais dependentes de questões momentâneas e políticas públicas que aceleram e freiam o consumo e, conseqüentemente, o desempenho do mercado, trata-se de um momento mais complexo. Apesar disso, conseguiram sentir uma

Quando abrimos a porta de uma loja que oferece condições para nossos clientes construir projetos que os acompanharão para toda a vida, precisamos contar com as parcerias certas, que vão nos ajudar a cumprir este objetivo.

E é isso que a Fuzil faz, oferecemos para a sua loja e seus clientes a garantia de qualidade para toda a vida, tanto que para os nossos produtos, a garantia é vitalícia. Além disso, também distribuimos para todo o Brasil, as melhores marcas do mercado, levando para todos, a solidez, a durabilidade e a segurança que um verdadeiro lar precisa nos fornecer.

**Conheça a tradição da Fuzil e tenha a sua melhor parceira em projetos para a vida toda!**

**A FUZIL ESTÁ NO 17º PRÊMIO EXCELÊNCIA ATACADISTA DISTRIBUIDOR**

**Fuzil**

Acesse [www.fuzil.com.br](http://www.fuzil.com.br) e conheça mais sobre nós!

Conheça o nosso catálogo

fuzilferramentas
 facebook.com/fuzil

(19) 3641.5099 |
 (19) 9 8350.0487

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

evolução gradual das vendas em 2022, que talvez só não tenha sido maior por conta das incertezas e expectativas políticas em um ano de Eleições.

A projeção é fechar o ano com números bem positivos e mais próximos do comparativo com anos anteriores à pandemia. E a expectativa da Cozimax é de um crescimento alavancado por um esfriamento do calor político e que o próximo governo consiga reequilibrar o ambiente macroeconômico e restabelecer o tripé de juros baixos (abaixo de 4% a.a.), inflação controlada e superávit primário. Com isso resolvido, esperam a volta do investimento em projetos de infraestrutura logística e energética, tecnologia, pesquisas científicas e ampliação de linhas de crédito com juros baixos para aquisições, construções e reformas de imóveis residenciais, principalmente para a população de menor poder de compra.

## FANI

“Temos notado uma crescente demanda neste segundo semestre. As vendas aumentaram em 20% comparado ao primeiro semestre do ano. Esperamos terminar o ano com um crescimento total de 10% no faturamento em relação ao ano passado”, afirma Melissa Rossini, gerente de marketing da Fani.

Um dos problemas enfrentados pela empresa durante a pandemia foi a dificuldade nas entregas de todos os insumos, até mesmo no papelão das caixas de embalagens dos produtos. “Hoje, temos um prazo maior nos produtos fabricados pelas usinas, como tubos e vergalhões, mas, para contornar a situação, fazemos uma programação antecipada, mantendo estoque dentro dos próprios fornecedores. Oscilação do dólar com certeza impactou, porque a nossa matéria-prima base (cobre) é dolarizada. Combustíveis impactam no frete, mas não de maneira relevante”, encerra.

A Fani Metais e Acessórios expande a sua linha de torneiras com filtro com uma nova opção que permite a instalação do elemento filtrante embaixo da pia, resultando em uma torneira de visual mais limpo e elegante.

Certificada pelo INMETRO, a torneira possui volantes com ¼ de volta, bicas móveis 360° e arejador articulável, atributos que facilitam o dia a dia da cozinha ao proporcio-

nar mobilidade e conforto na higienização dos alimentos e lavagem das louças. O elemento filtrante acompanha o metal e os flexíveis de inox na embalagem, bastando aos moradores posteriormente realizarem a troca/atualização do refil no período indicado pelo fabricante.

Fornecido pela empresa Hidrofiltros, o purificador Multi Facile® C7 retém sedimentos, reduz os índices de cloro e matéria orgânica da água. Além disso, o filtro garante uma bebida livre de contaminações bacteriológicas com eficiência que pode chegar a 99,9%. Este desempenho resulta da combinação de tecnologias que unem no filtro minerais e carvão ativado granulado, elementos que afetam a atividade biológica das bactérias.

## HIDROFILTROS

Claudio Chaves, diretor e presidente da Hidrofiltros, destaca a preocupação com a saúde após a pandemia. “As pessoas ficaram mais preocupadas com a sua saúde como um todo, o que aquece o mercado de filtros e purificadores, pois são produtos que entregam uma água de qualidade para o consumo humano, prevenindo contra doenças causadas pela água contaminada”, diz.

A Hidrofiltros vem se aperfeiçoando cada vez mais em seus processos produtivos e Claudio Chaves ressalta que a empresa não enfrentou problemas de abastecimento. “Temos uma área de engenharia, PCP e compras muito harmonizadas e um relacionamento muito próximo aos nossos fornecedores, que, ao longo do tempo, entenderam muito bem nossas necessidades, motivo pelo qual conseguimos trabalhar com programações de entrega sem interrupções”, explica.

Quanto à oscilação do dólar e constantes aumentos dos combustíveis durante o ano, o executivo informou que alternativas foram buscadas “para manter nossos preços competitivos, com melhorias internas em nossa fábrica e otimização na nossa linha de produtos, além do investimento em plataformas de análise de dados, para decisões mais assertivas. Com isso, conseguimos nos destacar sem sacrificar a qualidade de nossos produtos e a saúde da empresa”.

## KIMETAIS

“Após o lançamento da linha premium Konzept no

primeiro semestre de 2022, retomamos as novidades com a extensão das linhas VitaCor Joy e VitaCor Tetra. Ambas se destacam pelas cores e design elegante, ideais para completar a decoração da cozinha com elegância e sofisticação. Além de praticidade com seu tubo flexível para maior área de alcance da água. A diferença das linhas está no registro, a VitaCor Joy inova com registro em design orgânico, enquanto a VitaCor Tetra apresenta registro mais tradicional e clássico. A linha Tetra Light, com maior apelo comercial e democrático, também é outra novidade no mix Kimetais”, diz Elizeu Junior, diretor da Kimetais. E explica a importância das novas linhas e produtos. “Após o lançamento de nossa linha premium Konzept, decidimos continuar a expansão de mix em toda as faixas de preço. Assim, garantimos qualidade para todos os públicos”.

O objetivo da empresa é crescer 35% em relação a 2021, revela Elizeu Junior. “Percebemos grande crescimento da construção civil e do mercado de decoração como efeito da pandemia. Um resultado do comportamento do consumidor em isolamento. Atualmente, notamos que o mercado se estabilizou e já projeta crescimento em 2022”, complementa.

A compra de matérias-primas não é um problema. “Atualmente, não estamos tendo dificuldades para a compra de matéria-prima, uma realidade diferente da qual enfrentamos no início da pandemia. Neste ano, os fornecedores também estão retomando o equilíbrio de suas próprias produções, atendendo as demandas dentro dos prazos estabelecidos. Com isso, a Kimetais se destaca ainda mais na agilidade de entrega de seus produtos. As oscilações do dólar e do preço dos combustíveis também apresentaram uma grande melhora nesse semestre. Internamente, conseguimos administrar bem pequenas oscilações, especialmente a do dólar, uma vez que grande parte dos nossos produtos utilizam matéria-prima nacional”.

## LORENZETTI

Para 2022, a Lorenzetti preparou grandes novidades na categoria de metais sanitários e torneiras eletrônicas com os lançamentos da Loren Flex Rose Gold e da Torneira Eletrônica Essence, respectivamente.

“A Loren Flex, na versão Rose Gold, é uma das apostas da Lorenzetti para o mercado, agregando mais opções de acabamentos à consolidada linha. Disponível nos modelos para instalação em mesa e parede, a Torneira Multiúso Loren Flex Rose Gold possui design arrojado e bica flexível revestida em silicone preto. A bica permite o posicionamento em qualquer direção, ampliando a área de atuação e garantindo a facilidade nas tarefas gastronômicas com o estilo que o ambiente merece. O revestimento em silicone favorece a limpeza, pois não acumula sujeira.

Outra novidade é a Torneira Eletrônica Essence, nas versões mesa e parede, que se destaca pelo comando eletrônico, permitindo a escolha gradual e precisa da temperatura, proporcionando mais conforto. O produto também conta com a resistência Loren Ultra, de longa duração e alta performance. A Essence foi projetada para garantir total praticidade e conforto durante o manuseio”, explica Paulo Galina, gerente de marketing da Lorenzetti.

Galina indica que a empresa espera crescer este ano e comemora o faturamento recorde no ano passado. “Apesar do cenário desafiador que o mercado enfrentou nos primeiros meses, a empresa projeta crescimento para 2022 comparando com 2021, quando a Lorenzetti alcançou o faturamento recorde. Podemos afirmar que a Lorenzetti segue registrando números positivos e se mantém firme em busca dos seus objetivos”.

## MM GABINETES

Saindo do forno. Assim que a MM Gabinetes considera seus mais recentemente lançamentos, realizados no mês de setembro. “Lançamos dois armários para cozinha, denominados ‘Helô’ e ‘Ipanema’, ambos com design moderno e cores da moda atual. No entanto, tendo em vista o lançamento ser muito recente, indicamos também os nossos armários de cozinha ‘Atenas’ e ‘Munique’ para os revendedores trabalharem”, diz Antonio Aparecido Minuci, diretor presidente.

Antonio Aparecido comenta a instabilidade do mercado, depois de um período muito bom. “O mercado continua muito instável, passando por um momento de arrefecimento das vendas. Projetamos um crescimento

para este ano e, embora estejamos vindo de um período de pandemia, quando as vendas nos surpreenderam, acreditamos e estamos otimistas em atingir nossos objetivos”.

O diretor industrial Juliano Pinatti Minuci aponta que o preço da matéria-prima tem impactado um pouco: “Não temos tido dificuldades na compra de matéria-prima, no entanto, o preço das mesmas continua subindo, na contramão do momento pelo qual passa o mercado. Também o dólar impacta o preço da matéria-prima, que, por sua vez, impacta diretamente o custo de fabricação dos produtos. O preço dos combustíveis, notadamente o do diesel, aumenta sobremaneira o custo final dos produtos, uma vez que resulta no aumento dos custos de transporte para a entrega dos mesmos aos clientes”.

#### PERFLEX

A Perfex lançou a torneira e misturador para cozinha linha Color Ice.

“Esta linha é uma nova opção para quem quer colocar na cozinha cor e, seguindo as tendências, lançamos com o acabamento na cor preto fosco, que é versátil e proporciona composições diferentes no ambiente. O misturador monocomando Color Ice permite ajuste de temperatura da água e também a intensidade do jato com apenas uma mão, simplesmente com o uso de uma alavanca”, explica Vanessa Marques, departamento de marketing da Perfex Metais.

Para a empresa, o mercado está retornando à normalidade. “Desde o ano passado que nós, da Perfex Metais, sentimos uma melhora na retomada dos negócios e aquecimento nas vendas. E, este ano, percebemos uma retomada ainda maior, praticamente à normalidade, com as pessoas investindo em reformas e novos imóveis. A Perfex Metais espera crescer 20% até o final do ano”, diz.

O fornecimento de matéria-prima está dentro da normalidade, porém com preços elevados, destaca Vanessa. “Já o dólar tem grande impacto no nosso segmento devido ao uso do latão, que tem índice lastreado em dólar. E o combustível acaba impactando nas despesas fixas da indústria”, encerra.

#### ROCA BRASIL

Denis Frausto, Senior Product Manager da Roca

Brasil, destaca alguns lançamentos. “Em Celite, temos a linha Celite Colors. Com monocomando de mesa e torneira de mesa e parede, os metais trazem mais cor e personalização para a bancada da cozinha. Com design moderno, acabamento cromado biníquel e bica alta e flexível, o produto está disponível nas cores preto e vermelho matte. Também integrando o grande portfólio de Celite, temos as torneiras com saída para filtro da linha Eco-N Celite (disponíveis nas versões mesa bica alta e parede). Com acabamento cromado, a linha oferece um design universal e atemporal que se harmoniza em todos os estilos de cozinha, com a garantia de qualidade característica da marca. Na categoria monocomandos, a Celite também gostaria de destacar os metais das linhas Gourmet, Kitchen e Prática. O monocomando de mesa da linha Gourmet é ideal para cozinhas modernas e funcionais. Com design diferenciado, acabamento cromado e bica alta extraível com mola, o produto agrega valor estético para cozinhas e espaços gourmets e facilitam a limpeza de pias e bancadas no dia a dia da cozinha. Já o monocomando de mesa da linha Kitchen agrega funcionalidade à cozinha graças a seus dois tipos de jato: jato concentrado e jato espalhado para limpeza de alimentos. Com bica extraível, o produto também possui acabamento cromado. Além disso, o design é ergonômico e facilita o uso. Por fim, o monocomando da linha Prática é ideal para quem busca equipar e decorar cozinhas, churrasqueiras e varandas gourmet com um produto que possui design clean e moderno. Com bica móvel e extraível, o metal facilita o manuseio e preparo dos alimentos e conta com modelos com bica em U e em L”.

Denis Fausto comenta o momento do mercado para a empresa. “Com relação a 2021, um ano muito atípico para nosso setor, 2022 vem apresentando uma queda de volume. Estamos utilizando como referência para 2022 a nossa base de 2019. E cita problemas de abastecimento. “Para os importados, tivemos muitos atrasos nas entregas impactando diretamente em nossas entregas. Já para as matérias-primas nacionais, passamos a comprar em volumes maiores, de forma que conseguíamos garantir nossos estoques, minimizando os impactos.”

Quanto à oscilação do dólar e ao preço dos com-

bustíveis, o executivo informou que impactaram seus produtos. “Porque muitos produtos utilizam componentes importados e a oscilação do dólar fez com que os principais componentes fossem desenvolvidos no mercado interno ou foi necessário desenvolvermos novos fornecedores. Isso faz com que a margem do negócio de uma forma geral reduza, pois é impossível repassar ao mercado estes aumentos.”

#### SINTEX

Com foco em acompanhar as tendências dos mercados de design e decoração, a Sintex inovou na aparência dos seus produtos já consolidados e apresentou, neste ano, a linha Colors. São torneiras elétricas e eletrônicas que, além do tradicional acabamento branco com cromado, agora trazem detalhes nas cores Rose Gold e Cobre, atribuindo às peças um toque de sofisticação e delicadeza, fazendo com que os produtos ornem com as outras peças do ambiente.

Enio Bernardes, diretor da Sintex, comenta a projeção que a empresa faz para este ano. “Há várias leituras a se fazer da economia, considerando o processo pós-pandemia. Entendemos que o segmento da construção civil tem encarado bem os revezes e percebemos o crescimento das demandas de trabalho em todos os setores que englobam a área, incluindo arquitetura e decoração. Na Sintex, mesmo com as adversidades, conseguimos manter nossa linha produtiva e temos, no nosso planejamento estratégico, várias ações traçadas visando a manutenção do crescimento linear e gradativo que vimos tendo ao longo dos 80 anos de empresa”.

Analisando o mercado e prevendo a falta de alguns itens básicos para a produção, a Sintex se preparou com estoques e conseguiu driblar as dificuldades de abastecimento. “Por conta disso, conseguimos atender tranquilamente o nosso cliente; em até 12 horas, qualquer atendimento ao lojista é faturado, tudo graças a um planejamento bem estruturado, com uma gestão de risco eficiente. Já quanto à oscilação do dólar, a Sintex sentiu, sim, a variação no aumento do valor da matéria-prima, mas, como houve um planejamento prévio, foi possível manter o preço dos produtos. Ou seja, desenhamos um cenário bem positivo, repassando ao lojista a vantagem do planejamento prévio que houve internamente na empresa”.

#### TRAMONTINA

Felipe Lazzari, diretor comercial da Tramontina, enumera alguns lançamentos importantes este ano: “O novo modelo da cuba Morgana é uma opção para inovar ambientes compactos, tendo a opção de ser instalada por sobreposição (por cima da bancada) ou undermount (por baixo da bancada). A cuba Dora 50 com acessórios, que, assim como os outros modelos da família, oferece boa otimização do espaço e agrega mais beleza e estilo à cozinha. O misturador monocomando Flexion veio ao mercado com a missão de tornar as tarefas na área molhada ainda mais práticas e higiênicas. A

O SEU CLIENTE  
MERECE A MELHOR  
SOLUÇÃO EM FILTRAÇÃO  
DE ÁGUA

FILTRO  
ECO

Sistema de  
filtração de  
água para ponto  
de entrada



Reduz a sujeira e a  
necessidade de limpezas  
recorrentes na caixa d'água,  
retendo sedimentos suspensos  
na água, como areia e barro.

COM A  
HIDROFILTROS  
VOCÊ TAMBÉM TEM:

Pagamento acessível com  
condição especial;

Atendimento humanizado  
com equipe de consultores  
especializados;

Processos de fabricação  
otimizados com a ISO 9001.



ESCANHEIE

SOLICITE UMA COTAÇÃO  
(47) 3511-4545

HIDROFILTROS  
A CIÊNCIA DA ÁGUA

f /hidrofiltrosBR @ /hidrofiltros\_br v /hidrofiltros

ducha de cozinha vem para facilitar a rotina. A peça contempla um extensor com comprimento total de 1,5 m e, quando instalada, poderá permitir um alcance ao usuário de aproximadamente 80cm para sua utilização”.

O executivo destaca que a empresa está “percebendo uma retomada e estamos otimistas para o segundo semestre do ano. O que mais impactou foi o aumento de custo praticado pelos fornecedores das nossas principais matérias-primas”.

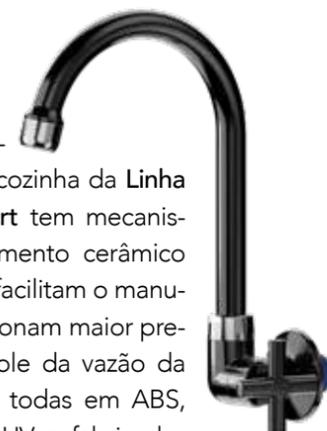
#### VIQUA

“Pensando na saúde e bem-estar do consumidor, a Viqua lançou em abril a linha de torneiras com purificador Vitalité, com opções para a linha Allure e Lagune. As torneiras com purificador Vitalité são práticas, modernas e com fácil instalação e troca de refil, além de possuir a capacidade de purificar até 2.000 litros de água, sendo esse o maior rendimento da categoria. Ademais, elas oferecem tripla filtração Purity Max, que retém partículas de areia, barro, ferrugem e sedimentos, também eliminando odor e sabor de cloro. Para saber mais informações e benefícios deste lançamento, a Viqua criou uma página exclusiva para dar mais detalhes sobre o sis-

tema de purificação e o design exclusivo que só o purificador Vitalité da Viqua pode oferecer”, informa Luciano Zanlorenzi, diretor administrativo financeiro.

Quanto ao aquecimento do mercado, Zanlorenzi indica que “o setor teve um início de ano bastante difícil, onde todos tiveram que ajustar os seus estoques. Neste segundo semestre, o mercado vem demonstrando uma reação, contudo não aos níveis dos anos anteriores. Algumas dificuldades foram enfrentadas com a pandemia e também com o impacto na cadeia logística mundial, no entanto, a Viqua conseguiu contornar estes obstáculos homologando novos fornecedores no período, afim de mitigar a instabilidade do mercado”.

E acrescenta que os materiais/componentes importados foram os mais impactados pela alta do dólar, “mas tivemos oscilações de preço na compra da resina também, que impactaram no custo do produto acabado. A resina, por se tratar de uma commodity internacional, está exposta às oscilações do dólar, consequentemente, impacta no custo dos nossos produtos. Quanto aos combustíveis, tivemos o efeito do seu aumento mitigado por negociações junto aos nossos parceiros logísticos”, finaliza.



#### BLUKIT

As novas torneiras black para cozinha da Linha Lume e Confort tem mecanismo de acionamento cerâmico de ¼ de volta, facilitam o manuseio e proporcionam maior precisão de controle da vazão da água. E ainda, todas em ABS, com proteção UV e fabricadas no Brasil.



#### FANI

A Torneira 1880 C380 é uma solução 2 em 1 que combina de forma elegante as duas bicas com saída para água comum e filtrada. A dupla função, no entanto, não apresentou extravagâncias no desenho, resultando num produto minimalista e atraente ao olhar.

#### COZIMAX

Linha Gaia, com móveis feitos com aço eletroligado e ainda passam pelo processo de fosfatização e recebem pintura eletrostática. Todo esse cuidado torna o produto mais resistente e durável, além de não propagar chamas e ser livre de cupim, ferrugem, mofo e estufamento, por isso, tem garantia de 5 anos de fábrica.



#### HIDROFILTROS

Purificador Facile é o menor da categoria. Com o Refil C3 que retém sedimentos, reduz cloro, gosto e odores da água, o abastecimento está garantido por até 1 ano sem troca de refil. Está disponível também na opção com refil C7, que, além do cloro, elimina também 99,99% das bactérias presentes na água.



### • SHOWROOM • SHOWROOM • SHOWROOM • SHOWROOM •



#### ACQUABIOS

Purificador de Água Gelada. Filtra, purifica e elimina bactérias e metais pesados, remove impurezas e preserva os sais minerais. Possui refil troca fácil, basta girar e trocar, além de LED indicativo de aviso para troca do refil.



#### A.J. RORATO

Os armários Valenza possuem gavetas e portas embutidas, com laterais de espessura maior, passando a sensação de armário planejado. Sua estrutura reforçada em madeira de reflorestamento próprio deixa o armário muito mais resistente e durável.



SE PASSA COBRECOM,  
PASSA SEGURANÇA

47-3 004020/2017 OCP-0004 IFC/COBRECOM CABO FLEXICOM

#### FLEXICOM ANTICHAMA 450/750 V

É O CABO FLEXÍVEL DA COBRECOM COM CLASSES DE ENCOROAMENTO 4 E 5. ISOLADO EM PVC PARA 70 °C E INDICADO PARA INSTALAÇÕES INTERNAS FIXAS INDUSTRIAIS, COMERCIAIS E RESIDENCIAIS DE LUZ E FORÇA. SUA FLEXIBILIDADE ALIADA A ALTA TECNOLOGIA GARANTE SEGURANÇA PARA TODA INSTALAÇÃO.



(11) 2118-3200 /cobrecom - www.cobrecom.com.br

### KIMETAIS

Linhas VitaCor Joy e VitaCor Tetra. Ambas se destacam pelas cores e design elegante, ideais para completar a decoração da cozinha com elegância e sofisticação, além de praticidade com seu tubo flexível para maior área de alcance da água. A diferença das linhas está no registro, a VitaCor Joy inova com registro em design orgânico, enquanto a VitaCor Tetra apresenta registro mais tradicional e clássico.



### LORENZETTI

A *Essence* foi projetada para garantir total praticidade e conforto durante o manuseio. A novidade conta com bica móvel e registro ¼ de volta, que permite rapidez no acionamento, gerando maior economia de água.



### PERFLEX

Torneira e Misturador  
Linha Color Ice

- Alta tecnologia e resistência química, excelente aderência ao material aplicado, resultando uma uniforme espessura da camada de revestimento.
- Estabilidade da cor aos raios UV.
- Excelente resistência à corrosão.
- Composição básica: liga de cobre (latão), inox, plásticos de engenharia e elastômeros.
- Arejador articulável que, além de realizar a filtragem de impurezas, proporciona a garantia de economia de água, maior conforto para as mãos, permite o direcionamento do fluxo, evitando respingos na cuba e desperdício de água.
- Temperatura máxima da água: 70°C
- Bitola de 1/2" (DN15).
- Funcionamento perfeito em baixa e alta pressão de 0,2 a 4 kgf/cm<sup>2</sup> ou 2 a 40MCA.
- Garantia de 12 anos.
- Acompanha flexíveis inox de ligação de 40cm.



### MM GABINETES

Cozinha Atenas  
Largura: 1135 / 1435 / 1735 / 1935 mm

### ROCA BRASIL

O monocomando de mesa da *Linha Gourmet* é ideal para cozinhas modernas e funcionais. Com design diferenciado, acabamento cromado e bica alta extraível com mola, o produto agrega valor estético para cozinhas e espaços gourmets e facilita a limpeza de pias e bancadas no dia a dia da cozinha.



### SINTEX

Linha Colors. São torneiras elétricas e eletrônicas que, além do tradicional acabamento branco com cromado, agora trazem detalhes nas cores Rose Gold e Cobre, atribuindo às peças um toque de sofisticação e delicadeza, fazendo com que os produtos ornem com as outras peças do ambiente.



### TRAMONTINA

O *Misturador monocomando Flexion* veio ao mercado com a missão de tornar as tarefas na área molhada ainda mais práticas e higiênicas. Em aço inox com acabamento escovado, o modelo é articulado, proporcionando maior alcance na área de trabalho. Com ele, é possível alcançar os cantos da cuba para melhor higienização e, além disso, pode ser levado até a bancada de apoio ou cooktop para encher uma panela de água, por exemplo.

### VIQUA

A Viqua acaba de realizar seu novo lançamento, a *Linha de purificadores Vitalité*, que promete unir alta qualidade, com design inovador e preço acessível. Criados para suprir as demandas do mercado, os purificadores da linha Vitalité prometem garantir água potável, sem cheiro ou sabor de cloro e outras substâncias, utilizando um elemento filtrante que foi desenvolvido exclusivamente para o purificador Vitalité e que purifica até 2 mil litros de água, o maior rendimento da categoria. Além disso, os purificadores tiveram um processo de criação que durou em torno de 2 anos, período essencial voltado em como criar uma solução funcional e fácil de utilizar, mas que também fosse bonita e acessível, dessa forma, desenvolveram um produto compacto, comando único em alavanca, com design moderno e diferenciado, além de diferentes opções de cores e manípulos.



**GAMMA**  
FERRAMENTAS  
Confiança para fazer mais.

A **Gamma Ferramentas** trouxe ao mercado brasileiro dinamismo, solidez e capacidade de gestão alinhados à tecnologia, inovação, confiabilidade e versatilidade de ferramentas elétricas, a baterias e a combustão.

São mais de 300 produtos divididos entre as linhas Hobby, Leve e Pró dando mais estrutura e confiança para que nossos clientes possam executar seu trabalho com mais agilidade e praticidade.

E muito disso devemos a você, **Atacadista e Distribuidor** que fazem com que nossos produtos estejam cada vez mais próximo do consumidor e com o destaque merecido.

Somos gratos pelo trabalho desenvolvido e esperamos que essa parceria vá cada vez mais longe!



#LuzParaTodosOsMomentos



DECOR, a nova Linha da GalaxyLED, foi desenvolvida visando alta qualidade. Seu conceito atemporal transforma qualquer espaço, agregando charme, elegância e personalidade, transmitindo uma ambientação conectada entre passado, presente e futuro.

Com um portfólio vasto para iluminar todos os momentos, contêm arandelas, balizadores, luminárias solares e muito mais.



Nosso site e  
redes sociais:



# 25 ANOS DE UMA MARCA CADA VEZ MAIS FORTE E RECONHECIDA

**VONDER** É REFERÊNCIA NO MERCADO, DESTACANDO-SE PELA **QUALIDADE, TECNOLOGIA** E PELO SEU **MIX COMPLETO** DE PRODUTOS

Completar 25 anos de atuação como uma das marcas mais respeitadas e reconhecidas do mercado é, sem dúvidas, motivo de orgulho e satisfação para a VONDER e todo Grupo OVD. Uma trajetória, que iniciou em 1997 com o registro da marca e a chegada do primeiro produto: o VONDER LUB.

De lá para cá, muita coisa mudou: a VONDER evoluiu

e cresceu, sendo hoje uma referência, tanto para quem revende, quanto para quem trabalha com ferramentas. A marca é reconhecida pelos seus produtos que agregam inovação, qualidade e tecnologia, em um mix de excelência em ferramentas, ferragens, máquinas e equipamentos voltados para atender cada necessidade profissional.

## COMPROMISSO EM SURPREENDER E INOVAR

Falar da VONDER é, sobretudo, falar de inovação. Uma marca que busca a qualidade em cada detalhe e se compromete a oferecer muito mais: lançamentos, novidades, *performance*, entregando ao mercado muito mais do que produtos – uma solução completa em produtos, atendimento aos lojistas e consumidores, logística e distribuição, suporte pós-venda e muito mais.

Desde o desenvolvimento do seu mix, com rigor técnico e controle minucioso de todos os processos, que garantem padrão de qualidade em todas as linhas e, conseqüentemente, ferramentas muito mais robustas e versáteis.

Também uma forte estrutura logística, referência em disponibilidade de estoque e distribuição, com Centros de Distribuição estrategicamente localizados no território nacional, oferecendo atendimento rápido e eficiente para o abastecimento de cada revendedor, independente do porte ou da localização pelo Brasil e outros países da América Latina.



Força da marca e divulgação: VONDER é a solução!

O atendimento comercial é outro ponto forte da marca, numa relação de proximidade e confiança com cada revendedor e distribuidor, proporcionando uma verdadeira consultoria, desde a composição do mix de produtos e treinamentos para esclarecimento de dúvidas e orientações sobre cada produto.

A VONDER também conta com a maior cobertura de assistentes técnicos do Brasil no segmento e um pós-venda que valoriza e considera cada cliente como único, pois é um compromisso constante da marca atender seus clientes e consumidores com dedicação e atenção a cada detalhe, marcas constantes da VONDER.



## FORÇA DA MARCA



Presença no esporte: desde o futebol até o automobilismo.

Junto a todos esses diferenciais estratégicos do seu negócio e atendimento, a VONDER também é uma marca forte e muito presente em ações de publicidade, marketing e propaganda, que ajudam a transformá-la e mantê-la sempre na memória de todos quando o assunto é ferramentas de qualidade.

Por isso, uma forte presença nos principais eventos do segmento, como as feiras de negócios, e também no esporte, desde as transmissões dos jogos da seleção brasileira e principais campeonatos como o Brasileiro, séries A e B, e a Copa do Brasil, além de outros esportes



como a Stock Car. Nesta categoria temos ampla divulgação como a marca de ferramentas oficial de uma das equipes, com os produtos VONDER fazendo toda a diferença na preparação, nos ajustes e manutenção dos carros, contribuindo diretamente para o seu desempenho nas pistas.

Por tudo isso, a VONDER acumula uma trajetória de conquistas, força, reconhecimento e muita credibilidade. A todo mercado, nosso agradecimento pela parceria e confiança nesses 25 anos de história: obrigado por escolher e trabalhar com VONDER!



# DE BEM COM A VIDA

POR CLAYTON GALLO

A indústria de produtos para a construção civil vem se preparando há anos para evitar impactos agressivos ao meio ambiente com diversas ações. De modificações em suas fábricas e novos maquinários, até lançamentos de produtos ecologicamente corretos, mantendo o mesmo desempenho e a qualidade para atender o cliente final com produtos mais duráveis e ecoeficientes, com utilidades e funções das mais diversificadas.

Veja o que algumas indústrias estão fazendo para tornar seus produtos mais ecológicos e contribuir para o meio ambiente:

## ECO PINTURA

A Hydronorth, desde sua fundação, sempre se preocupou com as questões de meio ambiente e sociais.

“Isso fez com que as primeiras ações, ainda na década de 90, levassem à criação do carro-chefe da empresa: a linha Resina Acqua. Um produto que era à base de solvente e teve uma migração para um produto à base d’água, reeducando o mercado para boas práticas de meio ambiente. Depois, apresentou a linha completa, chamada Eco Pintura, que é a primeira linha no Brasil de produtos que atendem aos pré-requisitos da certificação LEED creditada pela Green Building Consulting. O produto carro-chefe dessa linha chama-se Telhado Branco, produto homologado nas normas “ASTM E1980”, que são as regras de eficiência energética, onde a California Energy Commission Title 24 tem o laboratório de produtos de eficiência energética, norma essa que atesta a refletância solar, gerando economia de ar-condicionado e redução de temperaturas. Exis-

tem outros produtos, nessa linha, todos livres de COV (Compostos Orgânicos Voláteis). A Hydronorth é uma empresa que pratica a sustentabilidade no seu dia a dia”, apresenta Matheus Góis, CEO.

Matheus conta que “a Hydronorth foi uma das empresas fundadoras do Programa Setorial de Qualidade, buscando a padronização dos níveis de qualidade de tinta, visando a disseminação de boas práticas em relação ao consumidor. Somos certificados há mais de 15 anos no ISO 9001, que atesta processo de qualidade para garantir bons produtos para os clientes e para toda a cadeia. Há 3 anos, fomos certificados pelo ISO 14001, de meio ambiente, adequando todos os nossos processos à legislação pertinente ao meio ambiente. Entregamos também o sistema Toyota Just in Time, de produção com o sistema de LEAN, que gera economia de resíduos/reúso, eficiência operacional e, claro, inovação - tudo em busca do que existe de mais novo e avançado para gerar o menor impacto possível dentro da na nossa cadeia produtiva”.

## BUSCANDO ALTERNATIVAS

Maiquel Monteiro, gerente de serviços ao mercado da Lukscolor, apresenta diferentes produtos ecoeficientes. “A Lukscolor possui uma linha de esmaltes, acrílicos e vernizes Base Água, que trazem como premissa a baixa emissão de VOC (Compostos Orgânicos Voláteis) e, desta maneira, com menor agressão ao meio ambiente”, explica.

## MOVIMENTO SUSTENTÁVEL

Pensar em todos os caminhos que os produtos vão percorrer trouxe um grande movimento sustentável na Tramontina Ferramentas, como explica Lizandra Marin, coordenadora de ESG Tramontina. “Todos os produtos e suas embalagens são pensados com esse olhar, de sustentabilidade, com avaliações ambientais no seu desenvolvimento e nos seus processos, bem como questões de segurança, uso e pós-consumo. De forma geral, os produtos e embalagens da Tramontina passam por um cuidadoso processo de transformação, que une a escolha das melhores matérias-primas com o uso de práticas produtivas de excelência, dentro das características de cada unidade fabril e tipo de produto. Destacamos aqui a qualidade e a durabilidade reconhecidas nos produtos Tramontina, sendo este o principal pilar de sustentabilidade para produtos da companhia. A

Tramontina preza pelo melhor aproveitamento dos materiais e, quando possível, pela sua reutilização, atuando para o processo circular de consumo. Neste contexto, sempre são consideradas as diferentes etapas do ciclo de vida dos produtos e embalagens – produção, uso e pós-consumo, incluindo programas de logística reversa”, destaca Lizandra.

E não para por aí. “Há destaque para práticas de consumo de água da chuva e reúso de efluentes nos processos produtivos, outro ponto desenvolvido para minimizar os impactos ambientais na produção dos produtos Tramontina”, acrescenta.

Um destaque está nos produtos elétricos para a construção civil, ferramentas e outros itens que têm relação com este setor. As Lâmpadas de LED, por exemplo, são uma ótima forma de economizar e minimizar o impacto ambiental durante o uso a partir da redução no consumo de energia.

Há também os lava-jatos de alta-pressão, produtos que resultam na economia de água para os seus usuários e que são uma oportunidade de minimizar os impactos das atividades do dia a dia e na construção civil. Também tem as pias sem concreto, produtos de aço inox com uma grande durabilidade e que são 100% recicláveis ao final da sua vida útil. Os pneus dos carrinhos de mão também contam com uma opção de menor impacto ambiental, com modelos de pneus maciços, que têm maior durabilidade, além de utilizar material reciclado na sua composição.

## INTELIGÊNCIA E SUSTENTABILIDADE

Para falar sobre sustentabilidade, Sergio Wuaden, Managing Director da Roca Brasil Cerâmica e Incepa, explica mudanças nos processos de fabricação dos produtos. “Com produtos desenvolvidos aliando inteligência e sustentabilidade, de forma a minimizar a utilização de recursos, facilitando questões de logística e priorizando a saúde humana, a Roca Brasil Cerâmica se orgulha de, por mais um ano, registrar economias significativas no uso de água em seus processos fabris – foram 12,2% de redução em suas duas fábricas em Campo Largo,PR, e 2% de economia na unidade de São Mateus do Sul, resultando em uma média de 8,2% de redução do consumo de água. Com relatório levantado para o Dia Mundial do Meio Ambiente, em junho de 2022, a empresa também comemorou a redução de 15,4% de emissões por m<sup>2</sup> em seus processos”, comemora.

“Trabalhamos sempre para otimizar nossos processos, visando ecoeficiência. Por isso, fomos a primeira indústria de revestimentos cerâmicos no Brasil a investir na Análise do Ciclo de Vida, capaz de mapear o impacto de cada etapa de produção. Além da transparência, tal análise nos guia em nosso objetivo de reduzir nossa pegada ambiental”, destaca Sergio Wuaden.

#### MATERIAL RECICLADO

“A Cortag desenvolve seus produtos atenta aos parâmetros nacionais e internacionais de cuidado com o meio ambiente. Em especial, podemos destacar o sistema de nivelamento para pisos cerâmicos e porcelanatos ECO. Essa linha é composta por cunhas e espaçadores produzidos inteiramente com material reciclado. Oferece a mesma qualidade dos sistemas de nivelamento mais tradicionais, visto que sua tecnologia de produção garante a mesma performance dos produtos injetados em material virgem”, apresenta João Scudeler, marketing da Cortag.

“Os processos fabris da Cortag são desenvolvidos em sintonia com as diretrizes da norma internacional ISO 14.001, que dispõe sobre a preservação dos recursos ambientais alinhada ao crescimento sustentável dos negócios. A certificação foi renovada em 2021, e já atualizada em 2022. Essa implementação é contínua pois seguimos incorporando processos limpos e direcionados principalmente ao desperdício zero de materiais”, acrescenta.

#### ESPAÇOS INCRÍVEIS

Anna Castro, gerente de marketing da Tarkett, antes mesmo de falar sobre seus produtos, conta a preocupação da empresa com o meio ambiente. “Quando se trata de pessoas e do planeta, não consideramos um sem pensar no outro. Estamos comprometidos com a concepção de espaços incríveis, claro, mas queremos fazer isso todos os dias criando revestimentos que sejam bons para as pessoas e para o planeta. Isso significa que precisamos ultrapassar os padrões de qualidade do ar interno, instituir normas de materiais saudáveis, reduzir nossa pegada de carbono e contribuir com o desenvolvimento e maturação de uma economia circular”, explica.

“Dentre as nossas conquistas, podemos destacar que 98% dos nossos revestimentos possuem baixos índices de Compostos Orgânicos Voláteis (COVs), e 98% deles também estão avaliados pelo critério Cradle to Cradle®. Já utilizamos 13% de conteúdo reciclado (127 mil toneladas) para fabricação de novos pisos e já diminuímos 27% das emissões de CO2 no período entre 2010 e 2020. Também avançamos em Diversidade & Inclusão: 26% dos nossos gerentes são mulheres”, destaca Anna, que continua falando dos produtos. “Todo este compromisso se reflete no desenvolvimento dos nossos produtos e um bom exemplo está na Linha Paviflex Natural. Nela, os pisos são produzidos com plastificante biodegradável à base de óleo de soja e com mais de 95% de matérias-primas naturais”, completa.

Mudanças importantes foram feitas nesse processo. “Para criar revestimentos que sejam bons para as pessoas e o planeta, reestruturamos nossos compromissos internos para trabalhá-los em sinergia dentro de um design que seja, essencialmente, humano e consciente. Isso foi determinante para orientar as nossas decisões, desde a pesquisa e o design até a fabricação e o fim da vida útil. Queremos ter uma profunda compreensão humana, envolvendo-nos continuamente com nossos clientes para garantir que atendemos às suas expectativas. Queremos fazer escolhas cada vez mais conscientes em termos de insumos e processos, além de contribuir com a economia circular”, reforça.

#### CANA-DE-AÇÚCAR

“Podemos destacar a família de Cabos Afumex Green. O isolamento/cobertura destes cabos possui, em sua composição, biopolietileno, que é um composto de origem renovável, feito a partir da cana-de-açúcar – portanto, não é oriundo do petróleo, como os polímeros comuns. A cada tonelada deste composto produzido, cerca de 3 toneladas de CO2 são capturadas da atmosfera e, além disso, é um cabo não-halogenado, ou seja, não emite fumaça tóxica e corrosiva em situações de incêndio, tornando-se uma aplicação segura e ecológica para locais com grande aglomeração de pessoas e rotas de fuga, por exemplo”, apresenta Kleber Caliani, gerente de R&D do Grupo Prysmian. “Temos também os cabos de média tensão isolados com EPR lead free,

**De Norte a Sul a Adelbras**

**é a marca que mais cresce**

**no mercado de construção**

Muito obrigado aos lojistas de todo o Brasil por reconhecerem a Adelbras como Top 3 na categoria Fita Crepe.

*Se é Adelbras,  
você pode confiar!*



Mantenha-se atualizado, confira o nosso site!



Nossas Redes Sociais

f /adelbras  
 @ /adelbrasfitasadesivas  
 in /company/adelbras



Fixação por qualidade

ou seja, a borracha de isolamento não possui chumbo em sua composição, o que é muito mais seguro para meio ambiente depois de sua vida útil, não contaminando o solo com metais pesados, atendendo à diretiva RoHS”, acrescenta.

Kleber afirma que “no processo de fabricação de cabos, a Prysmian recicla toda a sucata de condutores de alumínio gerada na produção, voltando ao forno, derretendo e reutilizando-as, reduzindo o consumo de recursos minerais, aproveitando o benefício do processo de produção verticalizado, onde temos o forno de fusão, laminação de alumínio e produção de condutores”.

O meio ambiente é beneficiado também com os processos fabris. “O Grupo Prysmian está integralmente comprometido com a transição energética e digital, portanto, estamos cada vez mais direcionando nossos esforços de Pesquisa & Desenvolvimento para produtos e serviços que contribuem com a aceleração deste movimento em escala global. Nossos cabos são grandes impulsionadores da transição energética e digital, pois permitem a execução de projetos de geração de energias renováveis e constituem a rede de telecomunicações que conecta diversas pessoas ao redor do mundo. Não só em produtos e projetos que fazem parte da transição energética, o Grupo Prysmian também está empenhado na adaptação de nossos processos produtivos para redução da emissão de CO2. Apesar deste atual direcionamento, focado em apoiar a transformação verde e digital do nosso planeta, já obtivemos avanços consideráveis muito antes disso, sobretudo em termos de portfólio. O Grupo Prysmian, por exemplo, foi inovador no segmento elétrico ao incorporar o biopolietileno, também conhecido como “plástico verde”, diretamente em seus produtos”, destaca.

#### CERTIFICADO DE SUSTENTABILIDADE

Cristina Ricciardi Brisighello, diretora da Cerâmica Atlas, explica o processo de reúso de materiais e apresenta novidades. “Indicados para projetos arquitetônicos sustentáveis que priorizam produtos ecologicamente corretos, a linha REC atende às exigências de órgãos que conferem aos empreendimentos o certificado de sustentabilidade. Com essa coleção, a Cerâmica Atlas, mostra

toda a sua preocupação e respeito com o meio ambiente. Na composição do produto, são utilizados materiais que seriam descartados pela fábrica, como: resíduos queimados/não queimados e bandejas refratárias. Como funciona: Os materiais (resíduos) do processo fabril da Cerâmica Atlas, que ainda não foram queimados, assim como os que já passaram pelo processo de queima, mas estão fora dos padrões de qualidade, são então destinados ao processo de moagem, para serem triturados novamente, tornando-se parte da composição da massa (80%) dos produtos da linha REC, que consistem em revestimentos cerâmicos no formato 10 x 10 cm.”

Levou tempo para implementar as mudanças. “A Cerâmica Atlas, prestes a completar 57 anos de história e líder no segmento de pastilhas de porcelana, há muito tempo realiza diversas ações com foco na sustentabilidade, que estão presentes em seus processos diários. Entre as principais iniciativas estão o cumprimento e participação no projeto federal de logística reversa para embalagens; o tratamento da água por meio de uma Estação de Tratamento de Efluentes (ETE); o controle e utilização de filtros nas chaminés industriais; a produção da linha de revestimentos sustentáveis REC - a partir da composição com resíduos moídos do próprio processo de fabricação; o descarte consciente de materiais através de empresas certificadas; além da utilização de bicicletas para a locomoção interna nas dependências da fábrica. Consideramos as nossas pastilhas de porcelana um dos revestimentos mais duráveis presentes na arquitetura, a exemplo dos projetos de fachadas de prédios, entre outros usos, que se encontram há décadas lindos e intactos. O uso de produtos resistentes, que quase não pedem manutenção e nunca saem de moda, também ajuda a reduzir o descarte no meio ambiente”, acredita Cristina Ricciardi Brisighello, diretora da Cerâmica Atlas.

#### TELHAS ECOLÓGICAS

Luis Lopes, gerente de desenvolvimento de Novos Negócios da Eternit, apresenta “duas linhas de telhas fotovoltaicas, a Tégula Solar e Eternit Solar. Um dos modelos dessas linhas que podemos destacar é a PLANA-F15, que é uma telha com potência de 15Wp (Watt-pico) e que utiliza galga de 34cm, com isso, são



# 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

+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



GRANDE SÃO PAULO  
(11) 3376.8000  
(11) 5515.8000

OUTRAS LOCALIDADES  
0800.722.0808

COMPRE ONLINE:

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

ACOMPANHE NOSSAS REDES SOCIAIS:





A conscientização em defesa do meio ambiente deve ser de todos

necessárias pouco menos que 10 pçs/m<sup>2</sup>. Esse exemplar possui a maior ocupação da área da telha com células fotovoltaicas, o que torna o modelo o mais potente na comparação potência/área de cobertura. Para esse ano, estamos lançando também em primeira mão na Intersolar, os modelos BIG-F10C, BIG-F11 e a Plana F-12, que apresentam ganhos de potência e praticidade de instalação em relação à primeira telha fotovoltaica do grupo, a BIG-F10, apresentada em 2021. Também apresentamos a Eternit Solar, que é primeira telha solar de fibrocimento do Brasil e está em fase de testes, tendo recebido no final de 2021 o registro do Inmetro para implementação de projetos piloto”.

Sobre mudanças no processo fabril e nos produtos, complementa: “Através de pesquisas, a empresa desenvolveu um processo de fabricação exclusivo, que permite que o módulo de captação de energia solar seja aplicado sobre suas telhas de concreto e de fibrocimento, obtendo excelente performance mesmo em altas temperaturas, e por essa tecnologia, a empresa recebeu o registro de patente verde pelo INPI (Instituto Nacional da Propriedade Industrial). Nossos produtos são de fácil instalação, seguros e mais disruptivos do que as atuais soluções do mercado, aliando eficiência, durabilidade e tecnologia de ponta. Além disso,

por possuírem os módulos fotovoltaicos integrados às telhas, prezam pela melhor estética e menor peso no telhado não interfere na arquitetura dos imóveis. Ambos os modelos de telhas são parte da estratégia da companhia de construção de um portfólio de produtos sustentáveis e inovadores”.

Destaque para modernização e atualizações frequentes. “A Eternit sempre investiu em novas tecnologias e em processos que visam aproveitar os recursos naturais sem desperdício e, conseqüentemente, reduzir o impacto de seus produtos no meio ambiente. A ideia de investir em telhas fotovoltaicas surgiu em 2017, após uma viagem de executivos para diversos países, onde eles puderam conhecer um pouco mais sobre energia solar e trouxeram essa proposta de desenvolver uma tecnologia nacional e investir nesse mercado. Cronologia: Em 2017 – Início do projeto; Agosto de 2019 – Aprovação dos testes; Setembro de 2020 – Registro Inmetro; Agosto de 2021 – Início das vendas”, detalha.

**O DESTAQUE DA GRADE RETENTORA**

Roni Branco, diretor comercial do Grupo Linear, apresenta os produtos. “Grande parte dos ralos das marcas do Grupo Linear possui a Grade Retentora, que



A marca do manejo florestal responsável

**CERTIFICAÇÃO FSC®**

Estamos muito felizes em anunciar que agora temos nossa indústria certificada oficialmente pela FSC®, englobando todo nosso processo produtivo e práticas trabalhistas, desde a secagem da madeira até o produto final.

\*Produtos produzidos com madeira certificada sob consulta.



56 ANOS

|49| 3622.0303  
|49| 99968.1194  
madebal.com.br



é um acessório que minimiza a passagem de resíduos pelo escoamento de água, evitando que os detritos cheguem à caixa sifonada e, conseqüentemente, o entupimento da tubulação. Além disso, o acessório de ABS, exclusivo do Grupo Linear, é produzido a partir de sobras desse material”, explica.

“A empresa sempre teve a preocupação e cuidado com o meio ambiente, que vem desde a concepção do produto, como, por exemplo, as abas de segurança nos ralos, que evitam infiltrações. Este é um dos benefícios que o produto oferece e que evitam obras decorrentes da infiltração – ou seja, desperdício com obras para reparos. As Grades Retentoras juntamente com outros acessórios do Grupo Linear, como o Fecha Ralo e os Sifões, são fabricadas a partir de refugos do próprio PVC e ABS, que em nada influencia a qualidade e o funcionamento dos acessórios que, por si só, já é reciclável e produzido com baixo consumo de energia”, explica Roni.

#### MUDANDO OS HÁBITOS

Ênio Bernardes, diretor da Sintex, fala sobre os produtos e explica que “além de renunciar ao consumo de alguns produtos antes corriqueiros, a mudança de hábitos é uma necessidade que chegou para ficar. Isso porque, mais do que a alta dos preços desencadeada pela crise econômica, as questões sustentáveis também têm ganhado espaço nas condutas do brasileiro dentro de casa. A economia de água, por exemplo, é algo que transcende o valor que se paga por esse líquido tão indispensável. É um bem que está ficando caro por conta da sua escassez – e é preciso de imediato adotar medidas que auxiliem na sua renovação. Adotar o uso de equipamentos que auxiliam na economia de água também é uma forma de adotar práticas sustentáveis. Nas torneiras, o uso de arejadores é uma opção. Sua principal função é misturar ar à água que vem pelo encanamento, reduzindo o fluxo, mas mantendo a sensação do volume de escoamento. Durante a lavagem de louças e escovação dos dentes, o equipamento proporciona uma economia média de 30% de água, considerando, claro, que o consumo de água de uma torneira depende da pressão do lugar que ela está instalada. Nos testes do nosso laboratório, constatamos que, em

uma torneira abastecida pela caixa d’água, a economia chega a 01 (um) litro de água por minuto de uso da torneira”, detalha.

Preservar o meio ambiente faz parte da empresa. “O grupo Sintex tem como uma de suas premissas desenvolver produtos que atendam às necessidades do consumidor, sempre atento às questões sustentáveis, de economia. Desenvolvemos testes constantes para que nossas soluções agreguem comodidade em todos os sentidos. A indústria da construção tem como vantagem uma gama de tecnologia e processos que possibilitam preservar o meio ambiente tanto em processos de fabricação quanto na usabilidade dos produtos pelo consumidor final. Por exemplo, temos no nosso portfólio um chuveiro, a Ducha Eletrônica, na qual nossa engenharia conseguiu reduzir a perda de carga para que a água tenha o fluxo livre e não venha a reduzir pressão ao sair pelos furos – isso possibilita economia pois permite que não seja necessário abrir totalmente o registro obtendo assim economia de água”, detalha.

#### REUTILIZAÇÃO DE RESÍDUOS

“Com relação a lançamento, nosso produto Zarcão Novatex passou a ser produzido valendo-se da recuperação de resíduos industriais, sob rígido controle para assegurar a entrega de desempenho. Além disso, todos os produtos de nossa linha base água, composta por tintas e revestimentos acrílicos, resinas, impermeabilizantes e complementos atendem às normas nacionais vigentes de respeito ambiental, e matérias-primas de elevada toxicidade, como chumbo e cromatos, foram abolidos de toda formulação”, apresenta Herlon Pereira, coordenador de marketing da Luztol. “No que diz respeito ao processo de fabricação, temos implementada a Estação de Tratamento de Efluentes - ETE, que evita o descarte incorreto de resíduos da produção, atendendo à legislação ambiental CONAMA 430/2011. Além disso, os resíduos líquidos da base solvente são processados por uma destiladora, que os recicla, permitindo seu retorno ao processo produtivo, sem perda da qualidade do produto final”, acrescenta. “Referente ao descarte de resíduos, a empresa responsável pela coleta é devidamente regulamentada,

atendendo aos requisitos do sistema de gestão integrado Coatings Care, programa em constante evolução na empresa. Também fazemos parte do Prolata, programa de reciclagem de latas de todo o setor de tintas decorativas por meio do qual são implementadas ações para aumentar o índice de reciclagem de embalagens, formalizar o sistema, facilitar a logística reversa e atender às legislações existentes, além de fazer parte da PNRS - Política Nacional de Resíduos Sólidos, destinada à criação de instrumentos adequados ao trato dos resíduos sólidos para o país e que tem como objetivos reduzir a quantidade de resíduos direcionada para aterros e lixões e a gestão integrada de resíduos sólidos no Brasil”, completa.

Os processos mais sustentáveis acontecem há um bom tempo na Luztol. Herlon explica que “há mais de 10 anos, com a substituição quase que integral do insumo hidróxido de amônia por uma amina, compo-

nente químico equivalente e menos agressivo ao meio ambiente e à segurança dos colaboradores da linha de produção. Mais recentemente, a Luztol implementou o Programa Coatings Care, sistema de gestão integrado que busca a segurança dos trabalhadores, respeito ao meio ambiente e envolvimento social”.

#### COMPROMISSO SUSTENTÁVEL

Flávia Athayde Vibiano, gerente de marketing e produtos da Construção Civil da Eucatex, informa que “toda a madeira que dá origem aos produtos Eucatex é proveniente de florestas de eucalipto e são utilizadas em sua totalidade no processo fabril. A pequena quantidade de resíduos de madeira que sobra retorna ao solo. Esses processos fazem parte do compromisso de desenvolvimento sustentável, por meio de um programa de manejo florestal que também monitora aspectos, como a conservação e preservação de vegetação nativa,

**Qualidade que conduz os melhores negócios para você!**

**FIOS E CABOS NAS LINHAS DE:**

- Energia
- Telecomunicações
- Fibra Óptica
- Cabos de Rede Lan
- Materiais Elétricos

**A Megatron tem soluções completas para você lucrar mais!**

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



**“Não basta fazer apenas o necessário, é preciso ir além para construir um futuro mais justo, ético e sustentável para as pessoas e o planeta.”**

**Joaquim Coelho,  
diretor comercial da Astra**



recursos hídricos e solos, manutenção da biodiversidade, bem como iniciativas de desenvolvimento socioambientais com as comunidades do entorno das fábricas. Todos eles atestados pelas principais certificações do segmento”.

E ressalta que, “em nosso portfólio, temos produtos que, além de serem provenientes de fontes responsáveis, são desenvolvidos com o intuito de oferecer uma obra limpa e sem resíduos, entre eles, podemos destacar o uso do piso laminado Eucafloor, que pode ser instalado sobre diversos tipos de base, sem necessidade de remover o piso que está por baixo, gerando uma obra com poucos resíduos e sem a utilização de água no processo. As divisórias Eucatex também trazem essa característica de uma obra limpa, já que sua instalação se dá por meio da utilização de uma estrutura de perfis metálicos, com módulos de painéis de madeira. Também não há acúmulo de entulho ou utilização de água no processo. A divisória pode ainda ser desmontada e remontada em um próximo ambiente. Em ambos os produtos, caso a intenção seja descartar o produto, eles podem ser encaminhados com facilidade aos ecopontos, onde a madeira será destinada à reciclagem. Todos os nossos pisos LVT (também conhecido como vinílico) e a linha de rodapés Acqua são feitos de materiais 100% recicláveis”, completa.

As ideias sustentáveis surgiram há mais de 30 anos. “Podemos dizer que grande parte da nossa consciência a respeito da sustentabilidade começou na década de 1990, com a chegada de algumas certificações importantes ao Brasil, as quais buscamos nos adequar rapidamente. Na década seguinte, em 2004, inauguramos a nossa unidade de reciclagem, que até hoje é a maior da América Latina em escala industrial na reciclagem de madeira, onde são processadas cerca de 100 mil toneladas de madeira por ano, destinadas à geração de energia térmica, o que representa a preservação de 1 milhão de árvores cultivadas de eucalipto que deixam de ser cortadas e uma economia de 15 milhões de litros de água”, conta Flávia.

#### RESPONSABILIDADE COLETIVA

A Astra considera o cuidado com a sustentabilidade do planeta uma responsabilidade coletiva. “Por isso, administrar nosso negócio significa, entre outras coisas, garantir que os interesses de todos os stakeholders estejam alinhados com o desenvolvimento sustentável. Nos empenhamos em buscar soluções para minimizar os impactos ambientais, seja com ações internas para despertar a consciência ambiental nos colaboradores ou por meio de programas estruturados. Entre essas ações,

destacamos o desenvolvimento de produtos de matérias-primas sustentáveis. O lançamento dos produtos dessa linha inclui 13 itens nos segmentos de utilidades domésticas feitos com material reciclado pós-consumo, como lixeiras e acessórios para banheiro, além de 4 modelos de regadores produzidos em polietileno verde, de origem renovável. Estas inovações já estão disponíveis em pontos de venda por todo o Brasil”, apresenta Joaquim Coelho, diretor comercial da Astra. “A Astra conta com o esforço diário de uma equipe consciente do seu papel no chão de fábrica. Nas unidades da empresa, todas as resinas, peças e aparas plásticas geradas nos processos de fabricação são coletadas para serem retrabalhadas. Já a matéria-prima pós-indústria é utilizada para reduzir o volume de resíduos gerados sem que isso interfira nas propriedades mecânicas dos produtos. Para casos em que o material coletado não pode ser reaproveitado através de processos internos, a Astra realiza a venda para recicladores homologados, com-

prometidos com a destinação adequada dos resíduos recebidos. Por fim, também está em estudo a elaboração do primeiro inventário de carbono da empresa, que deverá nortear as ações de redução e compensação das emissões a partir de 2023”.

Coelho acrescenta que “a Astra tem em seu DNA a preocupação com os princípios da sustentabilidade e os pratica há décadas. Prova disso é o nosso relatório ESG (antes chamado de Balanço Socioambiental), que é editado anualmente desde o ano 2000, ou seja, muito antes de o tema se tornar prioridade das empresas brasileiras. E isto acontece porque compreendemos que não basta fazer apenas o necessário, é preciso ir além para construir um futuro mais justo, ético e sustentável para as pessoas e o planeta. Em 2022, demos um passo adiante ao lançarmos nossa Jornada ESG, na qual estabelecemos doze ações a serem priorizadas, sempre relacionando-as aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) que elas atendem. Ao todo, são

# RADIAL

**Produtos Black**  
**elegância e sofisticação**  
para qualquer ambiente!

LINHA R  
MODULAR BLACK

LINHA  
PÉROLA NEGRA

LINHA  
POLLAR BLACK

LINHA  
R BLACK



@radial.ind

/radial.indmet

www.radial.ind.br

CANALETA

cinco ambientais, quatro sociais e três de governança”.

No aspecto ambiental, destaca a expansão da logística reversa de suas embalagens para todo o Brasil. “Em parceria com a Eu Reciclo, vamos fazer a logística reversa de praticamente 200 toneladas de plástico e papel referentes ao ano de 2021. No momento, estamos trabalhando em nosso comitê ESG as metas que vamos nos comprometer a desenvolver nos próximos anos, especialmente até 2030. Assumir um compromisso real com a sustentabilidade do planeta é semear hoje os frutos que pretendemos colher amanhã. Por isso, somos signatários do Pacto Global da ONU e nos comprometemos com os 10 princípios e com os 17 ODS da ONU”, explica.

#### LIDERANÇA EM SUSTENTABILIDADE

Elaine Poço, diretora de P&D e Sustentabilidade da AkzoNobel para América do Sul, explica que foi a “primeira empresa de revestimentos de grande porte a proibir o uso de pigmentos e secantes de chumbo de todos os seus produtos. A AkzoNobel tem a aspiração de se tornar uma empresa de referência em tintas e revestimentos reconhecida como líder em sustentabilidade. As emissões de VOC são um dos drivers de inovação da Coral. Ao longo dos últimos anos, temos desenvolvido produtos e incorporado tecnologias que nos ajudam a reduzir as emissões de VOC. Nossos esmaltes e vernizes possuem a Tecnologia Balance, que traz um significativo benefício para o meio ambiente, com a diminuição de 90% na emissão de VOC (compostos orgânicos voláteis, na sigla em inglês) e 50% de gases de efeito estufa. Em relação às soluções para paredes com a nossa tecnologia Balance, por exemplo, temos em nosso portfólio diversos produtos base água que têm a característica de ter baixíssima emissão (abaixo de 5 g/litro). Esses produtos entregam o desempenho e o acabamento que buscamos aliados à uma baixa emissão. Entre eles estão Coral Decora, Coral Renova, Coral 3 em 1 e Coral Proteção Sol e Chuva”, apresenta.

Segundo Elaine, “a AkzoNobel sempre esteve na vanguarda de Sustentabilidade, sendo reconhecida há mais de 10 anos pelo seu pioneirismo. Um dos reconhecimentos mais recentes é o selo Terra Carta, que é concedido a empresas que estão inovando e demonstrando seu comprometimento para a criação de mercados genuinamente sustentáveis. Além de produtos

sustentáveis, temos a ambição de reduzir a emissão de carbono em 50% até 2030 de toda nossa cadeia de valor. A empresa também trabalha rumo ao zero desperdício, para zerar os resíduos não-reutilizáveis. E também para ter 100% de energia renovável e diminuir 30% o consumo de energia nesse mesmo período. Pensando nisso, inaugurou, em setembro, uma estação de energia solar em sua unidade em Recife, uma planta de 11.000m<sup>2</sup>, capaz de gerar 1372 MWh por ano. Outra iniciativa exemplo de nosso compromisso com a sustentabilidade é a ReviveR, nossa estação de tratamento de efluentes da unidade da AkzoNobel em Mauá, que submete a água a processos físico, químico e biológico de purificação que resultam em uma ótima qualidade da substância, viabilizando sua reutilização na produção de tintas e revestimentos. No total, foram utilizados R\$ 13 milhões nesse projeto. Com isso, a AkzoNobel reutiliza 100% da água gerada na fabricação de tintas no local”, detalha.

#### EMBALAGENS ECOLÓGICAS

Hugo Armelin, diretor de Marketing, Comercial e de Operações de Concreto da Votorantim Cimentos, apresenta os produtos sustentáveis e explica seus benefícios. “Podemos destacar o concreto Spectra, as novas embalagens da Votomassa e o cimento da nova fábrica de Pecém, no Ceará”.

Spectra, uma inovação desenvolvida pela Engemix, unidade de negócio de concreto da Votorantim Cimentos, é um concreto de traço único que pode ser utilizado em toda a estrutura da obra, simplificando o processo de concretagem. Quando comparado à emissão de CO<sub>2</sub> total de uma estrutura construída com concretos convencionais, o Spectra pode diminuir em até 20% a pegada de carbono, além de proporcionar uma redução de 3% a 4% do custo total da estrutura. O Spectra é uma solução de engenharia inovadora. Foram dois anos de estudos aprofundados em laboratório para buscar a dosagem ideal com matérias-primas selecionadas. A Votomassa - linha de argamassas colantes da Votorantim Cimentos, apresentou novos atributos que proporcionam mais agilidade na obra e garantia de qualidade, além de novas embalagens, em 2021. A nova sacaria em papel 100% reciclável, sem camada de plástico interna, produzida apenas a partir de fontes renováveis, possui uma barreira de proteção que impede o contato do conteúdo interno com a

umidade do ar, conservando melhor o produto e evitando a formação de grumos. Com isso, todos os produtos da linha com embalagens em papel tiveram o prazo de validade ampliado de 6 para 12 meses. Além disso, agora é possível destinar a sacaria para reciclagem após eliminação prévia dos resíduos de argamassas.

“Para o lojista, essas mudanças auxiliam na melhor gestão do estoque, além de proporcionar maior qualidade e confiança nos produtos Votomassa. O consumidor final também passa a ter novos benefícios na aplicação do produto, desde o tamanho das peças que podem ser usadas até a maior agilidade na execução da obra. O portfólio completo atende cada tipo de aplicação e pode ser usado em revestimentos cerâmicos, porcelanatos, blocos de vidro, mármore e granitos, entre outros materiais. Em julho de 2021, a Votorantim inaugurou sua mais nova fábrica de cimento em Pecém, no Estado do Ceará. A grande novidade é que esta fábrica é capaz de produzir um cimento com emissão de carbono bem menor que o produto anteriormente fornecido na região através do uso de adição pozolânica de alta reatividade. Desta forma, os clientes de Fortaleza e Região passam a construir com menor impacto ambiental e sem perda das propriedades de resistência que o cimento Poty da Votorantim Cimentos sempre proporcionou”, pontua Hugo Armelin.

Os processos fabris também beneficiam o meio ambiente. “Em relação ao processo de produção, a Votorantim Cimentos atua de diversas formas para a redução das emissões de CO<sub>2</sub>. Um exemplo é o coprocessamento, substituição do combustível fóssil nos fornos de produção do cimento por biomassa e resíduos diversos. É uma tecnologia utilizada mundialmente como destinação adequada e ambientalmente correta de diferentes tipos de resíduos que possuem potencial de reaproveitamento energético nos fornos da indústria de cimento. Esses resíduos e biomassa substituem o coque de petróleo, um combustível fóssil e, em sua grande maioria, importado, ampliando o uso de fontes de energia renováveis e reduzindo as emissões tanto durante a produção de cimento quanto no processo de decomposição dos resíduos, que deixam de ir para os aterros e emitirem metano, outro gás de efeito estufa bem mais nocivo à camada de ozônio do que o próprio CO<sub>2</sub>. Somos pioneiros em coprocessamento no Brasil, realizando essa atividade desde 1991. Atualmente, 16 fábricas no Brasil realizam o coprocessamento. A meta dos Compromissos de Sustentabilidade da Votorantim Cimentos para 2030 é atingir 53% de substituição térmica, percentual de energia vinda de combustíveis alternativos aos combustíveis fósseis. Globalmente, a Votorantim Cimentos substituiu 22,4% dos combustíveis por fontes alternativas em 2021. No Brasil, esse índice foi de 26% com a utilização de 1 milhão de toneladas de resíduos em 2021. Esse consumo de 1 milhão de toneladas de biomassa, pneus inservíveis e resíduos significa a redução de 833 mil toneladas de emissões de CO<sub>2</sub>, o equivalente a um caminhão dando 6,7 mil voltas na Terra”, esclarece.

Os processos já começam sustentáveis e substituições nos ingredien-

# mm<sup>®</sup>

## Gabinetes

A MARCA DA QUALIDADE



Confira uma das novidades mais interessantes da MM Gabinetes. O gabinete DINAMO 60, modelo industrial é a opção certa para quem quer aproveitar ao máximo os espaços de forma organizada e ainda embelezar o ambiente. Com design moderno e sofisticado evidenciando as linhas retas, ele conta com estrutura em metal na cor preta, dando suporte a uma ampla prateleira, vem com corredeiras telescópicas e acompanha uma lindíssima cuba na cor preto fosco que vai deixar seu banheiro com estilo mais industrial.



A MM Gabinetes sempre aliando sofisticação e qualidade dessa vez apresenta o gabinete de cozinha HELÔ no padrão grafite. Fabricado nos mais altos padrões de qualidade, possui porta condimento em aço inox cromado, corredeiras telescópicas, dobradiças com amortecimento, puxadores embutidos e pés na cor preto fosco. Trazendo muito mais elegância para sua cozinha.

MM Gabinetes a Marca da Qualidade.



Energia solar: uma opção cada vez mais acessível

tes dos produtos foram necessárias. “Quanto às matérias-primas, utilizamos subprodutos de outras indústrias. Além da utilização de resíduos no coprocessamento, um outro exemplo de destaque é a utilização de materiais com propriedades hidráulicas, chamados cimentícios, em substituição ao clínquer. A meta da Votorantim Cimentos é substituir uma porcentagem cada vez maior desse material por subprodutos vindos de outras indústrias, como as escórias siderúrgicas e as cinzas das termelétricas, revalorizando esses materiais, diminuindo o impacto da produção e agregando características de maior durabilidade ao produto final. Neste processo de Economia Circular, a Votorantim Cimentos também faz uso de outros materiais cimentícios, como argila calcinada, pozolanas naturais e outros materiais, visando minimizar a pegada ambiental. Tanto o coprocessamento como a substituição do clínquer são exemplos do conceito de Economia Circular que praticamos, promovendo um ciclo de renovação e reaproveitamento, alavancando a cadeia de valor e a parceria entre vários setores da economia, tal como destacado no Objetivo de Desenvolvimento Sustentável número 17 da ONU – Parceria em Prol das Metas”, detalha.

Destaque para outras iniciativas no processo de produção que seguem a estratégia de sustentabilidade da

empresa: - a fábrica localizada em Cajamar, na região metropolitana de São Paulo trocou o combustível fóssil pelo biocombustível na produção de argamassa. A biomassa utilizada é resultado da transformação de resíduos de outros processos industriais em combustível; - o desenvolvimento de um novo aditivo para a composição do cimento e investimento em novos sistemas de dosagem, que resultou na redução de 5% no uso do clínquer na formulação do produto na fábrica de Pinheiro Machado (RS).

#### SUSTENTABILIDADE EM TODAS AS MARCAS

Ao todo, a Roca Brasil conta com mais de 80 opções de bacias sanitárias com caixa acoplada – das marcas Roca, Incepa e Celite, que possuem o sistema de duplo acionamento de descarga de 3 ou 6 litros e geram até 60% de economia de água. Por meio do mecanismo de descarga, o botão pequeno libera um volume de 3 litros, empregados para eliminar dejetos líquidos, e 6 litros para dizimar os dejetos sólidos. Por meio desta funcionalidade, é possível limitar a quantidade máxima de água a ser usada na descarga, poupando o recurso natural.

No que se refere a torneiras e misturadores, na somatória de todas as marcas, 95% do catálogo de Roca Brasil já incorporou o mecanismo ¼ de volta, que ratifica a economia de água em até 50%, quando com-

# FORTALEZA

MAIS FACILIDADE E PRATICIDADE NA HORA DE TROCAR OU RENOVAR A COR DO SEU REJUNTE



BAIXE NOSSO APP E CONFIRA TODOS OS NOSSOS PRODUTOS



Clique para baixar

Clique para acessar



Produtos Fortaleza

Clique para acessar



Produtos Fortaleza



parado com produtos elaborados com o mecanismo de compressão. Desse montante, 90% disponibilizam o arejador, artifício que gera uma economia de água na ordem de 50%.

Com o sistema Rimless, tecnologia exclusiva desenvolvida pela Roca e pensada para simplificar a limpeza e reduzir o consumo de água, as bacias sanitárias são limpas com muito mais praticidade e facilidade, pois não têm cantos. Pensando no meio ambiente, as peças da coleção Ona, lançamento global da marca em 2022, também trazem em sua essência e funcionalidade a preocupação com a sustentabilidade: Nas bacias sanitárias, foram aplicadas tecnologia e design para economizar água, como descarga com duplo acionamento de 3/6L.

Produzidas com 100% cerâmica, as louças fabricadas com a tecnologia Fineceramic® asseguram uma superfície livre de poros, onde a umidade não se acumula. Elas recebem um exclusivo esmalte que permite manter o brilho por muito mais tempo. As cubas e bacias, 40% mais leves e 30% mais resistentes do que as tradicionais do mercado, apresentam paredes homogêneas e ângulos arredondados, evitando que a sujeira fique aglomerada nos cantos e tornando mais fácil a limpeza. A técnica também faz com que se utilize menos material e produza cubas com contornos e bordas finas (até 8 mm), resistentes e, ao mesmo tempo mais leves, minimizando o impacto do transporte e do processo de produção para limitar as emissões de carbono.

#### PEGADA DE CARBONO

A ArcelorMittal apresentou o case do primeiro produto XCarb™ da América Latina, o Vergalhão ArcelorMittal 50 S XCarb™, produzido a partir de matéria-prima reciclada e energia renovável com baixa pegada de carbono.

“A ArcelorMittal vem acompanhando de perto os desafios do desenvolvimento sustentável, investindo em soluções inovadoras, pioneiras e ecoeficientes visando a aplicação direta na construção civil, com foco do cliente e alinhado com as principais tendências globais. Nossa diretriz é investir continuamente em pesquisa e desenvolvimento para oferecer às pessoas e ao planeta produtos tecnicamente diferenciados cada vez mais eficientes e, conseqüentemente, que gerem menos custos e menor impacto ambiental”, explica Marcelo Marino, vice-presidente Comercial e Metálicos da ArcelorMittal Aços Longos.

A produção do novo vergalhão conta com um time especializado além da atuação direta da liderança Comercial, Estratégia/ESG, Sustentabilidade, Tecnologia e Industrial, com as unidades de Piracicaba (SP) e Resende (RJ). Os resultados estão sendo gerenciados e analisados pelas áreas de pesquisa e desenvolvimento Global da ArcelorMittal, a fim da obtenção das declarações ambientais do Vergalhão ArcelorMittal 50 S XCarb™. “Além do novo produto corresponder a um aço com controles especiais, qualidade assegurada e alto valor agregado, a iniciativa reforça o compromisso da ArcelorMittal com a sustentabilidade, e oferece aos clientes um produto totalmente inovador orientado para o presente e futuro do setor da construção civil nacional”, aponta Antonio Paulo Pereira Filho, gerente de Inovação e Desenvolvimento de Produtos – Construção Civil ArcelorMittal Aços Longos.

O XCarb™ é um programa global da ArcelorMittal, lançado em 2021, que visa reunir todos os esforços e investimentos do Grupo com a missão de reduzir e neutralizar as emissões de gases de efeito estufa na cadeia do aço. “O vergalhão ArcelorMittal 50 S XCarb™ é o primeiro do mercado nacional a garantir a redução das emissões de CO2 em comparação com o vergalhão tradicional por meio de declarações ambientais de produto que asseguram as informações com total transparência, destacando a emissão de CO2 nas condições atuais de produção e condições XCarb™ com 100% de matéria-prima reciclada na composição e 100% de energia renovável na produção”, destaca Pereira.

#### INOVAÇÃO E SUSTENTABILIDADE NA ESTRATÉGIA DE PRODUÇÃO

A Tigre, multinacional brasileira, líder em soluções para construção civil, infraestrutura e cuidado com a água, destaca, dentre as diversas frentes de atuação da Inovação, o processo de Technology Roadmap (TRM), que permite que a empresa entenda tendências, dores e necessidades dos clientes, indicando soluções em produtos e serviços e orientando a inovação para os próximos dez anos.

Quem apresenta as novidades ecoeficientes é Guilherme Lutti, gerente de Inovação da Tigre. “Dentre os produtos, citamos a Linha Aquatherm, feita de um material chamado CPVC, que possui inúmeras vantagens sobre as soluções metálicas existentes, como baixíssima perda de calor, baixo peso e coeficiente de atrito e fa-

## TORNEIRAS SINTEX QUENTES, POTENTES E ECONÔMICAS

Uma cozinha funcional precisa contar com alguns itens para garantir o conforto no dia a dia e o bom desempenho de diversas atividades. Como as torneiras da Sintex, que foram especialmente desenvolvidas para aquecer com potência e economia.

São produtos completos que fazem toda a diferença no dia a dia.

*Sintex,  
Há 80 anos, qualidade que  
dá um show*

**Sintex**  
DESDE 1942 | DUCHAS E TORNEIRAS

80 ANOS



cidade de instalação por meio de adesivos, já que não utiliza processos de soldagem com metais. Com essas características, a linha Aquatherm faz com que as instalações de água quente tenham sua eficiência energética otimizada, diminuindo assim o consumo de combustíveis fósseis – não renováveis – e baixando a conta final para o consumidor. Ressaltamos ainda a Linha de Adesivos com baixa emissão de solventes, que ajuda a orientar os riscos ao profissional, já que adesivos comuns eliminam vapores de compostos orgânicos (VOC) que são altamente tóxicos, expondo-o a riscos de diversas doenças”, destaca.

“Somos uma empresa de 81 anos, com espírito inovador, e entendemos que a sustentabilidade não pode estar dissociada dos negócios. Trata-se de um elemento estratégico que passa pela forma de produzir, entregar, tratar as pessoas e usar os recursos naturais de maneira consciente. A nossa proposta é identificar as diferentes necessidades da cadeia e desenvolver soluções de qualidade e inovadoras, de maneira ética e ambientalmente responsável. Há anos trabalhamos a fim de tornar nossos processos cada vez mais eficientes, reduzindo os impactos sobre o meio ambiente e contribuindo para a geração de valor para a cadeia. Vale destacar hoje, como produto verde, as bandejas e cabo da escova que utilizam Polipropileno Reciclado Brasken”, encerra.

#### ECOEFIÊNCIA DESDE A EMBALAGEM ATÉ O TRANSPORTE

Economizar durante a obra é mais do que necessário, sem prejudicar a segurança. “Entre as novidades, destaco a embalagem exclusiva em caixa do Vedacit, aditivo impermeabilizante para concretos e argamassas. Mais sustentável e com a mesma qualidade, o Vedacit na caixa conta com uma redução de 75% na emissão de CO2 e de 91% nos resíduos gerados, diminui 20% na energia de produção e utiliza 80% menos plástico, quando comparado ao balde convencional. A nova embalagem, de 18 litros, vem com um bico para facilitar a dosagem, trazer mais agilidade na abertura e maior controle – é possível utilizar em pequenas quantidades, pois, na parte interna, o produto está protegido por um saco plástico reforçado, que garante a vedação e a conservação. Outro benefício do Vedacit na caixa é a facilidade no momento do transporte. Por ser mais leve e possuir um suporte de alças, é ideal para o consumidor ou pedreiro que compra em pouca quantidade e vai carregar sozi-

nho. Feita com papelão super-resistente, outra vantagem é o armazenamento. Permite o empilhamento de até cinco caixas. Em logística, a forma retangular minimiza o espaço morto na proporção de 3:1, permitindo mais produtos por palete. Vedacit na caixa está disponível inicialmente no estado de São Paulo, com previsão de expansão para outras regiões. As embalagens em stand up pouch também são mais sustentáveis, com até 72% menos plásticos em sua composição, quando comparada com as embalagens anteriores, o que diminui as emissões de CO2 na atmosfera. As embalagens em stand up pouch estão disponíveis para os produtos Vedalit, Alvenarit, Bianco, Vedacit, Vedacit Aditivo Acelerador Ultrarrápido e Vedacit Aditivo Acelerador CL, na opção de 900 mL. A comercialização começa de forma gradual. As vantagens incluem uma embalagem mais leve, resistente e fácil de manusear. É ideal para o mestre de obra e os profissionais que utilizam as diversas soluções no dia a dia. Para os clientes, outro diferencial é que a embalagem em pouch permite duas vezes mais ocupação no pallet de produto acabado e maior empilhamento, de até sete caixas para alguns produtos”, apresenta Luis Fernando Guggenberger, executivo de Marketing, Inovação e Sustentabilidade da Vedacit.

A empresa percebeu a necessidade de mudar seus processos em benefício ao meio ambiente. Luis explica que “a Vedacit assumiu um compromisso público com a sustentabilidade em 2020, definindo metas claras para serem atingidas até 2025, conduzindo um plano estratégico bem desenhado, que conecta conceitos, práticas e nos possibilita projetar, em um futuro breve, o alcance de patamar de referência em sustentabilidade no setor da construção civil. Nos últimos anos, a Vedacit apresentou resultados significativos com o conjunto de ações adotadas para reduzir o impacto ambiental. Além das embalagens mais sustentáveis, para contribuir ainda mais na redução da emissão de CO2, foram adquiridos veículos elétricos para a frota de transporte, as fábricas de São Paulo e Itatiba passaram a consumir eletricidade totalmente gerada por fontes renováveis e a empresa implantou o primeiro projeto-piloto de logística reversa de embalagens”.

O volume de negócios cresceu, mas a empresa mantém a redução de resíduos em crescimento. “Mesmo com crescimento nas vendas, o total de resíduos gerados apresentou queda de 1.426.086 kg, em 2020, para 1.338.745 kg em 2021. A Vedacit também preten-



Na sua opinião:  
Qual o melhor produto na categoria  
**FITAS VEDA ROSCA?**



A empresa de maior automação com o alta produção e qualidade.

ESTAMOS PARTICIPANDO DO



AS FITAS MAIS PRESENTES NOS PDVs DO BRASIL!

CONVIDAMOS VOCÊ A VOTAR NOS PRODUTOS SEAL TAPE

**VOTE**

A MÁXIMA DENSIDADE



CONFORME NORMA ABNT NBR 16368



MAIOR RESISTÊNCIA



CORTE MAIS FIRME



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

de eliminar 60% da destinação de resíduos para aterros industriais e estima que seus resultados sejam obtidos até 2025. Temos um projeto-piloto em andamento para o descarte correto de embalagens em ecopontos de coleta, em áreas disponibilizadas pela prefeitura para receber os materiais na grande São Paulo, nas cidades Santana de Parnaíba e Barueri. Em nosso site disponibilizamos os endereços deste e dos demais ecopontos que existem no país ([www.vedacit.com.br/](http://www.vedacit.com.br/)). Para desenvolver cada vez mais embalagens sustentáveis, a meta é até 2025 reduzir 25% de plástico nas nossas embalagens, utilizando materiais de fonte renovável, reciclado ou biodegradável e, para isso, criamos dentro de P&D uma área específica de embalagens. Já em água e efluentes, uma das metas é reduzir 25% do consumo de água para usos não industriais até 2025. Na fábrica de São Paulo, a Vedacit implementou um sistema para captura e tratamento de efluentes, com reúso do recurso para a irrigação de jardim”, encerra Luis Fernando.

#### ECONOMIA NA CONTA DE ENERGIA

Com produtos focados em baixar os gastos dos consumidores, a Lorenzetti apresenta ao mercado diversas linhas com alta tecnologia economizadora. “No segmento de duchas e chuveiros elétricos, que apresentam eficiência energética de no mínimo 95%, a Lorenzetti inovou com o desenvolvimento do chuveiro elétrico híbrido, compatível com aquecedores a gás, solar e boiler elétrico, capaz de economizar energia elétrica e água. Isso é possível, pois possui sistema inteligente de funcionamento, aquecendo instantaneamente a água assim que o registro é aberto, controlando automaticamente a temperatura desejada do banho até a chegada de água quente do sistema principal. Altamente tecnológico e prático, o chuveiro Acqua Duo Flex da Lorenzetti, por exemplo, possui led orientativo que indica o modo de funcionamento da ducha enquanto monitora a temperatura. O comando eletrônico permite a escolha gradual e precisa da temperatura, otimizando o período do banho.

Em metais sanitários, o destaque fica por conta da linha Loren Sense. As torneiras Loren Sense, de acionamento automático, foram as primeiras do mercado com sensor embutido na saída de água. Basta inserir as mãos embaixo da torneira para liberar o jato. O resultado é a economia de até 70% de água. Ideal para banheiros de

uso público, a Válvula de Mictório Loren Sense é acionada por sensor de presença, com o máximo de higiene. O restritor de vazão de 8 litros por minuto permite a redução de consumo em até 60%”, informa Paulo Galina, gerente de marketing da Lorenzetti.

Galina conta que “outra iniciativa consciente da Lorenzetti é a redução do consumo de água tratada e reutilização da água dos testes de produtos para a limpeza de áreas comuns, como pátios e pisos das áreas fabris, foram instalados sistemas para captação de águas de processos e águas pluviais, alcançando 4.900 mil m<sup>3</sup> de água reutilizada em 2021”, destaca.

#### MELHORIAS NAS EMBALAGENS

“A Quartzolit, em parceria com a Klabin, lançou no ano de 2021 a embalagem de argamassa de papel reciclável, desenvolvida sem a utilização de filme plástico. A Ecolayer Klabin é solução em papel que conta com uma barreira interna de resina que substitui o filme plástico e proporciona uma camada anti-umidade, reciclável e resistente. Em 2022, a embalagem foi aprimorada pela equipe de desenvolvimento e tecnologia da empresa, ganhando melhorias para o mercado e para sua fabricação”, diz.

Como uma empresa global, “a Saint-Gobain está presente nos principais fóruns globais de sustentabilidade, participando ativamente de grandes acordos, como o Pacto Global das Nações Unidas, desde 2003. Nós acreditamos que a hora de agir é agora e compreendemos a necessidade de nos posicionarmos em mobilização de toda a cadeia para colaborar ativamente no desenvolvimento de ações que garantam a saúde, bem-estar e cuidado do planeta. Desta forma acreditamos que o trabalho é contínuo visando sempre otimizar e melhorar nossos produtos e processos para que eles sejam cada vez mais colaborativos e de mínimo impacto!”, afirma.

“Procuramos expor em nossas embalagens os principais atributos sustentáveis do produto que o consumidor está adquirindo, mas, além disso, procuramos manter a comunicação em nossos portais e mídias digitais e acreditamos que nossos parceiros são um importante caminho para comunicar este tipo de benefício, por este motivo, temos o Parceiro da Construção, uma plataforma on-line que disponibiliza diversos cursos gratuitos para capacitar profissionais do mercado”, encerra.

# COMO FAZER O MERCADO ENTENDER E USAR

**N**ão basta fabricar. É preciso que o consumidor final conheça os produtos que podem contribuir para a sustentabilidade e preservação do meio ambiente. Trabalho realizado pelas indústrias com os lojistas tem apresentado bom resultado.

#### HYDRONOTH

Um dos pontos mais importantes para a Hydronorth é a segurança do consumidor. “Existem muitas formas de se comunicar. Acredito que a primeira delas é que os consumidores busquem marcas que participem do Programa Setorial de Qualidade, pois essas asseguram um padrão mais eficiente. O impacto de pintar com tintas não normatizadas e precisar refazer todo trabalho em pouco tempo é gigante. Além disso, nossa equipe está constantemente sendo capacitada para oferecer aos nossos clientes as melhores soluções e isso significa produtos de qualidade”, afirma Matheus Góis, CEO da empresa.

“O mercado está em amadurecimento no que tange à oferta de produtos de fato sustentáveis ao consumidor, que está em processo do entendimento dos benefícios de se consumir produtos ecologicamente corretos”, acrescenta.

E o meio ambiente continua no foco para o futuro. “O planejamento estratégico da nossa empresa está focado em Inovação, produtos de baixo COV (Compostos Orgânicos Voláteis), com alta eficiência e boa durabilidade. Então, pretendemos aumentar a linha ECO com produtos focados em promover ganhos aos consumidores e ao meio ambiente”, encerra.

#### LUKSCOLOR

Pensar no meio ambiente também traz benefícios ao consumidor. “A empresa sempre está buscando alternativas que atuam em respeito ao meio ambiente e, dessa maneira, contribuem com a sustentabilidade e saúde, tanto do profissional quanto do cliente final”, diz Maiquel Monteiro, gerente de serviços ao mercado da Lukscolor.

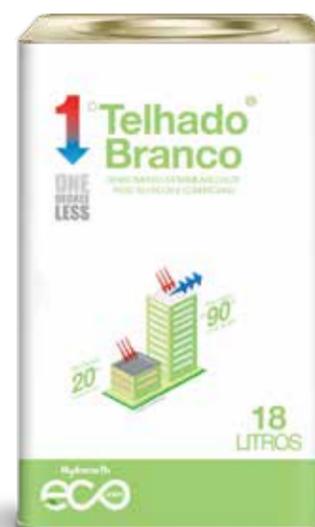
Maiquel destaca que “é sempre importante buscar informações nos rótulos dos produtos e no site do fabricante. Os produtos base água são, por sua vez, os que emitem menos VOC e são mais indicados neste sentido”.

“Investir em treinamentos e capacitação, tanto dos funcionários quanto do profissional da pintura, ajuda a reforçar que a preocupação com o meio ambiente é algo que deve estar no nosso dia a dia também ajuda a mitigar qualquer reticência quanto à utilização de produtos base água, com baixo VOC”, completa.

#### TRAMONTINA

Mudar processos em benefício ao meio ambiente é algo contínuo na empresa. “A Tramontina vem, ano a ano, aprimorando suas práticas ambientais, por meio do investimento em tecnologias limpas para uma operação ambientalmente responsável na gestão de resíduos, águas, efluentes, energia e emissões, além de avaliações de processos, produtos e embalagens. A preocupação com questões ambientais é antiga e, recentemente, começou a ser mais amplamente comunicada”, explica Lizandra Marin, coordenadora de ESG Tramontina.

Informações nos meios tradicionais e digitais esclarecem sobre produtos ecoeficientes. Lizandra Marin afirma que “é um tema que temos uma grande oportunidade de evoluir, de levar aos nossos clientes as nossas



práticas e tudo que a Tramontina faz pelo meio ambiente e pelas pessoas. A empresa sempre teve o hábito de fazer as ações, entendendo que estavam dentro das suas responsabilidades para com a sociedade e seus clientes. Esta evolução está ocorrendo através de comunicações



Lizandra Marin, coordenadora de ESG Tramontina

em redes sociais, em embalagens e em manuais de produtos, além de alguns outros materiais publicitários". Os funcionários e colaboradores têm importância nesse movimento. "É um trabalho contínuo, em que os funcionários, que são nosso maior bem, entendem a cultura da empresa, os eventuais impactos dos processos, das nossas atividades, dos produtos, e levam isso para suas vidas. Auxiliamos na formação de pessoas e minimizando os impactos ambientais dos produtos e das nossas atividades. Este trabalho é feito a partir da integração de novos colaboradores, passando por comunicações internas, campanhas e programas de conscientização, treinamentos, entre outros, sempre para fortalecer essa cultura da empresa de preservar o meio ambiente e promover o desenvolvimento sustentável", acrescenta.

As ações para o futuro visam aumentar ainda mais os cuidados com o meio ambiente. "Pretendemos intensificar os programas de educação ambiental, trabalhando cada vez mais na conscientização de todas as partes interessadas. Estamos atentos a questões de materiais, embalagens, programas de logística reversa, projetos de economia circular, fomento à cadeia de reciclagem, energia e mudanças climáticas, entre outros projetos que temos oportunidade de evoluir e compartilhar com as partes interessadas. Entre os programas de Logística Reversa da empresa, destacamos o projeto piloto de Logística Reversa de Painéis, que está em fase experimental e a intenção é trabalhar com todos os produtos da empresa, gerando impacto positivo. Pretendemos seguir fazendo bonito hoje para transformar o amanhã", encerra Lizandra.

### ROCA BRASIL CERÂMICA

A busca por evolução e otimização de recursos é constante na Roca Brasil Cerâmica, que hoje opera 100% com energia limpa. "Após a avaliação de nossos impactos, através da Análise do Ciclo de Vida (ACV), eliminamos o uso do coque de petróleo em nossos processos, passando a utilizar a biomassa, desde março de 2022. Essas mudanças levaram a uma redução de emissões em 15,4% por m<sup>2</sup>", diz Sergio Wuaden, Managing Director da Roca Brasil Cerâmica e Incepa.

Combustível sólido renovável, a biomassa libera 50% menos CO<sub>2</sub> eq. do que o coque de petróleo para gerar a energia térmica necessária para todos os processos fabris.

O consumidor final mais atento já procura um produto que traz benefícios ao meio ambiente. Mas o revendedor bem treinado também faz a diferença. "A Roca Brasil Cerâmica possui comunicações visuais que são inseridas nas lojas, que trazem algumas informações sobre o diferencial sustentável das marcas Roca Cerâmica e Incepa. A empresa, representada por seus especialistas de produtos, também promove alguns treinamentos com vendedores de lojas em que são apresentadas informações institucionais, linha do tempo da empresa, iniciativas de sustentabilidade, entre outros dados relevantes", afirma.

Mas o dia a dia traz o tema com frequência. "A pauta da sustentabilidade sempre está presente nas ações da Roca Brasil Cerâmica. Seja em reuniões, planejamentos de novos produtos e iniciativas, encontros de funcionários, nas atividades do dia a dia, assim como em comunicados internos e outras formas de comunicação entre funcionários e parceiros", destaca Sergio.

E a continuidade do olhar consciente é o foco de ações futuras. "Nos comprometemos sempre a ter um olhar empático com o meio ambiente e, hoje, investimos também na Análise do Ciclo de Vida (ACV) de nossos novos Super Formatos. Essa prática consiste em analisar de forma sistemática os impactos ambientais dos processos e produtos de uma empresa. Na ACV, foram analisados os efeitos ambientais associados às atividades produtivas da Roca durante as fases de extração de matérias-primas, transporte de insumo e produção. Essa avaliação permite que as empresas compreendam as incidências ambientais dos seus processos produtivos e auxilia na identificação de oportunidades de melhorias nas diversas fases do ciclo de vida. Assim, conseguimos



adotar medidas que minimizam impactos ambientais. Como próximos passos, a ACV de nossa fábrica de São Mateus do Sul está em processo de finalização, com previsão de entrega para o segundo semestre de 2022", finaliza Wuaden.

### CORTAG

João Scudeler, marketing da Cortag, destaca as parcerias e os treinamentos para trabalhar a informação dos produtos junto ao consumidor. "Em nossas interações com o mercado, sejam treinamentos em loja, com a rede de profissionais ou parcerias com ceramistas, esses produtos ganham destaque. É nosso papel conduzir o olhar dos profissionais e lojistas e gerar experiências para compreensão da necessidade de reduzir o impacto ambiental em cada detalhe nas etapas da construção civil", afirma.



Conscientizar os funcionários/colaboradores de que a mudança chegou para ficar ganha atenção especial. João destaca que "todos os agentes internos e externos da Cortag são desafiados a revisar seus processos, aprimorá-los e garantir que estejam em linha com as melhores práticas de preservação e utilização dos recursos naturais. Possuímos um compromisso coletivo de reduzir o nosso impacto ambiental em toda cadeia produtiva e operações", conclui.

### TARKETT

Anna Castro, gerente de marketing, só tem a comemorar a maior procura por produtos ecológicos. "Felizmente, o consumidor está mais exigente em relação

à governança ambiental, social e corporativa das empresas, logo, a decisão de compra está cada vez mais apoiada em produtos e marcas que não só se destacam pela beleza ou qualidade, mas principalmente pela integridade e responsabilidade em relação às pessoas, às comunidades em que estão instaladas e ao planeta. Diante deste contexto, redesenhamos nossos posicionamentos, não só para aumentar o valor agregado dos nossos produtos, mas também consolidar um diferencial competitivo que será cada vez mais importante nos próximos anos", destaca.

Sobre os funcionários, afirma que "as organizações não estão mais fechadas em si mesmas, preocupadas com o que acontece da portaria para dentro. O mundo externo pressiona cada vez mais os players a andarem na linha e a cuidarem do planeta, sobretudo neste mercado de construção civil. Quem não assumir a responsabilidade pelo que coloca no mercado, tornando-se mais eficiente e impactando positivamente a sociedade e o planeta, vai ficar para trás".

Os avanços alcançados cravam o posicionamento atual como meta para o futuro.

"A Tarkett está comprometida com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da Organização das Nações Unidas (ONU) para 2030 e, por conta deste compromisso global, queremos triplicar o uso de materiais reciclados na composição de novos produtos para 30% até 2030. Também assumimos metas para diminuir as emissões de dióxido de carbono (CO<sub>2</sub>), já atingindo uma redução de 27% entre 2010 e 2020. Até 2025, queremos que 30% dos nossos gerentes sejam mulheres. Localmente, dentre outras iniciativas, estamos empenhados em ampliar o alcance do programa ReStart. É um programa de logística reversa que desenvolvemos, desde 2018, em parceria com revendas e instaladores para recolher, nas obras e reformas espalhadas pelo Brasil, sobras e recortes de pisos vinílicos. Ao adquirir nossos pisos vinílicos colados e clicados sem base acústica, as revendas que participam do programa recebem bags exclusivos, onde podem armazenar as sobras de pisos que não foram contaminadas com adesivo ou contrapiso e seriam descartadas após o término da instalação. O material recolhido é reaproveitado na fabricação de novos produtos na nossa planta industrial em Jacareí, SP. Para ampliar o programa, a ideia é estreitar ainda mais o relacionamento com as revendas e os instaladores. Participando do programa, a

revenda ganha mais visibilidade em nosso site, pois, com a inclusão do selo ReStart, a revenda passa a ter prioridade no resultado da busca de revendedores autorizados na busca do nosso site. Também ganha espaço em nosso Instagram, com publicações marcando o perfil da revenda participante. Neste processo de ampliação, os instaladores também são fundamentais. Além de se envolver em uma causa que viabiliza o futuro do planeta, o instalador também pode se beneficiar financeiramente com o programa a partir de um mecanismo que passa a remunerá-lo a partir de uma quantidade recolhida mínima. Se o material estiver nas condições apropriadas para o reaproveitamento, a partir do mínimo de 100 kg de coleta, a Tarkett vai investir 50 centavos por quilo, ou seja, se o instalador for o responsável pelo recolhimento de 200 kg, vai receber 100 reais em um cartão de débito sem qualquer incidência de taxas. É um mecanismo que valoriza o engajamento deste profissional com o programa e com a causa circular, e dada a quantidade de obras que este profissional está envolvido, acaba se tornando um complemento de renda muito importante para a família”, encerra.

#### PRYSMIAN

A chave para ganhar o consumidor é a informação, “sobretudo em relação ao cabo Afumex Green, por exemplo, é algo que incorporamos desde o princípio nas campanhas, embalagens e relações comerciais, pois acreditamos que se trata de um diferencial competitivo do qual a Prysmian foi pioneira. Seria um desperdício ignorá-lo. Não basta ser o melhor cabo em termos de qualidade e performance, ele também precisa entregar uma contribuição decisiva à saúde, à segurança das pessoas e à viabilidade do planeta. Também promovemos constantes treinamentos com a nossa força de vendas junto aos nossos clientes e parceiros, como também webinars gratuitos voltados a diversos temas, inclusive, sobre produtos e sustentabilidade”, afirma Kleber Caliani, gerente de R&D do Grupo Prysmian.

Caliani fala sobre o futuro e diz que “as principais metas do Grupo Prysmian para os próximos anos incluem compromissos para melhorar a diversidade, equidade e inclusão (DE&I); a inclusão digital; a capacitação das comunidades; e o envolvimento e a qualificação dos funcionários. Estes planos serão executados até 2030 e alinham ainda mais o Grupo aos Objetivos

de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da Organização das Nações Unidas (ONU). A estratégia climática, por exemplo, adota metas de base científica alinhadas aos requisitos do Acordo de Paris, que estabelece uma meta de zero emissões geradas por suas operações entre 2035 e 2040 e zero emissões geradas pela sua cadeia de valor até 2050”.

#### CERÂMICA ATLAS

“Desenvolvemos um plano de marketing integrado, gerando conteúdo através de catálogos/folders, site e redes sociais. Com a internet, conseguimos, com muita agilidade, fazer com que a mensagem chegue aos diferentes níveis de consumidores”, acrescenta Cristina Ricciardi Brisighello, diretora da Cerâmica Atlas.

“A conscientização parte principalmente do modelo de gestão e das ações realizadas junto aos nossos colaboradores. Todos os funcionários e terceiros recebem um manual, onde devem respeitar e cumprir todos os protocolos, originando assim em uma prática comum e que se estende para fora da fábrica. Como temos um parque fabril com várias unidades, até hoje, utiliza-se a bicicleta como meio de transporte principal, evitando assim a poluição do ar”, destaca.

Cristina é audaciosa ao comentar sobre um grande



objetivo. “Queremos nos tornar, ao longo dos próximos anos, uma vitrine de indústria sustentável em nossa região/Estado e já estamos nos preparando e correndo atrás de certificações. Sabemos que existem diversas etapas, mas já estamos avançados e empenhados em atender todos os requisitos. A ampliação da Linha REC é uma tendência para os próximos lançamentos. Novos formatos e cores já estão sendo desenvolvidos para a feira que acontece no início de 2023”, complementa.

#### ETERNIT

Luis Lopes, gerente de desenvolvimento de Novos Negócios da Eternit, afirma que “o consumidor já associa geração de energia solar a benefícios para o meio ambiente. A energia limpa é uma demanda da sociedade para consumir produtos que prezem por sustentabilidade. Investir nesse projeto é investir em um mundo melhor, cuidar do planeta, onde é possível ajudar na preservação do meio ambiente através da energia solar, para que



a manutenção dos recursos naturais seja feita de forma consciente. Além disso, as vendas são feitas por uma equipe interna, que tem conhecimento e treinamento específico para falar das qualidades do produto tanto na sua concepção quanto nos benefícios que ele traz”. E acrescenta que “a preocupação com o meio ambiente faz parte da cultura da Companhia, temos diversos programas de redução de resíduos, melhor aproveitamento de utilização de água, preservação de florestas e matas no entorno de nossas fábricas para o desenvolvimento de produtos sustentáveis. A conscientização está no dia a dia dos colaboradores, através de ações de ESG, onde eles passam a ter uma percepção maior de assuntos voltados a práticas sustentáveis, consequentemente enxergam essas características nos produtos da empresa e entendem que esse é o investimento da Eternit para o presente e o futuro”.

Tecnologias e novos produtos estão nos próximos

passos da empresa. “Atualmente, estamos em busca de um aumento de capacidade de produção, já estamos lançando novos produtos, temos outros em fase de projetos piloto e continuamos investindo no desenvolvimento da nossa tecnologia. Como temos a patente e o direito exclusivo de explorar comercialmente esse processo, isso abre ainda a possibilidade de utilização desta mesma tecnologia para outras aplicações além das telhas”, reforça Luis.

#### GRUPO LINEAR

“Várias medidas de economia sustentável diretamente com os colaboradores vêm sendo praticadas na empresa. Programas de conscientização ambiental, com divulgação interna de informativos, incentivo à reciclagem e recolhimento de tampas de garrafas pet e lacres de latas de alumínio para destinação correta têm sido recorrentes desde as ações do Junho Verde, quando a corporação se debruçou em atividades e desafios que envolvessem os funcionários em causas ambientais e sociais”, afirma Roni Branco, diretor comercial do Grupo Linear.

Roni ainda acrescenta que “há treinamento com vendedores, balconistas, arquitetos e engenheiros através do Road Show e treinamentos e cursos on-line para que a informação seja repassada aos consumidores no ato da compra/installação. Além disso, a mensagem é passada através das redes sociais da empresa e das embalagens”.

Os funcionários/colaboradores já chegam na empresa conscientes de que, “no Grupo Linear, são implantadas ações cotidianas nesse sentido, convidando os colaboradores a participar e mostrando os resultados dessas práticas. A partir desse envolvimento, todos são incentivados a levar essas ações para as suas casas também”, comenta.

Para finalizar, Roni informa que “o setor de desenvolvimento de produto está sempre atento às novidades do mercado e com foco nas ações cada vez mais voltadas ao ESG. Sem dúvidas, a sustentabilidade já é uma exigência de negócios e o Grupo Linear pauta suas decisões em práticas que atendam a critérios de governança social, ambiental e corporativa”.



## SINTEX

“Nossos vendedores e consultores passam regularmente por treinamentos e capacitação para levar esse tipo de informação aos canais de venda, sejam eles físicos ou digitais. Toda nossa comunicação destaca os propósitos de sustentabilidade”, informa Ênio Bernardes, diretor da Sintex. “Há algum tempo, inclusive, a corporação mudou a parte externa das embalagens: elas são desprovidas da película plástica, que dá aquele visual brilhante, pois, dessa forma, a fabricação é menos prejudicial ao meio ambiente e facilita a reciclagem”, acrescenta.

Com relação aos funcionários, “essa conscientização é cotidiana. Dentro da empresa, como temos essas preocupações nas práticas de produção, os colaboradores em todos os setores já incorporaram as ações. O que empregamos aqui levamos para dentro das nossas casas também. Acreditamos que esse trabalho que adotamos como hábito aqui repercute fora da empresa na mesma intensidade”, diz.

Os próximos passos vão trazer mais novidades sustentáveis. “A Sintex está sempre inovando com base no que o mercado pede. Com a questão ESG em alta, a tendência é que nosso portfólio esteja cada vez mais alinhado com inovações que promovam a economia e eficiência. Estamos trazendo produtos na linha comercial, com itens para barbearias, por exemplo, e para os próximos anos, novas opções estão sendo estudadas”, encerra.



## LUZTOL

“Buscamos conscientizar nossos parceiros lojistas e pintores em todos os treinamentos, cursos e palestras que realizamos, não apenas apresentando as nossas ações e os cuidados com a produção e desenvolvimento de nossos produtos, mas focando na necessidade das iniciativas individuais. Além disso, temos em nos-

so site a seção “Consciência Ambiental”, que apresenta as nossas iniciativas e programas voltados ao respeito ao meio ambiente, bem como promovemos a sensibilização às questões ambientais por meio de mensagens instrutivas em nossas redes sociais e todas as nossas

embalagens apresentam um QR code com acesso direto à página”, explica Herlon Pereira, coordenador de marketing da Luztol.

Com relação aos funcionários, “temos diálogos, palestras e comunicados frequentes em nossas plataformas de comunicação internas, promovendo a importância das ações ambientais”, diz. E destaca que, “recentemente, promovemos a 1ª Semana do Meio Ambiente, na qual tivemos palestras abordando diversos temas, como correto descarte de resíduos e pneus e coleta seletiva, sendo esta uma iniciativa difundida em toda a empresa, com lixeiras individualizadas e identificadas de acordo com cada tipo de material”.

As soluções para o futuro se mantêm no caminho da empresa. “Sempre estamos em busca de novas soluções que consigam atender com menor impacto ambiental, qualidade e preço compatível à expectativa do consumidor”, acrescenta.

## EUCATEX

Os benefícios ao meio ambiente chegam ao consumidor com informação no ponto de venda. “Em nossos treinamentos, reforçamos os atributos sustentáveis de nossos produtos e trabalhamos a comunicação dos selos e características dos produtos, em nosso site e embalagens. Além de toda a divulgação que fazemos por meio de nossas redes sociais e palestras que ministramos para variados públicos e segmentos comerciais da construção civil”, detalha Flávia Athayde Vibiano, gerente de marketing e produtos da Construção Civil da Eucatex. “Como as certificações já são uma realidade para a Eucatex há anos, pertencem ao nosso DNA de fabricação e ao nosso pensamento coletivo, pois quando pensamos em desenvolvimentos ou melhorias, já estamos pensando na manutenção e nos benefícios que serão oferecidos ao meio ambiente”, completa.

Novidades devem chegar em breve ao mercado.



“Os desenvolvimentos nunca param, pois o movimento mantém a empresa viva e estará sempre presente nestes projetos no quesito ecologicamente correto”, encerra.



## ASTRA

Diferentes meios de comunicação são usados pela Astra e ajudam a movimentar os negócios. Joaquim Coelho, diretor comercial da Astra explica que “o consumidor final é impactado por este tipo de informação de diferentes formas. No on-line, o site e as redes sociais da empresa são os principais canais de comunicação da marca com os consumidores.

Disponibilizamos conteúdos em diferentes formatos (texto, foto, vídeo), que tratam, entre outros assuntos, dos produtos da linha sustentável, itens ecoeficientes e ações ambientais adotadas pela Astra. No e-commerce da marca, as características e informações técnicas destes produtos também podem ser consultadas pelos consumidores. No ponto de venda, ainda, as embalagens destes itens possuem algumas informações que destacam, por exemplo, economia de água (caso dos produtos ecoeficientes) e tipo de matéria-prima usada. Há ainda o QR Code que direciona os consumidores para hotspots específicos, onde são disponibilizados outros conteúdos relacionados. Quando falamos de lojistas, vendedores e balconistas, os representantes de vendas desempenham um papel fundamental. Com o suporte da equipe comercial interna da Astra, mais de 270 profissionais espalhados por todo o Brasil transmitem essas informações para os mais de mais de 35 mil clientes da marca”.

E conscientizar os funcionários “através de uma comunicação clara, ágil e transparente nos diferentes níveis hierárquicos. E as lideranças assumem um importante papel neste sentido. Em nossas unidades, os gestores são responsáveis por disseminar as informações de maneira coerente, a fim de reduzir significativamente os ruídos durante este processo. Essa comunicação é sustentada pelo Relatório ESG e em

outras ferramentas direcionadas exclusivamente para os colaboradores”, acrescenta.

## AKZO NOBEL

“A informação é nossa maior aliada para intensificar o consumo de produtos mais amigáveis ao meio ambiente. É muito importante que os consumidores finais saibam sobre a evolução dos nossos produtos base água e vejam os benefícios que eles trazem. E, nesse processo, o papel dos lojistas e pintores, como disseminadores de conhecimento, é fundamental – especialmente para desmistificar qualquer ideia incorreta que possa haver em relação ao desempenho, atributos e aplicação dos produtos. Contamos com esse contato próximo aos nossos clientes (lojistas e finais), sempre destacando essas informações”, afirma Elaine Poço, diretora de P&D e Sustentabilidade da Akzo-Nobel para América do Sul.



A diretora ainda fala dos objetivos da empresa. “Nossa ambição é ser líder em sustentabilidade em tintas e revestimentos. Para isso, atuamos em três pilares: pessoas (inspirando pessoas, empoderando comunidades e apoiando a diversidade e inclusão), planeta (como reduzimos nosso impacto sobre o planeta e protegemos o meio ambiente por meio de nossas metas) e pintura (como constantemente inovamos e oferecemos aos nossos clientes produtos e serviços com benefícios tangíveis que se refletem em impactos sociais e na preservação do meio ambiente). Isso se reflete no propósito da nossa empresa: People.Planet.Paint (Pessoas.Planeta.Pintura), esses três pilares permeiam todos os nossos projetos e nossa forma de trabalhar e é constantemente reforçado no nosso dia a dia de todos os colaboradores”.

Pensando no futuro, Elaine afirma que “nossas soluções em sustentabilidade buscam empoderar as Pessoas, melhorar nossos processos para reduzir nosso impacto no Planeta e inovar trazendo soluções mais sustentáveis em Pintura para nossos clientes. Temos seis direcionadores de sustentabilidade que orientam nossas ações e nossos produtos:

Planeta: uso de material reduzido, reutilizado e reciclado – aproveitamos ao máximo os recursos e utilizamos recicláveis em produtos e embalagens; Menos resíduos – minimizamos os resíduos gerados. Pessoas: saúde e bem-estar – impactamos positivamente a vida das pessoas com nossas cores ou com produtos que eliminam bactérias; Comunidade – levamos mais cor para transformar espaços, comunidades e pessoas com nosso movimento Tudo de Cor. Pintura: maior durabilidade – cor e proteção à superfície por mais tempo, preservando recursos; Baixa emissão de carbono – utilizamos matérias-primas com baixo teor de compostos orgânicos voláteis e baixa emissão de carbono”, detalha.

“Temos a ambição de que ao menos 50% de nossos produtos tenham ao menos alguns desses benefícios em sustentabilidade. Recentemente, lançamos o verniz pós-pintura Coral Bem-Estar Proteção Antimosquito, que possui ação repelente contra o Aedes Aegypti, o mosquito transmissor da dengue, Zika e Chikungunya, tendo um impacto positivo para as pessoas”, encerra.

#### VOTORANTIM CIMENTOS

“Para a Votorantim Cimentos, a Sustentabilidade é uma jornada que caminha junto com a nossa história de quase 90 anos. Somos pioneiros na implementação do coprocessamento no Brasil, por exemplo, processo que realizamos desde a década de 1990 no Brasil. Desde sua



Hugo Armelin, diretor de Marketing, Comercial e de Operações de Concreto da Votorantim Cimentos

fundação, a Votorantim Cimentos sempre se preocupou com a geração de energia própria para a produção de suas fábricas. Atualmente, 24% da energia consumida pela Votorantim Cimentos é fornecida por usinas hidrelétricas que compõem o parque de autoprodução da companhia no Brasil. Além das hidrelétricas próprias, a companhia vem realizando grandes investimentos em energia solar e eólica. Como exemplo dessa evolução, em novembro de 2020, demos

mais um passo nessa jornada, publicando nossos Compromissos em Sustentabilidade para 2030, que envolvem as melhores práticas ambientais, sociais e de governança, dentro do conceito ESG, e alinhadas aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da ONU. Nossa ambição é chegarmos em 2050 com uma produção de concreto neutro em carbono”, detalha Hugo Armelin, diretor de Marketing, Comercial e de Operações de Concreto da Votorantim Cimentos. “Além de produtos disponíveis aos consumidores, em 2019, lançamos no Brasil a Verdera, nossa unidade de gestão de resíduos, que oferece ao mercado o serviço de coprocessamento como destinação final de resíduos para outras empresas de forma segura e ambientalmente correta. Nos dois primeiros anos de operação da Verdera (2020-2021), atingimos a marca recorde de 2,1 milhões de toneladas de resíduos coprocessados. Isso significa 1,4 milhão de toneladas de CO2 a menos na atmosfera, tornando o processo industrial mais limpo, sustentável e alinhado com o desenvolvimento das comunidades, além de termos evitado que esses resíduos fossem parar em aterros e lixões”, acrescenta.

As ações internas são fortes, para mudar a mentalidade de todos. “Em linha com nossos compromissos públicos de sustentabilidade para 2030, em 2020, fizemos uma revisão da nossa cultura organizacional com o objetivo de olhar para o futuro sem esquecer o passado. Hoje, a cultura da Votorantim Cimentos é representada pelo Nosso Jeito VC, composto por três dimensões: 1- Nosso Jeito de Ser é ético e humano, representado pelos princípios de segurança e saúde, ética, diversidade e diálogo franco; 2 - Nosso Jeito de Fazer juntos com excelência, representado pelos princípios de foco do cliente, simplicidade, confiança e assumir responsabilidade; e 3 - Nosso Jeito de Ir Além com coragem para transformar, representado pelos princípios de aprender, evoluir, resultados duradouros e legado positivo”, explica.

“Buscamos a evolução constante para gerar resultados duradouros e um legado positivo. Para nós, a agenda de mudanças climáticas também significa competitividade. As indústrias mais competitivas serão aquelas com menor emissão de gases de efeito estufa. Afinal, a crise ambiental é, em última instância, uma crise também econômica. E a Votorantim Cimentos tem liderado vários esforços de descarbonização. Um exemplo é a nossa ambição de chegarmos em 2050 com uma produção de concreto neutro em carbono”, comemora.

#### INFORMAÇÃO PARA MANTER AMBIENTES EM SEGURANÇA

Diferentes meios digitais auxiliam na divulgação de informações ao público. “Atualmente, trabalhamos com diferentes frentes de comunicação, como redes sociais ou os canais de contatos comerciais com profissionais da obra e clientes. No último ano, realizamos a campanha “O Caçador de Gambiarras”, com o ator Paulo Vieira, que atraiu o público com narrativas bem-humoradas sobre soluções improvisadas (“gambiarras”) que seriam mais eficientes (e seguras) se substituídas com as soluções oferecidas pela Tigre. Acreditamos que o contato e a comunicação com os clientes são fundamentais para entender como a empresa pode oferecer produtos e serviços que tenham soluções eficazes para as demandas dos negócios. Em 2021, por meio do programa Tigre em Campo, profissionais da empresa tiveram a oportunidade de visitar o varejo com essa finalidade. E também implementamos o programa gratuito on-line Tigre Tá On, de capacitação para vendedores, balconistas e profissionais de obra. A intenção é que cada vez mais possamos utilizar os diferentes canais com os nossos clientes e consumidores para disseminar a cultura e os benefícios de hábitos, práticas e do consumo consciente”, informa Guilherme Lutti, gerente de Inovação da Tigre. E acrescenta que “trata-se de um aspecto que deve estar inserido no dia a dia das pessoas. Internamente, realizamos campanhas em datas comemorativas, além de webinar para quase todos os países onde estamos presentes na Latam e Estados Unidos, por meio do Tigre Talks. Nesse webinar, são abordados temas relacionados a cliente, inovação, diversidade, sustentabilidade, tecnologia, pessoas e resultados”.

Os planos para o futuro envolvem um longo planejamento. “A Tigre entende que a inovação pode ser adotada cotidianamente, na resolução de problemas simples, de forma a agregar valor aos negócios. O aspecto ecológico é considerado no desenvolvimento de produtos, serviços e modelos de negócio para atender de forma ampla e assertiva o interesse de clientes e con-



sumidores. Assim, suas necessidades são antecipadas com produtos e serviços que contribuem com construções mais eficientes e transformam a qualidade de vida das pessoas por meio do cuidado com a água. Seguiremos nesta frente de atuação, com o processo de TRM, como citado anteriormente, sempre com foco nas soluções para os próximos dez anos”, conclui.

#### IMPORTÂNCIA DA IMPRENSA ENTRE OS CANAIS DE COMUNICAÇÃO



Luis Fernando Guggenberger, executivo de Marketing, Inovação e Sustentabilidade da Vedacit, ressalta a importância da imprensa entre os canais de comunicação. “Além do descritivo nas embalagens, disponibilizamos as informações em todos os nossos canais (site, redes sociais, imprensa), produzimos uma comunicação especial para os pontos de venda e, sempre que há novidades, informamos diretamente os revendedores parceiros”, detalha.

A participação dos funcionários é essencial. Luis explica que “a conscientização dos colaboradores é fundamental nesse processo. Para isso, desde o princípio, temos uma comunicação clara sobre os projetos, ações e metas. O time de colaboradores, cada vez mais inclusivo e diverso, é sempre convidado a contribuir com o desenvolvimento das ações. Temos também uma política amplamente divulgada para orientar a jornada na promoção de saúde e segurança no ambiente de trabalho e na garantia do equilíbrio ambiental. O tema está expresso no Código de Conduta e em seus objetivos sustentáveis. Todos os colaboradores são orientados a atuar com vistas ao alcance de zero acidente e à redução do impacto ao meio ambiente por meio da prática dos 3Rs (Reduzir, Reutilizar e Reciclar)”.

E muito trabalho será feito nos próximos anos. “As metas de Sustentabilidade até 2025 incluem a logísti-

ca reversa ou compensação de 22% das embalagens e, pelo menos, 25% de embalagens são fabricadas advindas de tecnologias verdes ou biodegradáveis”, encerra Guggenberger.

### CONHECIMENTO SUSTENTÁVEL E ATUAL

Ferramentas modernas são usadas no dia a dia e podem trazer melhoras no aprendizado aos funcionários. “Para engajar os colaboradores, a Lorenzetti desenvolve campanhas e treinamentos voltados para a educação ambiental e premissas de sustentabilidade, com o objetivo de conscientização e mudança de valores. Como exemplo, destaca-se o Loren Cicla, de coleta seletiva, que ensina e traz iniciativas internas de reciclagem e promove o reaproveitamento de materiais recicláveis”, diz Paulo Galina, gerente de marketing da Lorenzetti.

Mas as ações sustentáveis acontecem faz tempo na empresa. “Há anos, a Lorenzetti realiza ações internas que têm como direcionamento a sustentabilidade. Tema que faz parte das diretrizes estratégicas da empresa. A companhia busca conscientizar mais de 5 mil funcionários e suas famílias sobre a necessidade de preocupação com o meio ambiente. Nesse ano, a ação teve como mote os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), exaltando quatro deles que impactam diretamente a vida de todos os envolvidos: Trabalho Decente e Crescimento Econômico; Indústria, Inovação e Infraestrutura; Redução das Desigualdades e Cidades e Comunidades Sustentável” encerra.



### RESPONSABILIDADE PELO PLANETA

Vinicius Milhomem, diretor de Marketing da Saint-Gobain Produtos Para Construção informa que, na empresa, todos “trabalhamos para multiplicar a consciência e a responsabilidade de cooperar para o desenvolvimento de uma companhia cada vez mais sustentável, que cresça e impacte positivamente o meio no qual estamos inseridos. Seguimos por meio da



conscientização de que todos fazem dessa transformação cultural e que todas as áreas e pessoas de alguma forma podem colaborar para uma mudança necessária para garantir nossa própria existência”.

“Nosso propósito é fazer do mundo um lar melhor, desta forma, estamos trabalhando para colaborar na jornada de descarbonização do mercado da construção civil e, para isso, lançamos recentemente nosso plano estratégico chamado Grow & Impact, colocando a Saint-Gobain como líder global em construção leve e sustentável, melhorando a vida diária das pessoas por meio de soluções de alto desempenho”, apresenta Vinicius Milhomem, diretor de Marketing da Saint-Gobain Produtos Para Construção.

“Visamos CRESCER, como uma empresa global para continuar projetando, fabricando e distribuindo as melhores e mais inovadoras soluções para nossos clientes, que demonstrem desempenho e sustentabilidade; E devemos IMPACTAR positivamente a vida de todos, garantindo o bem-estar individual e coletivo enquanto cuidamos do planeta. Este é o nosso PLANO ESTRATÉGICO, nosso guia coletivo para os próximos anos, abordando esses desafios ambientais, humanos e industriais globais, ao mesmo tempo em que promovemos nosso crescimento sustentável por meio de respostas pioneiras e eficientes. Integrando um modelo de crescimento rentável e o imperativo de um desenvolvimento ecologicamente responsável e socialmente comprometido”, elogia.

## QUANDO VOCÊ VENDE MARLUVAS, SUAS VENDAS CRESCEM.

Vender Marluvas é mais fácil porque existe uma linha completa de luvas e calçados de segurança com tecnologia de ponta, design diferenciado e a qualidade que os clientes reconhecem. Por isso, a Marluvas é a marca líder de mercado. Venda mais. Venda Marluvas.





# FIFA WORLD CUP Qatar 2022

## TEM BRASIL EM CAMPO. E FAVORITO!

pela primeira vez, a Copa do Mundo será realizada no fim do ano, em meio ao calendário europeu de futebol. A competição terá início em 20 de novembro, com o anfitrião, Catar, jogando no Al Bayt, com o Equador. A decisão está marcada para o dia 18 de dezembro, no Estádio Lusail. Uma mudança importante está no número de partidas que serão disputadas por dia. Com um calendário três dias mais enxuto do que o das últimas Copas, a competição terá quatro jogos por dia na primeira fase, ante três de outras edições. Somente o Comitê Organizador investiu US\$ 6,5 bilhões, em especial nas arenas esportivas.

O sorteio dos grupos da Copa do Mundo no Catar colocou duas seleções europeias no caminho do Brasil na primeira fase: Sérvia, que será o nosso jogo de estreia, dia 24 de novembro, e Suíça, segunda partida, dia 28. Camarões também está na chave, que é equilibrada, mas o Brasil ainda é o grande favorito. O jogo contra Camarões está marcado para o dia 2 de dezembro. Duelos interessantes acontecerão em chaves mais equilibradas, como Argentina e Polônia, no Grupo C; Espanha e Alemanha, no E; e Portugal e Uruguai, no H.

A seleção brasileira tem como destaques os jogadores Neymar, Vinícius Jr., Raphinha, Antony, Rodrygo, entre outros.

Pequeno, rico e muito quente, o Catar tem temperaturas por volta dos 50°C no verão, por isso, o mundial precisou acontecer no final do ano, com clima mais ameno durante os 80 jogos que ocorrerão nos 8 estádios escolhidos para a competição.

### MAIS JOGADORES

Esta Copa será marcada por grandes mudanças. Além da utilização do VAR pela primeira vez, a Fifa oficializou que a Copa do Mundo do Catar será a primeira da história para as quais as seleções poderão levar 26 jogadores – em vez dos habituais 23. Será permitido aos 32 técnicos das seleções que disputarão a Copa do Mundo levar 15 jogadores para o banco de reservas – todos poderão ser inscritos em cada partida e ficarão à disposição para entrar em campo durante os jogos. Também serão permitidas cinco substituições por jogo, desde que distribuídas em três paralisações.

## GRUPO REVENDA

## TABELA DA COPA DO MUNDO 2022

GRUPO A	
20 NOV, 13:00 hrs.	Estádio Al Bayt Catar - Equador
21 NOV, 13:00 hrs.	Estádio Al Thumama Senegal - Holanda
25 NOV, 10:00 hrs.	Estádio Al Thumama Catar - Senegal
25 NOV, 13:00 hrs.	Estádio Internacional Khalifa Holanda - Equador
29 NOV, 12:00 hrs.	Estádio Internacional Khalifa Equador - Senegal
29 NOV, 12:00 hrs.	Estádio Al Bayt Holanda - Catar

GRUPO B	
21 NOV, 10:00 hrs.	Estádio Internacional Khalifa Inglaterra - Irã
21 NOV, 16:00 hrs.	Estádio Ahmad Bin Ali EUA - País de Gales
25 NOV, 07:00 hrs.	Estádio Ahmad Bin Ali País de Gales - Irã
25 NOV, 16:00 hrs.	Estádio Al Bayt Inglaterra - EUA
29 NOV, 16:00 hrs.	Estádio Al Thumama Irã - EUA
29 NOV, 16:00 hrs.	Estádio Ahmad Bin Ali País de Gales - Inglaterra

GRUPO C	
22 NOV, 07:00 hrs.	Estádio Lusail Argentina - Arábia Saudita
22 NOV, 13:00 hrs.	Estádio 974 México - Polônia
26 NOV, 10:00 hrs.	Estádio Cidade da Educação Polônia - Arábia Saudita
26 NOV, 16:00 hrs.	Estádio Lusail Argentina - México
30 NOV, 16:00 hrs.	Estádio 974 Polônia - Argentina
30 NOV, 16:00 hrs.	Estádio Lusail Arábia Saudita - México

GRUPO D	
22 NOV, 10:00 hrs.	Estádio Cidade da Educação Dinamarca - Tunísia
22 NOV, 16:00 hrs.	Estádio Al Janoub França - Austrália
26 NOV, 07:00 hrs.	Estádio Al Janoub Tunísia - Austrália
26 NOV, 13:00 hrs.	Estádio 974 França - Dinamarca
30 NOV, 12:00 hrs.	Estádio Cidade da Educação Tunísia - França
30 NOV, 12:00 hrs.	Estádio Al Janoub Austrália - Dinamarca

GRUPO E	
23 NOV, 10:00 hrs.	Estádio Internacional Khalifa Alemanha - Japão
23 NOV, 13:00 hrs.	Estádio Al Thumama Espanha - Costa Rica
27 NOV, 07:00 hrs.	Estádio Ahmad Bin Ali Japão - Costa Rica
27 NOV, 16:00 hrs.	Estádio Al Bayt Espanha - Alemanha
1º DEZ, 16:00 hrs.	Estádio Internacional Khalifa Japão - Espanha
1º DEZ, 16:00 hrs.	Estádio Al Bayt Costa Rica - Alemanha

GRUPO F	
23 NOV, 07:00 hrs.	Estádio Al Bayt Marrocos - Croácia
23 NOV, 16:00 hrs.	Estádio Ahmad Bin Ali Bélgica - Canadá
27 NOV, 10:00 hrs.	Estádio Al Thumama Marrocos - Canadá
27 NOV, 13:00 hrs.	Estádio Internacional Khalifa Croácia - Canadá
1º DEZ, 12:00 hrs.	Estádio Ahmad Bin Ali Croácia - Bélgica
1º DEZ, 12:00 hrs.	Estádio Al Thumama Canadá - Marrocos

GRUPO G	
24 NOV, 07:00 hrs.	Estádio Al Janoub Suíça - Camarões
24 NOV, 16:00 hrs.	Estádio Lusail Brasil - Sérvia
28 NOV, 07:00 hrs.	Estádio Al Janoub Camarões - Sérvia
28 NOV, 13:00 hrs.	Estádio 974 Brasil - Suíça
2 DEZ, 16:00 hrs.	Estádio 974 Sérvia - Suíça
2 DEZ, 16:00 hrs.	Estádio Lusail Camarões - Brasil

GRUPO H	
24 NOV, 10:00 hrs.	Estádio Cidade da Educação Uruguai - Coreia do Sul
24 NOV, 13:00 hrs.	Estádio 974 Portugal - Gana
28 NOV, 10:00 hrs.	Estádio Cidade da Educação Coreia do Sul - Gana
28 NOV, 16:00 hrs.	Estádio Lusail Portugal - Uruguai
2 DEZ, 12:00 hrs.	Estádio Cidade da Educação Coreia do Sul - Portugal
2 DEZ, 12:00 hrs.	Estádio Al Janoub Gana - Uruguai

OITAVAS DE FINAL	
3 DEZ, 12:00 hrs.	Estádio Internacional Khalifa (1º GRUPO A) - (2º GRUPO B)
3 DEZ, 16:00 hrs.	Estádio Ahmad Bin Ali (1º GRUPO C) - (2º GRUPO D)
4 DEZ, 16:00 hrs.	Estádio Al Bayt (1º GRUPO B) - (2º GRUPO A)
4 DEZ, 12:00 hrs.	Estádio Al Thumama (1º GRUPO D) - (2º GRUPO C)

QUARTAS DE FINAL	
5 DEZ, 12:00 hrs.	Estádio Al Janoub (1º GRUPO E) - (2º GRUPO F)
5 DEZ, 16:00 hrs.	Estádio 974 (2º GRUPO H) - (1º GRUPO G)
6 DEZ, 12:00 hrs.	Estádio Cidade da Educação (1º GRUPO F) - (2º GRUPO E)
6 DEZ, 16:00 hrs.	Estádio Lusail (1º GRUPO H) - (2º GRUPO G)

SEMIFINAL	
13 DEZ, 16:00 hrs.	Estádio Lusail (VENCEDOR JOGO A) - (VENCEDOR JOGO B)
14 DEZ, 16:00 hrs.	Estádio Al Bayt (VENCEDOR JOGO C) - (VENCEDOR JOGO D)

TERCEIRO LUGAR	
17 DEZ, 12:00 hrs.	Estádio Internacional Khalifa (PERDEDOR JOGO I) - (PERDEDOR JOGO II)

### FINAL

18 DEZ, 12:00 hrs.	Estádio Lusail (VENCEDOR JOGO I) - (VENCEDOR JOGO II)
--------------------	--

### CAMPEÃO





## PARA AMPLIAR O CONHECIMENTO

**D**ados das últimas pesquisas realizadas a respeito do hábito de leitura entre brasileiros revelam um cenário preocupante. Entre 2015 e 2019, o país perdeu 4,6 milhões de leitores, ou seja, pouco mais da metade dos brasileiros têm o costume de ler (52%). O levantamento foi divulgado em 2020 e faz parte da pesquisa “Retratos da Leitura no Brasil”, realizada pelo Instituto Pró-Livro, em parceria com o Itaú Cultural.

Ainda que, no Brasil, sejam poucos os projetos de leitura desenvolvidos por instituições sociais (8,38%), em comparação com pessoas físicas (42%) e bibliotecas (34%), segundo a pesquisa “O Brasil que Lê”, publicada em outubro de 2021, iniciativas como o “Canteiro da Leitura”, do Instituto A.Yoshii, tornam-se fundamentais no incentivo à leitura e na formação de novos leitores.

A proposta do projeto, criado há cerca de um ano, em Londrina, PR, é ofertar um espaço nos locais das

construções, com livros e revistas pensados para as realidades profissional e pessoal dos colaboradores. Recentemente, cinco novos canteiros foram inaugurados nas obras do Grupo A.Yoshii, construtora do Paraná.

Para o electricista Zenilto Santana de Araújo, de 51 anos, que procura ler todos os dias em casa, poder contar com um espaço exclusivo para a leitura no ambiente de trabalho “é uma iniciativa muito nobre e também uma boa maneira de incentivo. A leitura une o prazer e o conhecimento da forma mais simples. É lendo que diversificamos nosso vocabulário e passamos a ter mais conteúdo para conversar sobre os mais variados assuntos”, afirma.

Já foram implantados oito “Canteiros da Leitura”, impactando diretamente mais de mil colaboradores. “Com os exemplares disponíveis no ambiente de trabalho e em um espaço projetado para funcionar como biblioteca, as chances deles conhecerem novos livros



e tomarem gosto pela leitura aumentam. Ainda é possível levá-los para ler em casa com a família”, explica o presidente do Instituto A.Yoshii, Aparecido Siqueira.

O pedreiro Edgard Vera Zerpa, de 55 anos, veio da Venezuela e trouxe consigo a paixão pelos livros. Na inauguração do espaço na obra do Epic, em Londrina, ele fez questão de garantir um exemplar para ler em casa. “Minha mãe é analfabeta e adora que eu leia para ela. É uma forma de distrairmos a mente, já que acabamos nos envolvendo com as histórias, e também é o melhor caminho para adquirir conhecimento”, diz.

O “Canteiro da Leitura” fica disponível durante toda a execução da obra. Os mobiliários, como luminárias, mesas e bancos presentes nesses espaços, são feitos a partir dos resíduos da construção civil, como pallets de madeira, lona e bobinas, reforçando as ações em prol de educação, cultura e meio ambiente, que norteiam a atuação do Instituto A.Yoshii há mais de 15 anos.

### NOVOS CANTEIROS, MAIS LEITORES

O “Canteiro da Leitura” irá contemplar todos os projetos em execução das construtoras A.Yoshii e Yticon, nas cidades onde o grupo atua. Em Londrina, atualmente, são três espaços em funcionamento nas obras: do The Edge, do Lumini e do Epic. A iniciativa também avançou, neste ano, para o setor de obras corporativas, como em Porto Amazonas, também no Paraná.

Em Maringá, os empreendimentos La Reserve e Landscape também ganharam o espaço para leitura. “Buscamos levar conhecimento para todos os nossos colaboradores, disponibilizando exemplares de temas variados, como gestão, autoajuda, biografias, gibis, esportes e religião. Sabemos que essa prática também vai ajudá-los nas relações de trabalho”, finaliza Aparecido.

# VENDAS DE CIMENTO TÊM LEVE RECUPERAÇÃO

O cenário econômico instável marcado por juros altos, elevado endividamento e renda baixa dos brasileiros seguem travando o crescimento da atividade cimenteira. Em agosto, as vendas do produto registraram números próximos ao mesmo mês de 2021, com um leve aumento de 0,1% - atingindo 5,9 milhões de toneladas comercializadas - e no acumulado do ano, o recuo foi de 2,9%, segundo o Sindicato Nacional da Indústria do Cimento (SNIC). Ao se analisar o despacho do insumo por dia útil, nota-se uma queda de 3,9% sobre o mesmo mês do ano passado, ou seja, comercialização de 234,6 mil toneladas por dia em agosto de 2022.

Paulo Camillo Penna, presidente do SNIC, avalia que o segundo semestre poderá apresentar melhor de-



Paulo Camillo Penna, presidente do SNIC

sempenho: "A sazonalidade nas vendas da indústria do cimento, que tem, historicamente, um melhor desempenho no segundo semestre, poderá nos levar a uma parcial recuperação nas perdas registradas na primeira metade do ano".

O setor continua sendo afetado por fatores domésticos relevantes que impactam sua recuperação. A Selic, ainda em patamares elevados, de 13,75%, aumenta os custos de crédito e a renda disponível por parte das famílias segue amplamente comprometida.

Apesar disso, o setor da construção civil teve seu PIB aumentado em 9,5% no 1º semestre em relação a igual período do ano passado, contribuindo para o crescimento do Produto Interno Bruto brasileiro e na geração de emprego e renda. Ainda que o mercado de trabalho esteja se recuperando com a menor taxa de desemprego desde setembro de 2015, os salários não estão no mesmo ritmo, com valores inferiores aos registrados antes da pandemia. Nesse sentido, a liberação do saque do FGTS e o novo Auxílio Brasil injetaram novo ânimo no setor.

Os indicadores de confiança acompanharam esse otimismo. O índice do consumidor voltou a subir impulsionado pela melhora do mercado de trabalho e desaceleração da inflação. Na construção, foi em função das últimas medidas de apoio voltadas para o segmento de habitação social. Já a confiança da indústria está mais positiva com a queda de preços de combustíveis e energia.

Mesmo sem as restrições impostas pela pandemia, o mercado imobiliário sinaliza queda no número de lançamentos, de 6%, no primeiro semestre de 2022 em

## Venda de Cimento - Dados Preliminares\*

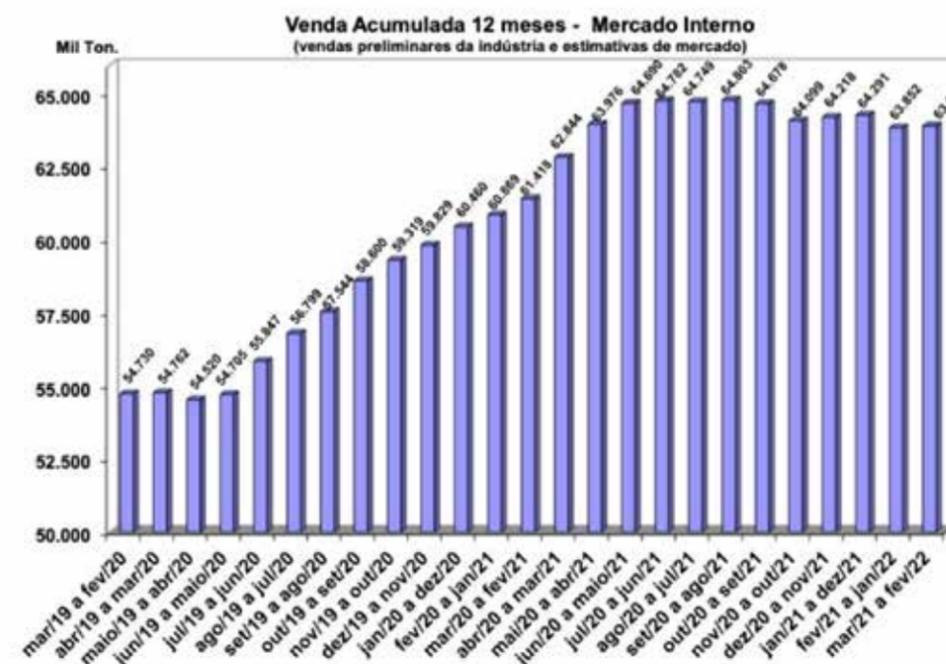


Fevereiro 2022

Origem do despacho	Nº de informantes	Fevereiro		fev/22 fev/21	Jan.- Fev. (1.000 ton.)		Jan.- Fev./22 Jan.- Fev./21
		2021	2022		2021	2022	
Norte	(3)	190	207	8,9%	386	406	5,2%
Nordeste	(16)	991	1.011	2,0%	2.112	1.962	-7,1%
Centro-Oeste	(4)	507	509	0,4%	1.050	1.023	-2,6%
Sudeste	(10)	2.152	2.126	-1,2%	4.508	4.169	-7,5%
Sul	(5)	832	873	4,9%	1.596	1.708	7,0%
Venda Mercado Interno**		4.672	4.726	1,2%	9.652	9.268	-4,0%
Exportação		38	44	71,4%	88	87	-0,8%
<b>Venda Total</b>		<b>4.700</b>	<b>4.774</b>	<b>1,6%</b>	<b>9.710</b>	<b>9.355</b>	<b>-3,7%</b>

\* inclui as estimativas de oferta de associações e não-associadas  
\*\* não inclui a venda de cimento importado

Venda Mercado Interno por dia útil	Despacho 1.000 ton./dia útil		fev/22 fev/21	fev/22 jan/22	Jan.- Fev./22 Jan.- Fev./21
	fev/21	jan/22			
	233,6	197,4	225,0	-3,7%	14,0%
Nº de Dias úteis	20,0	23,0	21,0	5,0%	-8,7%



Depois de aumento em 2021, as vendas de cimento ficaram estáveis, com ligeiro crescimento no primeiro trimestre deste ano

comparação ao mesmo período do ano passado. As vendas imobiliárias tiveram alta de 1,4% na mesma base comparativa. Esse movimento faz com que o estoque de obras diminua e, conseqüentemente, piora a perspectiva das vendas de cimento.

O desempenho do Programa Casa Verde e Amarela também apresentou retração. Os lançamentos caíram 28,1% e as vendas 5,6% nos seis primeiros meses do ano

em comparação com 1º semestre de 2021. O Programa participa hoje com 36% dos lançamentos, quando, antes, chegou a 60%. Ainda não foram sentidos os efeitos das últimas medidas tomadas para impulsionar o Programa.

O crescimento do PIB acima do esperado, o desemprego em queda e a lenta, porém constante, recuperação do rendimento do trabalhador apontam para uma melhor perspectiva da economia em 2023.



# A RETOMADA, APÓS TRÊS ANOS

POR EDER PATRIOTA

**P**romovida pela empresa Assessor, de propriedade das irmãs Gisela e Mônica Latache, em parceria com o Sindicato da Indústria da Construção Civil no Estado de Pernambuco (SINDUSCON/PE), de 23 a 26 de agosto de 2022 no Centro de Convenções de Pernambuco - Recife/ Olinda, aconteceu a 12ª edição da Feira Internacional de Materiais, Equipamentos e Serviços da Construção (FICONS), reunindo grandes empresas e profissionais, que conheceram algumas das novidades para este importante setor, além de terem palestras com temas de relevância.

Segundo uma das promotoras do evento, Gisela Latache, a volta presencial do setor de eventos é importantíssima para a economia do Nordeste. "A solução digital para o setor de eventos foi uma alternativa que viabilizou as conferências e os congressos. Entretanto, para as feiras comerciais, é o formato presencial que cria as condições ideais para a obtenção de bons resultados. É conhecer novos produtos e seus fabricantes, é o fortalecimento do networking e o contato direto entre fornecedores e compradores, os quais geram oportunidades comerciais diferenciadas. Assim, o mercado de

feiras está se recuperando com rapidez. Diversos setores estavam prontos para a retomada e isso se observa na recuperação e na qualidade do público, no retorno de expositores tradicionais e na atração de novos expositores, que começaram a perceber a força desse mercado", destacou.

Ainda segundo Gisela, a FICONS, que é a maior feira do setor nas regiões Norte e Nordeste, reúne, a cada dois anos, a indústria, o comércio e profissionais desde o ano de 1998. "É o evento de referência, que junta empresas nacionais, regionais e locais, que, além dos negócios realizados, identificam oportunidades de investimentos na região, implantando unidades industriais ou centros de distribuição, com positivo impacto econômico", pontuou.

Para o Presidente do SINDUSCON/PE, Érico Furtado Filho, a FICONS é a prova de que o setor estava ávido pelo evento há bastante tempo. "O evento foi um sucesso para todos os quase 100 expositores, onde movimentou cerca de R\$ 200 milhões durante os quatro dias de duração, mesmo com as adversidades que estamos enfrentando na economia brasileira em geral e por conta da guerra geopolítica da Rússia com a Ucrânia", citou.

Ainda de acordo com o líder empresarial, o momento do setor em Pernambuco é bastante positivo. "Estamos crescendo há oito trimestres consecutivos - no qual estamos gerando 65 mil oportunidades de trabalho no estado de forma direta, fora os indiretos, e a indústria da construção é responsável por 25% do PIB brasileiro, comprovando nossa importância para a nação. Estamos sendo bastante estimulados por todas as esferas públicas", ressaltou.

Por fim, o empresário e sócio-diretor da Gandra Engenharia diz que os seus grandes legados à frente do SINDUSCON foram os seguintes: "Ajudamos as empresas a superar as dificuldades durante a terrível pandemia - com pouquíssimos casos letais dentro dos canteiros de obra, graças à parceria vitoriosa com a ADEMI nas gestões de Gildo Vilaça Filho e Avelar Loureiro Filho; criação do Projeto de Lei 2323/2022, de autoria do deputado federal Gonzaga Patriota, o qual determina a retomada imediata das obras paralisadas pelo país afora e a existência de um Programa de Habitação de Interesse Social Estadual visando construir habitações para as pessoas da classe média-baixa", afirmou.



As irmãs Gisela e Mônica Latache  
proprietárias da Assessor

## EXPOSITORES FALAM DA IMPORTÂNCIA DO EVENTO

Segundo Rômulo Breno, gerente comercial do Grupo Force, a FICONS é uma vitrine para expandir e divulgar os nossos negócios. Já Aldeir Lima, diretor comercial da Distac, diz que o modelo presencial é o ideal para eventos como esse. "A vida inteira deu certo e o setor necessita de eventos como esse, o qual agrega conhecimento, com concorrência bastante acirrada entre as empresas, em virtude do consumidor ser mais seletivo que em outrora", argumentou.

Para Jocielho Alves, Trade Marketing e Promotor de Vendas da Tintas Megaó, "a feira aumenta a credibilidade da empresa com fornecedores e consolida a nossa marca perante todo o setor, como um todo", afirma.



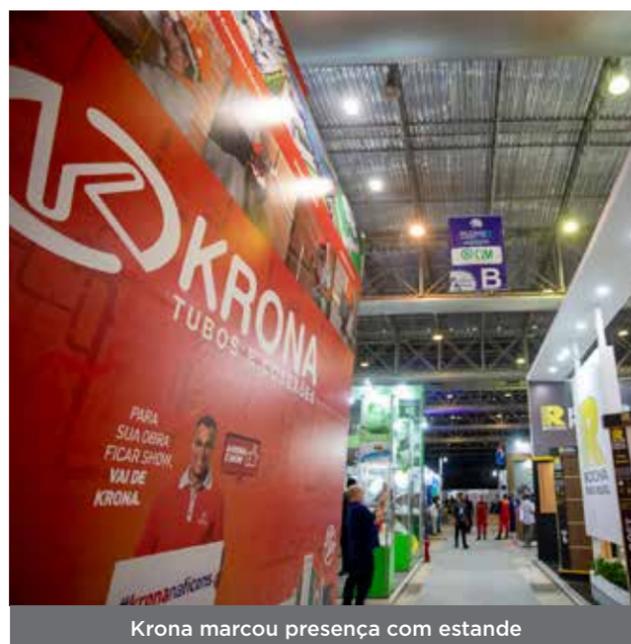
Érico Furtado Filho, Presidente do SINDUSCON/PE

## AS NOVIDADES PARA OS VISITANTES

**IBRATIN** – Divulgou os seguintes produtos: Linha Látex - tem por finalidade o revestimento interno ou externo de imóveis novos ou em processo de revitalização; linha Permacyl Micro Revestimento - indicado para repintura de textura e o produto já vem com a cor escolhida; Sanitizante H.A.S. - produto desenvolvido para assepsia de superfícies e também elimina fungos e algas; Ibratelhas - tintas exclusivas para telhas; Hidromin - Indicada para tijolinhos, concreto aparente e tijolos minerais; Preparador R.A.F. - Indicado para paredes descascadas, esfareladas ou reboco fraco; Ibrapisos - Tintas para pisos e o seu uso é interno/externo; Linha Arcádia - É à base de silicato e foi desenvolvida exclusivamente para restauração e conservação de patrimônios históricos; Sistema Ibrakapa Cryl - É destinado ao revestimento de paredes diretamente sobre alvenaria e superfícies de concreto, decorando e protegendo de intempéries, sendo desenvolvido com a finalidade de eliminar algumas fases do processo convencional, minimizando custos e tempo de execução, garantindo durabilidade e resistência, comparado aos sistemas cimentícios; Linha Repintura - É específica para a renovação de fachadas.

**Pluzie** – Os lançamentos para o evento foram os seguintes: Linha Caprice - São linhas retas e discretas trazendo sofisticação para todos os ambientes, como as luminárias tartaruga e as tomadas em barra; Linha Matiz - Com as tomadas nas cores preto fosco, grafite, angelim e imbuia.

**Pincéis Compel** – Linha Versátil é uma nova tecnologia com lã envolvendo todo rolo, o punho anatômico possibilita a troca de refil, facilita pintura nos cantos da parede; Trincha Sintética com Virola Plástica - ideal para todos os tipos de pintura; Trincha Média Branca Cabo Laranja - Pode ser usada em qualquer tipo de superfície e é ideal para todos os tipos de pintura; Artísticos Cabo Redondo - Pincéis de pêlo de pônei, flexível e poroso, possui ótima absorção de tinta; Linha de Espátula Gourmet - Linha culinária; Protege Fácil - Produto autoadesivo especial para proteção de ambientes, objetos e superfícies.



Krona marcou presença com estande

**Krona** – Registros encontram-se disponíveis também para instalações prediais de infraestrutura. Uma linha completa para controlar o fluxo de água em sistemas hidráulicos de condomínios, prédios, sistemas de irrigação, piscinas, saneamento ou mesmo em sistemas de adução e distribuição de água potável. É um dos principais componentes de uma instalação hidráulica, sendo responsável por bloquear, liberar ou controlar o fluxo de água, além de ser recomendável em uma obra na qual cada circuito hidráulico tenha o próprio registro, podendo interromper o fluxo de uma determinada área sem comprometer as demais e foi criado para a condução de água fria em projetos e aplicações não embutidas, principalmente em barriletes; Linha CPVC Ultratherm é anticorrosiva, o que faz a duração ser bem elevada. Também é antimicrobiana, permitindo que a água chegue às torneiras com muita qualidade, tendo como benefícios as seguintes situações: durabilidade e resistência a altas temperaturas; alta resistência química; isolamento térmico e rigidez; alta resistência ao calor e à pressão; facilidade de instalação; melhor custo-benefício; não conduz eletricidade e é resistente ao fogo. “Após um longo tempo sem as feiras e eventos, é muito bom podermos voltar a ter o contato direto com profissionais, clientes e amigos do setor, ainda mais em feira com a importância da Ficons, pois o relacionamento é exatamente um dos diferenciais da Krona, ao lado de seus produtos de alta qualidade, que colocam a marca como uma das principais no mercado”, comemorou Gustavo Sousa, diretor comercial e marketing da empresa.



Palestras técnicas foram destaque

**FC Materiais Elétricos** – Caixa de Luz de PVC e Suporte para Botijão de Gás bastante prático, resistente, durável, não acumula água e combate o mosquito da dengue.

**Plastmar** – Linha Reforçada: PT 200 Plus Siliconada - é uma mangueira flexível fabricada com dupla camada de PVC 100% virgem, trama de poliéster de alta tenacidade. Apresenta composição durável e resistente. Indicada para uso doméstico e jardinagem; Linha Agrícola - PT 700 Agrícola é uma mangueira produzida com dupla camada de PVC 100% virgem e trama de fios de poliéster de alta tenacidade. Apresenta composição durável e resistente. Indicado para pulverização de inseticidas e pesticidas em geral; Irriga Super - Produzida com polietileno de baixa densidade. Indicada para transporte de água em estruturas urbanas e rurais, adequada para redes de distribuição do segmento agropecuário e de abastecimento.

**Tintas Frevo** – São tintas internas, externas, massa corrida, massa acrílica, selador acrílico, texturas, esmalte sintético, verniz e textura especial cimento queimado.

**Bomcorte** – Marreta Forjada; Rodel para cortador de piso; Desempenadeira de aço dentada/lisa; Desempenadeira plástica; Desempenadeira borracha/ espuma; Lâmina para roçadeira; Passa fio alma aço; Varal de aço; Linha para pedreiro; Martelo de borracha.

**Infibra** – Manual piso elevado em placa cimentícia NTF - É composto por um elemento de suporte e placa de vedação, sendo utilizado em áreas comerciais e residenciais, onde facilita a passagem de sistemas de lógica, tubulações, hidráulicas e elétricas, sem necessitar quebrar o piso, apenas retirando a peça superior e realizando manutenções de forma limpa, rápida e de baixo custo. Os suportes de apoio permitem ajustes de altura, facilitando a sua instalação e, nas áreas externas, podem auxiliar em sistemas de captação de águas pluviais. Os seus benefícios são os seguintes: baixo índice de empenamento; monolítico; suporta cargas especificadas em normas técnicas; recebe todos os tipos de revestimentos; não delamina; impermeável; resistente a cupins e micro-organismos; não propaga chama nem fumaça e é antiderrapante.

**Telha Bianca** – São telhas onduladas onde o revestimento branco é aplicado também em peças complementares, como a cumeeira.

**Mebuki** – Barras de apoio; Kit Línea Vogue; Ducha Metal Chrome quadrada e redonda - ideal para ser utilizada como ducha externa ou ducha para aquecedor de passagem; Caixa Economic Slim 8 litros; Assento sanitário Soft Slim, Max e Almofadado.

**Telhas Simonassi** – Linha Top com romana; copeira; capa lateral; ponteira; americana e super plan.

**Cimento Nacional** – Multimax - Desenvolvido com um teor de adições ideal, garantindo ao produto resistências iniciais superiores, coloração escura e pega rápida, rapidez na execução, redução de custos e maior produtividade, com melhor desempenho em todas as etapas da obra. Ecomax - É o mais indicado para ser aplicado em ambientes quimicamente agressivos, garantindo mais durabilidade e resistência superior, evitando risco de fissuração, que é ocasionado pelo calor de hidratação elevado, possuindo resistência extra às estruturas; Max Performance - Desenvolvido especialmente para aplicação na indústria de pré-moldados e artefatos de concreto, unindo melhor desempenho, maior produtividade e altíssima resistência nas primeiras horas de aplicação; Classe G - Destinado a cimentação de poços petrolíferos, protegendo a camisa do poço contra a corrosão devido à ação da água e de gases e poluição em zonas de petróleo.

**Mec-Tronic/Eletromar** – Possui design progressivo de excelente custo, funcional, com sofisticado acabamento Soft Touch para combinar com a maioria dos ambientes, possui valor mais acessível e mantém o alto padrão de qualidade. É fabricado utilizando termoplásticos virgens e aditivados com anti-UV (evitando o amarelamento precoce), bem como ligas de cobre nas partes de contato metálico; Eletromar - Contator de 380 volts.

**Pamesa** – Porcelanato Polido Bay 76x76cm foi criado com a sobriedade do

azul-cobalto, é um mármore exótico que é peça-chave para composições de impacto, tem acabamento polido, agrega nobreza aos ambientes e se destaca por seus veios em tons dourados e contrastes marcantes.

**Pincéis Roma** – Linha limpeza - Vassouras multiúso para uso interno, externo, varre-canto e varre-fácil; Vassouras piaçava uso interno e externo; Vassouras pisos delicados; Vassourão de gari; Rodos; Escovas sanitárias; Escovas com cabo, madeira e base plástica; Esponja multiúso; Pazinhas plásticas.

**Ramada Ferramentas** – Chaira - Linha para aços que afia facas; e pá ajuntadeira, para recolher areia e lixo.

**WD-40** – Óleo desengripante WD-40 que pode ser aplicado em automóveis, setor agrícola, industrial e construtivo, em casa, no hobby, eliminando rangidos, expelindo a umidade, limpando e protegendo, soltando as peças oxidadas e liberando mecanismos travados.

**Distac** – É a maior distribuidora de material de construção e correlatos com qualidade e preço competitivo aos lojistas nas regiões Norte e Nordeste, possuindo mais de 15 mil clientes lojistas em 11 estados da federação, com amplo leque de produtos e mais de



Distac, empresa referência no Nordeste

180 fornecedores. Além disso, possui marcas exclusivas, como Dilux, Dimar e Dimax - que atendem seus clientes pelos seguintes canais de venda: site, aplicativo, televendas, whatsapp, redes sociais e vendedores externos super qualificados

**Biltech** – Aspiração central; Intervac; BE-AM; Acessórios - Sistema de mangueira embutida; Kit acessórios completos; Kit alliance; Kit On/Off; Kit Progressiva; Kit computador; Escova Pet; Escova para persianas; Acabamentos - pás automáticas e tomadas de aspiração; Perfil Portas: Kit Porta de enrolar automática; Porta de enrolar para motel; Acessórios para Porta de enrolar automática; Porta para docas; Motor para porta de enrolar; Porta de enrolar automática residencial; Porta comercial de enrolar; Porta de enrolar industrial; Porta de enrolar meia can fechada; Porta transvision.

**DRYKO Impermeabilizantes** – Divulgou toda a sua linha de impermeabilizantes, como mantas, argamassas e rejuntas, além de Dry Fita, Adesivo epóxi, Rejunte acrílico. "A FICONS reúne expositores de todo o país e atrai grande visitação, incluindo lojistas, construtoras, engenheiros, arquitetos e empreiteiros, entre outros profissionais do setor. É um mercado em franca expansão, assim como nossa marca, que, nos últimos anos, vem apresentando um crescimento expressivo no país todo e em todo o Nordeste também", destaca Rodrigo Morelli, gerente de marketing da DRYKO Impermeabilizantes. Ele observa ainda que a participação é muito oportuna diante do momento que a empresa vive, com expansão das atividades de marketing, não só em mídia e brand, como nos últimos anos, mas também em eventos e relacionamentos com quem compra, utiliza e recomenda os produtos da marca.

**Tintas Starlux** – Linha Startutex nas cores azul, açai, verde-petróleo, esmeralda, orquídea, tubarão-cinza - com aplicações interna e externa; Novolar, nas cores neblina, esmeralda e marfim, com aplicação interna; Tintapiso, nas cores de preto e concreto, com aplicações interna e externa; Cimento Queimado, que é uma linha de acabamento e efeito.



Público interagiu com expositores

**Tintas Iquine** – Trouxe para a FICONS a incorporação das marcas Hidracor e Hipercor, mantendo a personalização de seus produtos, além de lançar a nova marca Hiperlack, especialista em vernizes, e, no início do ano, lançou uma ferramenta chamada Iclub, que é uma plataforma de conhecimento e troca de experiências para os profissionais de pintura, uma ferramenta gratuita que promove capacitação profissional, por meio de cursos e curadorias, além da troca de experiências entre os pintores pelo país afora.

**Tecnogres** – Levou para a FICONS um rico mix de formatos e acabamentos, nos quais os revestimentos cerâmicos atomizados usam tecnologia impermeável com decoração HD e podem ser aplicados em ambientes como piscinas, entre outros.

**Incenor** – Apresentou na feira a coleção Quatro Cantos, que é um sistema inteligente de encaixe tridimensional e intertravado nos quatro lados, as peças proporcionam paginação natural e realista com juntas ocultas, permitindo ocultar a visibilidade do formato original da cerâmica, podendo ser aplicado em pisos ou paredes, nas áreas internas e externas.

**Argamassa Maxcola** – Levou para o evento os rejuntas Macflex, que possuem acabamento extraliso, destaca e valoriza os revestimentos, porcelanatos, cerâmicas, pastilhas de vidro, pedras naturais, mármore e granitos, proporcionando juntas perfeitamente preenchidas em ambientes externos e internos, além de fácil aplicação e textura macia.



## FOCO NO CLIENTE: DICAS DE COMO MELHORAR A EXPERIÊNCIA DO CLIENTE

POR TABATA BANDOLIN

A experiência do cliente é a percepção que o consumidor possui de uma marca após toda a interação de pré, durante e pós-venda. Essa experiência será determinante para manter clientes e até conquistar novos consumidores, através de indicações para seus produtos ou serviços - por isso, é essencial pensar em estratégias para tornar essa experiência mais fluida.

Quando falamos de experiência do cliente, temos que nos atentar em todo o processo de compra que o consumidor vai passar e e nos colocar no lugar dele. Com a variedade de fornecedores e prestadores disponíveis, os clientes estão cada vez mais exigentes. Conhecer seus compradores, investir em tecnologia e facilitar ao máximo os processos internos são alguns dos principais passos para garantir uma excelente experiência, fidelizando clientes.

Na Saint-Gobain, investimos no Shopper Marketing, focamos no entender e atender, através do NPS e das ações de Trade Marketing espalhadas em mais de 30.000 PDVs. O "Net Promoter Score" é uma metodologia desenvolvida para avaliar o grau de satisfação e fidelidade dos clientes. Para isso, realizamos pesquisas quinzenais com compradores do período, onde os nossos clientes relacionais podem avaliar o seu grau de satisfação de 0 a 10 e, caso queiram, podem também detalhar o motivo pelo qual atribuíram suas notas. Em seguida, realizamos a tratativa das respostas,

categorizando os apontamentos feitos pelos clientes e estudando caminhos para aumentar ainda mais seu grau de satisfação, enquanto o Trade Marketing faz uma série de ações para melhorar o relacionamento com lojistas e consumidores finais, seja através de eventos em datas comemorativas ou ações especiais destinadas ao time de vendas das lojas.

Se o seu negócio ainda não possui uma estratégia para aprimorar a experiência do cliente, elenquei abaixo alguns pontos principais para sua implementação:

- A primeira coisa que deve ser feita é o mapeamento das jornadas dos seus diferentes stakeholders. A partir desse ponto, é possível identificar possíveis lacunas e oportunidades de melhoria em seus processos. Isso pode ser feito ouvindo seus colaboradores, clientes diretos e indiretos, bem como todos os influenciadores presentes nas suas jornadas;
- Para a pré-venda, é importante construir uma boa reputação para sua marca, seja através de publicidade paga ou orgânica. Invista na digitalização do seu negócio: tenha um site, onde seu consumidor poderá tirar as dúvidas em relação aos seus produtos ou até contratar seus serviços. Desta forma, você facilita o acesso a informações, poupando o tempo e mantendo o interesse de seu futuro cliente;
- O uso de redes sociais pode impulsionar bastante o negócio, desde que seja atualizado com frequência, que haja uma estratégia para aumentar o número

de seguidores e, depois, seguir com informações que gerem engajamento. É importante trazer os benefícios dos produtos, mostrar como o atendimento ao cliente on-line é uma extensão do serviço prestado numa loja física e fazer com que os seguidores admirem a marca e a maneira como a empresa atua dentro do mercado. Lembre-se de que essas ferramentas tornam a comunicação entre a marca e o consumidor mais rápida e clara;

- Durante a venda, é essencial ter um ambiente preparado para receber os compradores, com materiais de apoio que facilitem o entendimento dos seus produtos e/ou soluções. E ter também uma equipe bem treinada e pronta para sanar as dúvidas e atender da melhor forma possível esse comprador. Quanto mais consciente

e seguro estiver, melhor será a experiência desse consumidor e menor o risco de realizar uma compra inadequada para sua necessidade e/ou desejo;

- Para o pós-vendas, busque manter um bom relacionamento com o consumidor, resolvendo, da melhor forma, possíveis problemas. Para ganhar a lealdade do cliente é necessário compreender seus motivos e respeitá-los;

- O mais importante para se construir uma boa experiência com o cliente é prezar por um processo com o mínimo de fricção possível. Busque eliminar as dificuldades e burocracias, facilitando ao máximo a compra.

**Tabata Bandolin** é Gerente de Shopper Marketing na Saint-Gobain Produtos para Construção

uma empresa **InBeta** | [@pinceisatlasoficial](#) | [www.pinceisatlas.com.br](#)

# ATLAS

**PINTOR PROFISSIONAL**

MÊS DE OUTUBRO, MOMENTO DE HOMENAGEAR OS NOSSOS CRAQUES DA PINTURA!  
TENHA EM SUA LOJA FERRAMENTAS E PRODUTOS ATLAS E ENTRE EM CAMPO PARA VENCER!

**18 de Outubro** | Dia do Pintor

**ATLAS. A MARCA DO PINTOR PROFISSIONAL**



# RECORDE DE PÚBLICO E NEGÓCIOS GERADOS

FOTOS: ALEXANDRE SILVINO/INTERMACH

A 13ª edição da Intermach, maior Feira e Congresso Internacional de Tecnologia, Máquinas, Equipamentos, Automação e Serviços para a Indústria Metalmeccânica do Sul do país, movimentou os pavilhões da Expoville, em Joinville (SC), entre os dias 13 e 16 de setembro. Durante o evento, 24 mil pessoas circularam pela feira, entre visitantes, expositores, congressistas e participantes da Rodada de Negócios.

A Feira conectou representantes de 508 cidades e 20 estados, com destaque para os públicos de Santa Catarina, Paraná, São Paulo e Rio Grande do Sul.

Como importante vitrine, a 13ª Intermach reuniu mais de 300 marcas nacionais e internacionais, que apresentaram máquinas e equipamentos de última geração, de fornecedores, nacionais e internacionais, nas áreas de Usinagem, Soldagem, Metrologia Industrial, Indústria 4.0, Impressão 3D, Manufatura Aditiva e Soluções AI/IoT.

Além de crescer 25% em relação à edição anterior, ocupando todo o pavilhão de exposições da Expoville, a 13ª Intermach vai gerar cerca de R\$ 300 milhões em negócios, que serão concretizados ao longo dos próximos 12 meses.

“Tivemos corredores cheios durante todos os dias do evento, com número de público que superou todas as edições anteriores. Isso mostra que o mercado da indústria está aquecido e o seu público buscando novidades em automação, robótica e novas tecnologias”, comemora Richard Spirandelli, diretor da Messe Brasil, realizadora da Intermach.

## PÚBLICO ESTRATÉGICO

Nesta edição da Intermach, profissionais das áreas de engenharia das indústrias tiveram grande expressividade como visitantes. Entre os setores que marcaram presença no evento, estão a Indústria Automotiva, Indústria Plástica, Fundição e Metalurgia, além de Eletrônica, Eletroeletrônica e Eletrodomésticos. Os mercados de construção civil e agrícola também prestigiaram a feira.

Líder na fabricação de robôs e uma das maiores empresas de automação industrial do mundo, a Yaskawa Motoman Robótica do Brasil trouxe para a 13ª Intermach três diferentes produtos. De acordo com o engenheiro de aplicação robótica da empresa, Leonardo Monteiro, a participação na feira é uma importante estratégia para



apresentar os seus produtos ao mercado e estreitar relacionamento com antigos e novos clientes.

“A Intermach contribui bastante para a visibilidade da empresa. É muito importante participarmos de um evento como esse, principalmente por acontecer em uma região onde temos base relevante de equipamentos instalados. Durante a feira, recebemos a visita de muitos clientes e conversamos com outros em potencial”, avaliou Monteiro.

Quanto aos principais produtos e serviços buscados pelo público da 13ª Intermach, estão automação industrial e controle de processos; corte e conformação de metais; ferramentas de corte; e máquinas-ferramenta.

## RODADA DE NEGÓCIOS BATE RECORDES

Na Rodada de Negócios, um dos eventos mais movimentados da Intermach, os números também superaram as expectativas nesta edição. Com a participação de 24 empresas compradoras e 80 fornecedoras, a Rodada de Negócios registrou o equivalente a 770 horas de reuniões realizadas, com estimativa de R\$ 12 milhões em negociações.

## CONHECIMENTO E CAPACITAÇÃO PROFISSIONAL EM FOCO

Além dos corredores lotados na feira, a 13ª Intermach teve salas de aula disputadas em sua ampla grade de

workshops e palestras, eventos gratuitos, que destacaram temas atuais e inovadores, apresentados por especialistas em suas áreas de atuação.

Em 27 workshops, expositores tiveram a oportunidade de apresentar seus lançamentos para um público selecionado.

O tema Indústria 4.0 foi amplamente apresentado no 5º Automation Talks, evento realizado pelo Núcleo de Automação da Associação Empresarial de Joinville (ACIJ). Durante a programação, empresas ícones em suas áreas de atuação tiveram a oportunidade de compartilhar novidades e tecnologias relacionadas ao mundo da automação.

## METAS ALCANÇADAS E FUTURO PROMISSOR

Para Richard Spirandelli, mais uma vez, a Intermach ratificou sua relevância e representatividade para a indústria metalmeccânica, sendo, além de vitrine, um espaço de experiências para o setor.

“Na Feira, é possível ver as máquinas em funcionamento, conversar com as equipes de vendas, obter informações técnicas, trocar conhecimento. Experiências que apenas um evento presencial pode proporcionar com legitimidade. Saímos dessa edição com a satisfação do dever cumprido e com a sinalização de que mais de 80% do mercado estará presente na próxima edição”, finaliza.



As mulheres estão mais presentes nas obras e procuram programas de treinamento



## SAINT-GOBAIN PROMOVE AÇÕES DE CAPACITAÇÃO ÀS MULHERES NA CONSTRUÇÃO CIVIL

A participação feminina na construção civil deixou de ser tabu. E várias empresas têm iniciativas para aumentar, ainda mais, a presença das mulheres no segmento. Uma delas é a Saint-Gobain, que tem o objetivo de impulsionar a presença feminina em obras de construção a seco e está desenvolvendo o projeto REFORMA (Recrutamento, Seleção e Mulheres em Ação). A iniciativa faz parte do Programa de Intraempreendedorismo INPULSE e está em etapa de validação. O objetivo nesta primeira turma piloto é formar até 20 mulheres e a capacitação acontecerá na fábrica Quartzolit de Jandira, interior de São Paulo. A ação conta com 80 horas de treinamentos, contendo uma introdução de edificações, um módulo intensivo de construção a seco e noções básicas sobre empreendedorismo. Além deste projeto, a empresa conta com ações em parceria com a ONG Mulher em Construção, como workshops realizados para capacitação de mulheres em situação de vulnerabilidade econômica e palestras disponíveis a todos os públicos.

Um desses workshops foi o treinamento presencial realizado em parceria entre a Saint-Gobain e a ONG Mulher em Construção, organização criada em 2006 no sul do Brasil e que capacita mulheres para área da construção civil, que ocorreu na fábrica da Quartzolit em Jandira, no 1º semestre desse ano, oferecendo formação em assentamento, rejuntamento e pintura, com objetivo de possibilitar a inserção de profissionais qualificadas no mercado de trabalho. O projeto visa promover autonomia, capacitação e empoderamento, apoiando a profissionalização e a inclusão das mulheres na construção civil.

Além do treinamento, a palestra Mulheres em Construção foi ministrada por Bia Kern, empreendedora social, fundadora e presidente da ONG Mulher em Construção. A palestra faz parte da programação da Semana da Sustentabilidade na Saint-Gobain, evento exclusivo, on-line e gratuito oferecido pelo Parceiro da Construção.



### PATCHWORK VALORIZADO

A Incepa, que faz parte do grupo Roca Brasil Cerâmica, teve a ideia de transformar a arte do patchwork em revestimento e assim nasceu a série Sisal, que levou a tapeçaria do chão para as paredes.

“A linha, exclusiva para ambientes internos, é bem-vinda em áreas gourmet, sociais, varandas cobertas, casas de campo e onde mais a criatividade permitir”, conta Christie Schulka, marketing manager da Roca Brasil Cerâmica.

A coleção apresenta um patchwork que faz referência a delicadas padronagens têxteis, disponível em seis diferentes faces. Inspirada na tendência handmade, a composição reproduz com fidelidade as tonalidades das fibras naturais que, combinadas entre si, conferem charme e aconchego ao mood do ambiente. Seu visual é perfeito para quem gosta de um estilo mais descolado.

### AFIX PEGADIT

Dentro do conceito da nova identidade visual e posicionamento de marca da Arteccla, a linha de adesivos instantâneos Afix está com novidades. Esta categoria de produtos passa a ser identificada com o nome Afix Pegadit, em substituição à marca Afix Bond. Comercializado em frascos de 20g, 100g e 500g, o adesivo é indicado para diversos tipos de colagem rápida, em madeira e outros materiais.

A mudança retrata o caráter de empresa multilatinas da Arteccla. “Algumas marcas regionais da empresa já contavam com grande importância comercial e reconhecimento. É o caso da marca Pegadit, líder de mercado na Colômbia. Pela identificação dos consumidores com esses produtos, optamos por uma transição na identidade visual das embalagens”, explica o gerente de marketing, Jairo Korndorfer.



### TRAMONTINA ELÉTRICA

A fábrica de materiais elétricos da Tramontina segue ampliando o seu portfólio. A empresa está lançando conjuntos montados de placas e interruptores da linha Liz com três pontos, na cor grafite, favorecendo combinações com todos os tipos de decoração.

Os módulos de interruptores e tomadas Liz Tramontina são largos e de toque suave e silencioso. Além da tonalidade grafite, as placas desta linha estão disponíveis nas cores: branca, azul-jeans, bege, fendi, ouro-velho e verde-ardósia, todas com acabamento brilho (não retém poeira) e nos formatos 4x2 e 4x4, compondo conjuntos elegantes e multiplicando as harmonizações de ambientes.



### JUNTAS PARA CHAPAS CIMENTÍCIAS

A Eternit lançou a sua mais nova linha de tratamento de juntas invisíveis para chapas cimentícias: a Pratic Eternit. Com o objetivo de oferecer uma solução completa, a linha inclui Primer, Massa Única e Basecoat com perfeita compatibilidade. A novidade vem reforçar o portfólio de sistemas construtivos do Grupo.

“A construção a seco é uma revolução dentro da construção civil. Nosso foco tem sido entregar soluções cada vez mais completas para esse mercado com a qualidade e tradição Eternit”, destaca Cintia Figueiredo, coordenadora da área de Desenvolvimento de Produtos da empresa.



## KRONA LAB

Um espaço focado em inovação. Assim é o Krona Lab, inaugurado no Ágora Tech Park, um dos maiores hubs de inovação da América Latina, localizado em Joinville, SC, cidade onde a empresa foi criada há 28 anos e possui três de suas quatro unidades. Em um espaço de 30 metros quadrados, profissionais da Krona se dedicarão integralmente ao aperfeiçoamento de processos e novos projetos.

“A inovação está no DNA da Krona e faz parte dos nossos valores”, ressaltou Fernando Oliveira, diretor executivo da empresa. “Entendemos a importância da inovação para continuar fazendo a diferença no mercado, entregando produtos de qualidade e as melhores soluções para nossos clientes. Por isso, investimos em um espaço de integração para estimular ainda mais o pensamento criativo e as novas ideias. O resultado também vai impactar positivamente nos diferenciais que a Krona já tem no mercado”, destacou.



## STARRETT TERCEIRIZA LOGÍSTICA

Em cinco anos, a terceirização logística implantada pela Starrett, uma das maiores fabricantes de serras, ferramentas e instrumentos de medição do mundo, resultou em um aumento de 200% no volume de operação. Por mês, 1 milhão de quilos de produtos é vendido e processado no novo operador logístico, localizado em Hortolândia, no interior de São Paulo.

A empresa anunciou investimento de US\$ 1 milhão na compra de uma nova linha, com tecnologia alemã, para a produção do aço Bimetal com Solda a Laser no Brasil. Com a aquisição destes novos equipamentos, a expectativa é que a capacidade produtiva dos aços bimetálicos da fábrica aumente em torno de 25%.



## CERBRAS E OS GRANDES FORMATOS

A cearense Cerbras é a única empresa do Norte e Nordeste a produzir uma linha com grandes formatos de porcelanato. Isso porque a indústria está na fase final da construção da nova linha de produção do parque fabril, que desenvolverá porcelanatos nos tamanhos 70x70cm, 94,5x94,5cm, 120x120cm e 60x120cm. Com a nova estratégia, a Cerbras espera aumentar sua capacidade produtiva para quase 4 milhões de m<sup>2</sup> por mês. A primeira peça foi apresentada em ação interna na fábrica.



## DISENSA RECEBE PRÊMIO

A Disensa, rede de franquias de material de construção, foi uma das vencedoras do prêmio “Redes e Centrais de Negócios”, promovido pela Área Central. O Feirão Disensa 2022 é o campeão na categoria “Boas Práticas em Compras Coletivas”. A premiação ocorreu no último dia 06 de setembro e considerou a iniciativa como o melhor case em termos de fortalecimento de ações para rede e oportunidades diferenciadas, promovendo crescimento de todos os players envolvidos. Promovido em março, o Feirão Disensa contou com mais de 350 participantes e 28 indústrias parceiras. Nesta edição, houve crescimento de 12% em compras com os fornecedores parceiros, totalizando R\$ 3.100.000,00 (três milhões e cem mil reais) em volume de negócios.

“Estamos muito felizes com esse prêmio, pois é mais um reconhecimento do nosso trabalho. A chancela reforça que as iniciativas promovidas pela Disensa, como o Feirão, realmente impactam e fazem diferença nos negócios dos nossos franqueados. Vencer na categoria Boas Práticas em Compras Coletivas só reforça nosso propósito de promover um crescimento conjunto. Com o fortalecimento da rede, cada lojista ganha”, explica Henrique Gutterres, gerente geral da Disensa no Brasil.

A Disensa chegou ao Brasil em 2018 e hoje já conta com mais de 240 contratos. A rede está presente em seis estados: Bahia, Minas Gerais, Paraíba, Pernambuco, Rio de Janeiro e São Paulo. Até o fim do ano, está prevista a entrada em Alagoas e no Espírito Santo.

O prêmio “Redes e Centrais de Negócios” reconhece as empresas que tiveram melhor desempenho nas seguintes categorias: Engajamento e Transparência, Crescimento e Expansão, Relevância para a Sociedade, Boas Práticas em Compras Coletivas e voto popular. A Área Central, promotora da premiação, é uma empresa voltada para desenvolver soluções especializadas para o modelo de negócio do associativismo empresarial, com dez anos de atuação.



Em setembro, o Programa Setorial da Qualidade - Tintas Imobiliárias completa 20 anos de atuação.

Antes de revender ou recomendar tintas imobiliárias, é importante verificar se a marca escolhida é qualificada pelo Programa Tinta de Qualidade.

Assim, você garante a satisfação dos clientes e mantém a credibilidade do seu negócio.

**20 ANOS**  
EM NÚMEROS:



**26.000**  
Amostras coletadas



**75.000**  
Testes realizados



**90%**  
Mercado Brasileiro



Para saber mais, acesse:  
**TINTADEQUALIDADE.COM.BR.**  
Ou aponte a câmera do seu celular e navegue.



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



**EXPOCONSTRUINDO**

Feira da Construção, Arquitetura e Decoração

De: 06 a 09 de outubro

Local: Centro de Eventos, Foz do Iguaçu/PR

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

**FORTALEZA BRAZIL STONE FAIR**

Feira Internacional de Máquinas e Materiais de Construção

De: 09 a 11 de novembro

Local: Centro de Eventos do Ceará, Fortaleza

[www.fortalezabrazilstonefair.com](http://www.fortalezabrazilstonefair.com)

**PROGRAME-SE PARA 2023**

**VITÓRIA STONE FAIR**

Feira Internacional de Mármore e Pedras

De: 07 a 10 de fevereiro de 2023

Local: Pavilhão de Carapina, Vitória/ES

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

**CONSTRUSUL**

Feira Internacional da Construção

De: 01 a 04 de agosto de 2023

Local: Centro de Eventos Fiergs, Porto Alegre, RS

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

**EXPO REVESTIR**

Feira Internacional de Revestimentos

De: 14 a 17 de março de 2023

Local: São Paulo Expo Center/SP

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

**EXPOLUX**

Feira de Iluminação

De: 06 a 09 de agosto de 2023

Local: Expo Center Norte/SP

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

**FEICON**

Feira Internacional da Construção

De: 11 a 14 de abril de 2023

Local: São Paulo Expo Center/SP

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



**FISP**

Feira Internacional de Segurança e Proteção

De: 18 a 20 de outubro

Local: São Paulo Expo Center/SP

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

**SEGURANÇA**

A Fisp | Feira Internacional de Segurança e Proteção é o único evento do Brasil a congregar as mais recentes tecnologias, produtos, serviços, experiências e últimas tendências em prevenção de acidentes e saúde do trabalhador, como inovações para as linhas de vestimentas especiais, proteção da face, luvas de segurança para diversos setores da indústria, calçados, cintas ergonômicas e creme de proteção, entre outros, além de atrair compradores, nacionais e internacionais, de toda a cadeia produtiva em uma área de 42 mil m², proporcionando o ambiente propício para a geração de negócios e networking.



**Linha de Hidráulica**

Quer sua cozinha linda na parte externa e interna? Para isso conte com os produtos da nossa linha de **Hidráulica!**



Engates Flexíveis



Válvulas Americanas



Chaves Grifo



Alicates Bomba D'Água



Fitas Veda Rosca

Acesse nosso site:



**BRASFORT**

GRUPO BRAFT

f i y t BRASFORT\_BRASIL

[www.brasfort.net.br](http://www.brasfort.net.br)



QUEM COMPARA  
QUALIDADE  
**SEMPRE PEDE  
LAMESA.**

MAIS SEGURANÇA  
E TRANQUILIDADE  
PARA SUA OBRA

**LAMESA**  
CABOS ELÉTRICOS

Tel.: (19) 3623 1518 • vendas@lamesa.com.br • lamesa.com.br