

REVENDA

360+

ED. 420 | SET 2025 | ANO XXXVII
www.gruporevenda.com.br

ESPECIAL COZINHAS

UM LUGAR PARA SONHAR

**MANTAS E
IMPERMEABILIZANTES**

PROTEÇÃO POR TODOS OS LADOS

EPI

A TECNOLOGIA
QUE PROTEGE



TALK REVENDA
ENCONTRO PARA REFLEXÃO

FEIRA CONSTRUSUL
A FORÇA DO SUL

FUNDADOR

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

DIRETORIA

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

DIRETOR EDITORIAL

Roberto Ferreira
roberto@revenda.com.br

DIRETORA COMERCIAL

Carla Passarelli
carla.passarelli@revenda.com.br

GERENTES DE CONTAS

Jéssica Santos
jessica.santos@revenda.com.br
(11) 97197-8025
Simone Abreu
simone.abreu@revenda.com.br
(11) 98936-8997

EDITOR DE ARTE

Herbert Allucci
arte@revenda.com.br

REVISÃO

Bruno Piai

ADMINISTRATIVO

Mislene Fernandes
mislene@revenda.com.br

TECNOLOGIA

Carlos Contucci
carlos@revenda.com.br

DEPARTAMENTO JURÍDICO

Dr. José Paulo Palo Prado

ASSINATURAS

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

REDAÇÃO, ADMINISTRAÇÃO
E PUBLICIDADE

Rua Geraldo Flaúsinio Gomes, 78 - conj. 53
(sede própria)

(11) 5990.1598

Brooklin - CEP 04575-060 - São Paulo - SP

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

OS NÚMEROS NÃO MENTEM

A construção criou, em agosto de 2025, 17.328 novos empregos com carteira assinada e registrou, pelo oitavo mês consecutivo, resultados positivos no mercado de trabalho. São 3,052 milhões de trabalhadores formais, de acordo com os dados do Novo Cadastro Geral de Empregados e Desempregados (Caged), divulgados pelo Ministério do Trabalho, um número que é bem próximo do seu recorde histórico (3,074 milhões) alcançado em outubro de 2013.

Pesquisa de opinião realizada com lideranças das empresas associadas à ABRAMAT – Associação Brasileira da Indústria da Construção – indica que, em agosto, a avaliação das vendas no mercado interno foi equilibrada, com 35% dos associados considerando o desempenho bom, 35% regular, 20% ruim e 10% muito ruim. Vale ressaltar que os resultados consolidados de julho superaram as expectativas, com 50% das empresas considerando o desempenho bom, 35% regular e 15% ruim. Para setembro, a projeção feita pela entidade continua estável, com a maior parte dos associados mantendo a expectativa de regularidade, com 50% opinando por este patamar. Já para 5%, a projeção das vendas deve ser muito boa; 35% boa, enquanto para 10% deve ser ruim.

Conforme dados consolidados divulgados em publicação no site da Câmara Brasileira da Indústria da Construção (CBIC), o setor da Construção Civil apresentou um desempenho positivo em 2024, registrando um crescimento de 4,3% no Produto Interno Bruto (PIB) e atingindo o montante de R\$ 359,523 bilhões, conforme dados divulgados pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). O crescimento foi impulsionado pelo aquecimento do mercado de trabalho, pelo aumento das obras e pela retomada do programa habitacional Minha Casa, Minha Vida.

Outro dado importante foi a expansão do setor, o que impactou diretamente a geração de empregos formais, com a criação de mais de 110 mil novas vagas, elevando o total de trabalhadores na Construção Civil para 2,8 milhões. Segundo a CBIC – Câmara Brasileira da Indústria da Construção –, os três segmentos da construção – Construção de Edifícios, Serviços Especializados para a Construção e Obras de Infraestrutura – apresentaram saldo positivo de admissões, evidenciando um cenário de crescimento sustentável.

Boa leitura!

Roberto Ferreira

Cabo Superatox

Sinta-se seguro sabendo que é Cobrecom.

Em grandes obras, não deixe de lado o desempenho e a segurança. Ideal para estádios, hospitais e qualquer local com grande afluência de público, o Superatox oferece confiabilidade máxima, mesmo em situações de difícil evacuação. Escolha Cobrecom e garanta a segurança que o seu projeto merece.



Cobrecom

Sua marca de confiança.



32 TALK REVENDA

Indústria e comércio debatem soluções para o mercado

06 ESPECIAL COZINHAS

Com produtos cada vez mais tecnológicos, o espaço também é de bem-estar

18 MANTAS E IMPERMEABILIZANTES

A temporada de chuvas chegou. E indicamos as melhores soluções



46 FEIRA CONSTRUSUL

Cada vez mais consolidada, feira é visita obrigatória

28 EPI

A tecnologia que salva vidas nos canteiros de obras

38 INDÚSTRIA

Grupo Soprema investe 30 milhões de euros em complexo fabril na Bahia

42 INDÚSTRIA

Atlas apresenta mais de 60 novidades e anuncia investimentos

44 ESPECIAL SÃO ROMÃO

Terceiro capítulo da história da Ferramentas São Romão: a chegada do novo milênio

56 AGENDA

O ano está acabando, mas ainda temos feiras



Conheça alguns **itens** da nossa linha de **EPI**.

Mais **segurança**, menos preocupação.

Acesse o nosso site e confira as referências e o portfólio completo de produtos Brasfort!



BRASFORT
GRUPO **ERAFT**

BRASFORT_BRASIL

www.brasfort.net.br

Acesse nosso site:





COMO SE TORNAR CHEF

ACQUABIOS

Daiana Devenz, Gerente de Marketing, informa que “nos últimos meses, a Acquabios trouxe ao mercado novidades que fortalecem ainda mais o portfólio. Entre os destaques está o Filtro Troca Fácil, desenvolvido para instalação sob a bancada, com sistema de encaixe simples, trava de segurança contra vazamentos e refil classe A bacteriológico: um produto discreto, que garante

água mais pura e segura para o dia a dia da casa. Também destacamos os purificadores com tecnologia UVC LED, que oferecem uma camada extra de proteção ao eliminar até 99,9% de bactérias e microrganismos. Ainda neste ano, ampliaremos nosso portfólio com uma nova linha de torneiras

em ABS e metal, focada em performance, praticidade e valorização do ponto de venda dos nossos parceiros”.

A gerente destaca, ainda, que a compra dos produtos não é uma compra totalmente por impulso, mas sim de necessidade combinada com conveniência. “O consumidor busca cada vez mais praticidade, saúde e confiança na qualidade da água, e quando encontra produtos bem expostos, com boa explicação de benefícios, a decisão de compra tende a ser acelerada”.

Recomendações aos revendedores

“A principal recomendação é valorizar a exposição: produtos bem posicionados, com materiais de apoio que mostrem claramente os diferenciais, despertam o interesse imediato do consumidor. Demonstrar a facilidade de uso e de instalação, além de reforçar benefícios como economia, saúde e design, contribui muito na decisão de compra. Outro ponto essencial é capacitar a equipe de vendas, para que saiba transmitir os diferenciais técnicos de forma simples e convincente. Essa



combinação de exposição estratégica e atendimento consultivo faz toda a diferença no resultado.”

BLUKIT

“Na Blukit, sempre buscamos entender as necessidades reais do consumidor. Pensando nisso, tivemos grandes lançamentos neste ano, dentre eles podemos destacar: Kit Anel Vedação, Linha Economy, Válvula Click, Ralo Click”, informa Ronaldo Fagundes, Gerente de Marketing da marca.



Recomendações aos revendedores

“A forma como os produtos são apresentados no ponto de venda faz toda a diferença no desempenho das vendas, especialmente quando falamos de itens hidráulicos, que muitas vezes são vistos como puramente técnicos. Por isso, a nossa principal recomendação aos revendedores é: valorize a exposição dos produtos, mesmo os mais básicos. Primeiro, é fundamental organizar o PDV por categorias e facilitar o acesso visual. Produtos como ligações flexíveis, torneiras boia, ralos e válvulas ganham destaque quando estão bem dispostos, com informações claras e agrupados de forma inteligente. O cliente precisa enxergar a aplicação do produto já no balcão.

Além disso, recomendamos o uso de materiais de apoio como displays e banners. Outro ponto importante é treinar a equipe da loja. Um vendedor bem informado sobre os benefícios de um produto consegue agregar valor à venda e até gerar oportunidades adicionais no balcão. E, por fim, reforçamos que um PDV bem cuidado transmite confiança e profissionalismo, o que influencia diretamente na decisão de compra do consumidor. Produtos bem expostos vendem mais e fidelizam.”

DECA

A Deca tem ampliado sua atuação no território da cozinha com soluções que unem design, inovação e fun-

cionalidade. “Entre os destaques está a Cuba Funstation, que traz um conceito multifuncional para a bancada, com acessórios que se encaixam e transformam o espaço de preparo em área de convívio. Outro lançamento é a linha de Monocomandos Enjoy, que possui filtragem classe A e retém partículas pequenas e bactérias. A linha oferece versões como o Enjoy Pro, com água filtrada, gelada e com gás, e o Enjoy Express, com água filtrada e fervente instantânea, sempre com foco em tecnologia e uso consciente da água. Ainda nesta linha temos a Enjoy Go e a Enjoy Select”, revela Helga Dias Junqueira, Gerente de Marketing & Branding da Deca.

Recomendações aos revendedores

“No ponto de venda, é fundamental destacar a multifuncionalidade e a experiência de uso. Montar uma bancada com a Cuba Funstation equipada com seus acessórios permite que o consumidor visualize diferentes formas de utilização. Da mesma forma, uma estação de demonstração dos Monocomandos Enjoy evidencia a praticidade de ter água filtrada em diversas temperaturas ou fervente instantaneamente. Criar oportunidades para que o cliente interaja com os produtos, aliado ao treinamento das equipes de venda, aumenta a percepção de valor e facilita a decisão de compra.”

DOCOL

“Estamos sempre trabalhando para os nossos clientes, reafirmando nosso compromisso com a inovação, design e praticidade. Neste ano, expandimos nosso portfólio de cozinha com lançamentos pensados para transformar o cotidiano das pessoas. Alguns de nossos lançamentos são o monocomando Spice Pro, que oferece maior praticidade e eficiência no uso da água, e a linha de canais equipados Docol-Fit, ideal para projetos de cozinhas sofisticadas e funcionais”, explica Sabrina Hoffmann, Gerente de Branding e Comunicação da Docol.



Recomendações aos revendedores

“Nossos produtos são reconhecidos pela qualidade e pelo design diferenciado, levando inovação para o dia a dia com soluções que unem praticidade, conforto e acessibilidade. Para que esses atributos sejam percebidos no ponto de venda, é importante que os revendedores invistam em uma exposição estratégica e organizada, com comunicação clara que evidencie benefícios e diferenciais, além de estimular a experimentação sempre que possível. O atendimento consultivo também é essencial, aproximando o cliente e mostrando como cada produto pode transformar sua rotina. Dessa forma, os pontos de venda se tornam um espaço de conexão entre marca e consumidor, fortalecendo a experiência e a percepção de valor.”



GHELPLUS

Melissa Rossini, Gerente de Marketing da Ghelplus, informa que a empresa fez, neste ano, “cinco lançamentos na FEICON: a cuba Super Grafite, os canais organizadores de 60cm e 90cm e dois modelos de torneira de mesa, uma com bica redonda e outra com bica orgânica”.

Ela explica que a compra de cubas e torneiras geralmente é feita por necessidade, enquanto os canais organizadores são adquiridos por opção. Geralmente, deixam a cozinha mais prática e bonita, e a bancada mais organizada e limpa.

Recomendações aos revendedores

“Para os que não possuem showroom para colocar os produtos no ambiente, fortaleçam suas vendas com os expositores GhelPlus. Eles foram desenvolvidos para valorizar e destacar nossos produtos e funcionalidades, além de manter o ponto de venda mais bonito e organizado.”

GRUPO KRONA

Júlio Grein, Diretor Comercial e de Marketing do Grupo Krona, destaca dois lançamentos importantes:

“Os Multissifões da marca Krona, com tubo extensível na cor preta, estão nas versões simples e duplo. Além de toda a praticidade na instalação e compatibilidade com diferentes bitolas, o acabamento diferenciado acompanha a tendência de cozinhas mais modernas, em que até os detalhes ocultos ganham relevância estética. Já a Viqua apostou na linha de torneiras Allure Décor, trazendo o acabamento ônix, que reforça o conceito de modernidade aliado à funcionalidade. Essa cor chega para atender consumidores que buscam personalidade e design marcante também na cozinha”.

Recomendações aos revendedores

“É essencial que o ponto de venda crie, na medida do possível, condições para que o cliente vivencie a experiência do uso. Ambientes bem iluminados, com boa sinalização, organização e variedade, contribuem para valorizar os produtos e despertar o interesse do consumidor. O Grupo Krona apoia os parceiros oferecendo ferramentas que qualificam a exposição. Além disso, disponibilizamos materiais explicativos com informações técnicas e diferenciais de cada item, bem como treinamentos que capacitam as equipes de venda. Dessa forma, o revendedor ganha argumentos sólidos para apresentar as soluções, enquanto o cliente se sente mais seguro na escolha.”

LORENZETTI

A Lorenzetti investe continuamente em soluções que unem praticidade, design funcional e eficiência. “Dentre os lançamentos, apresentamos o combo Loren Loft Inox + Loren Acqua 5”, que une o monocomando Loren Loft Inox com o filtro de água Loren Acqua 5”, resultando em design moderno e a eficiência da água filtrada no mesmo produto, transformando o dia a dia na cozinha com o máximo de praticidade. Com inspiração no estilo industrial, o misturador Loren Loft Inox com saída para água filtrada independente se destaca como um produto atemporal e versátil. Produzido em aço inoxidável de alta durabilidade, o monocomando oferece um design funcional, com bica móvel 360°, jato uniforme e ajuste de temperatura e vazão em um único comando. A Lorenzetti apresenta ainda o Monocomando Loren Loft Gourmet, que combina funcionalidade e design moderno. Com saída exclusiva para

água filtrada, o modelo se destaca pelo formato slim, acabamento em inox e linhas suaves, trazendo sofisticação e praticidade para o dia a dia. O monocomando conta com dois tipos de jatos, permitindo alternar facilmente entre eles com um simples clique no botão. Além disso, sua bica flexível garante estabilidade e durabilidade, oferecendo mais conforto no uso diário. Outro diferencial é a altura ideal para ambientes com armários sobre a pia, proporcionando um encaixe perfeito sem comprometer o espaço. Sua versatilidade permite a harmonização com diferentes estilos de cozinha, desde bancadas de mármore e madeira até ambientes industriais com acabamentos mais escuros e foscos”, explica Paulo Galina, Gerente de Marketing da Lorenzetti.

Recomendações aos revendedores

“A comunicação clara dos diferenciais é essencial para impulsionar as vendas. No caso da Lorenzetti, é importante destacar a funcionalidade prática, como a saída independente de água filtrada presente nos modelos Loren Loft Inox e Loren Loft Gourmet, além da instalação simples e da manutenção descomplicada, a exemplo da troca do refil do filtro Loren Acqua, que dispensa assistência técnica. Outro ponto que merece atenção é o design moderno e versátil, capaz de harmonizar com diferentes estilos de cozinha. Para as vendas, a Lorenzetti disponibiliza displays expositores, materiais promocionais e treinamentos especializados para as equipes de vendas, garantindo que balconistas e revendedores transmitam com clareza os atributos de cada produto e auxiliem o consumidor na escolha mais adequada.”

MM GABINETES

Juliano Minuci, Diretor Industrial da empresa, destaca os modelos de cozinha Montana e Sevilha, lançados recentemente, e que marcaram o crescimento da MM Gabinetes no mercado.

“Somos uma empresa comprometida com a inovação, oferecendo soluções que acompanham as tendências do mercado e as necessidades dos nossos clientes. Podemos assegurar que o novo lançamento de cozinha, que faremos ainda neste ano, irá agregar valor real ao nosso público, diz Minuci.

Recomendações aos revendedores

“Como a compra de gabinetes não costuma ser feita por impulso, é essencial que o ponto de venda conte com vendedores bem preparados. Nossa principal recomendação é investir continuamente no treinamento da equipe. Quando o vendedor conhece bem os diferenciais de cada modelo, acabamento, material, funcionalidade, montagem, entre outros aspectos, ele tem muito mais argumentos para valorizar o produto e guiar o cliente na melhor escolha, gerando valor e aumentar o tíquete médio”, diz Paulo Ferrasales, Gerente de Vendas na MM Gabinetes.

PLANETA ÁGUA

Graciela Tofolo Pergher, Sócia e Diretora de Marketing da Planeta Água, destaca o lançamento da linha de purificadores de água Giom PA12, além do forte trabalho de divulgação do purificador Fit200, campeão de vendas da empresa.



Recomendações aos revendedores

“As recomendações indicam que, atualmente, há uma grande necessidade de consumirmos água de qualidade. A Planeta Água tem uma preocupação e um zelo muito grandes com a qualidade, e isso pode ser utilizado pelos nossos revendedores para demonstrar confiança aos consumidores. Para apoiá-los nesse processo, disponibilizamos materiais de marketing (expositores, banners, adesivos, folders, entre outros) que auxiliam na apresentação em suas lojas e o atendimento especial de nossas consultoras e representantes.”

ROCA

Valmir Benaglia, Diretor Comercial e Marketing da Roca Brasil destaca que as marcas Roca e Celite oferecem linhas de metais com soluções versáteis em design e funcionalidade.



“Dentre eles, destacamos os monocomandos L20, da Roca, e Kitchen, da Celite. Com design contemporâneo e linhas limpas, o monocomando com bica móvel L20 combina estética refinada com tecnologia que transforma o uso diário em uma experiência funcional e sustentável. Um de seus diferenciais é o sistema Cold Start, solução que contribui para a eficiência energética ao liberar, no acionamento frontal, apenas água fria, evitando o uso desnecessário de aquecimento. Isso representa não apenas economia de energia, mas também um impacto positivo no consumo consciente de recursos. A bica móvel amplia a área de alcance, proporcionando maior comodidade em diferentes situações de uso.”

Sobre a linha de monocomandos Kitchen, da Celite, Benaglia explica que ela “está disponível na versão cromada e preto matte, sendo ideal para ambientes pensados para momentos de lazer e para receber convidados. Para promover alta funcionalidade, os monocomandos apresentam dois tipos de jatos: o espalhado, ideal para a limpeza de alimentos, e o mais concentrado, para enxágue. A bica extraível ainda colabora para o melhor direcionamento da água. O acionamento em alavanca torna a abertura e o fechamento do monocomando mais fáceis, evitando, por exemplo, o contato das mãos sujas diretamente no metal. Com um único comando, viabiliza-se também a escolha da temperatura ideal da água. Equipada com a tecnologia High Coat®, sua beleza e durabilidade permanecem intactas e livres de danos por muito mais tempo”.

Recomendações aos revendedores

“Além de expor os produtos em espaços dedicados, é essencial que as equipes dominem seus diferenciais para um atendimento consultivo. Para isso, Roca e Celite oferecem treinamentos, eventos e suporte contínuo a consultores regionais, além de conteúdos digitais em sites e redes sociais, que auxiliam na argumentação de venda. Também é fundamental identificar o perfil e a etapa da jornada do consumidor — planejamento ou solução imediata — para destacar atributos como resistência, design exclusivo, economia de água, garantia estendida e rede de assistência técnica. Assim, o revendedor fortalece a confiança do cliente e amplia as chances de conversão.”

ROCO

“Nossos grandes destaques são o Kit Instalação Fogão, Forno e Cooktop – Corta-Fogo Reto e Ligação Flexível 1,25 m, no qual a Roca foi pioneira na criação. Trata-se de um kit completo, seguro e intuitivo de instalar, e que trouxe praticidade tanto para os profissionais quanto para os consumidores finais. O produto foi desenvolvido para oferecer segurança, praticidade e confiança em uma única solução, sendo composto por corta-fogo reto, ligação flexível com malha antichamas, terminal de fogão e abraçadeiras, garantindo proteção completa contra vazamentos de gás e alta durabilidade. Além disso, todos os kits passam por testes rigorosos de qualidade e são verificados um a um, sendo assegurado que cada unidade entregue ao mercado atenda aos mais altos padrões de desempenho. Projetado para ser de fácil instalação, proporciona uma experiência rápida, prática e totalmente confiável”, explica Anderson Rosa, Diretor Comercial.

Ele acrescenta que, “em 2026, com a inauguração da nossa nova sede, estaremos preparados para expandir ainda mais nossa linha de produtos voltados para cozinhas, fortalecendo nosso portfólio e acompanhando as novas demandas do mercado”.

Recomendações aos revendedores

“Pensando no ponto de venda, recomendamos que os revendedores destaquem sempre os diferenciais técnicos e os benefícios práticos dos nossos produtos, como a durabilidade, a facilidade de instalação, a vedação segura contra vazamentos de gás e o flexível com malha antichamas. Além disso, uma exposição organizada e atrativa, aliada a materiais de apoio como embalagens explicativas, comunicação visual clara e demonstrações rápidas, é essencial para reforçar a credibilidade da marca e transmitir confiança ao consumidor no momento da compra.”



SINTEX

Os lançamentos da Sintex chegaram ao mercado no início do ano. Enio Bernardes, Diretor da Sintex, explica que foram lançados o Arejador Filtro Spray Gourmet e o Aquecedor Elétrico Genius Touch, que podem ser utilizados em cozinhas. A Torneira Elétrica e Filtro Água 2 em 1 é um lançamento de 2024 que segue em alta e também merece destaque.

“O Arejador Filtro Spray Gourmet foi projetado especificamente para a cozinha e se destaca por possuir um filtro multicamadas que proporciona água pura, além de alcance abrangente, o que facilita a lavagem de louças e alimentos, assim como a higienização da cuba da pia. O Aquecedor Elétrico Genius Touch é um aquecedor de água que pode ser instalado em todas as torneiras da casa. O produto conta com um display digital que facilita o ajuste de temperatura, permitindo configurações de até 50°C. O principal destaque do produto é o design — moderno e compatível com várias opções de passagem de água. O aquecedor ainda mostra a quantidade de consumo de água por minuto, o que ajuda na economia do recurso.

Com três temperaturas, a Torneira Elétrica e Filtro Água 2 em 1 da Sintex é ideal para o uso na cozinha, otimizando o espaço ao agregar em um único produto duas funcionalidades diferentes. O acessório possui um sistema de filtragem que remove impurezas, além do sabor e do odor do cloro, deixando a água ideal para consumo. O dispositivo tem capacidade para filtrar partículas de até 15 micras, menores que um grão de areia. É possível alternar entre as funções de torneira elétrica e filtro de água em um único comando, o que deixa a usabilidade do produto muito mais prática. Além disso, o alcance da bica é de 360°, podendo ser usada em pias de duas cubas e instalada na parede ou no balcão.”

Recomendações aos revendedores

“O ideal é que o consumidor visualize a torneira ou o acessório aplicado em um contexto real de cozinha, o



que pode ser feito com mostruários funcionais. Além disso, informações técnicas claras e a valorização dos diferenciais do produto — como economia de água, design moderno e funcionalidades extras, a exemplo do filtro multicamadas do Arejador Filtro Spray Gourmet —, ajudam a fechar a compra. Outro ponto importante é treinar a equipe de vendas para que esteja preparada para tirar dúvidas e oferecer as soluções adequadas para cada perfil de cliente.”

SOCEL

A SOCEL acaba de consolidar sua Linha Luxo, um projeto que traduz a proposta de trazer o luxo para a classe C, tornando o design sofisticado e os acabamentos premium acessíveis ao consumidor que valoriza estética, mas que muitas vezes não encontra opções compatíveis com seu poder aquisitivo.

“O momento econômico brasileiro exige soluções inteligentes: enquanto o metal encarece a produção e restringe o acesso, o ABS de alta performance garante durabilidade, resistência e preço competitivo. Isso nos permite oferecer ao consumidor final produtos que unem beleza e funcionalidade, sem abrir mão da qualidade. Outro ponto essencial é o comportamento de compra atual, muito influenciado pelas redes sociais. Hoje, todos querem ter o que veem em ambientes inspiradores, mas sem necessariamente dispor de altos investimentos. A Linha Luxo nasceu justamente para atender esse desejo, oferecendo torneiras com acabamentos diferenciados como Carrara, Ônix, Graphite Fosca e Red Fosca, que elevam o status da cozinha e agregam valor ao ponto de venda. Para este ano, a SOCEL seguirá focada em lançar produtos que reforcem esse conceito: design sofisticado, acessibilidade e inovação em acabamentos, sempre conectados às tendências de consumo e às demandas reais do mercado”, pontua Sarah Camilla Bennert, Diretora da SOCEL.

Recomendações aos revendedores

“O ponto de venda precisa traduzir a mesma experiência que o consumidor vê nas redes sociais, já que a principal motivação de compra hoje é visual e aspiracional. Quando o cliente chega à loja, ele deve enxergar a possibilidade de ter, em sua própria casa, a cozinha ‘dos sonhos’ que vê online. Para potencializar as vendas, re-

comendamos que os revendedores:

- Invistam em exposição por acabamentos e cores – a Linha Luxo possui opções como Carrara, Ônix, Graphite Fosca e Red Fosca, que chamam a atenção quando organizadas de forma destacada e comparativa.
- Recriem ambientes inspiradores – montar pequenas ilhas ou painéis que simulem cozinhas modernas ajuda o consumidor a imaginar o produto no uso real.
- Destaquem os diferenciais da Linha Luxo – comunicar que ela traz sofisticação a um preço acessível, unindo durabilidade do plástico com design semelhante ao metal, aumenta a percepção de valor.
- Use materiais de apoio visuais – displays, cartazes e até QR Codes com imagens e vídeos que remetam a tendências vistas nas redes sociais ampliam a conexão imediata.
- Treinem os balconistas – capacitar a equipe de atendimento para explorar o gancho aspiracional é essencial para converter desejo em venda.

A SOCEL apoia diretamente seus parceiros de varejo fornecendo displays exclusivos para exposição das torneiras, amostras de produtos para compor ambientes inspiradores, materiais de ponto de venda (PDV) e também uma equipe especializada para treinamento de balconistas. Dessa forma, a loja consegue transformar o contato com o consumidor em uma experiência completa, elevando as chances de venda e fidelização.”

TRAMONTINA

Felipe P. Lazzari, Diretor da Tramontina, elucida que, entre as principais novidades do ano, estão os Monocomandos da Linha Tower, produzidos em aço inox AISI 304, material que assegura longa vida útil. “Eles possuem ro-

tação de 360 graus, além de serem muito econômicos, graças ao arejador que reduz o consumo de água e ao sistema antigotejamento”.

“Também na linha de monocomandos, temos o Monde Filter Ultra, uma opção que une tecnologia, saúde e cuidado com o meio ambiente. Com sofisticação e funcionalidade, ela garante água quente, fria e filtrada em um único produto, elevando a experiência na cozinha. Lançamos, também, o Filtro de água com Refil Classe A, um sistema de filtragem de alto desempenho, com tecnologia que remove $\geq 99\%$ das bactérias, reduz o cloro livre e melhora a qualidade da água. O grande diferencial está na facilidade de manutenção: quando necessário, você substitui apenas o refil, de forma simples e rápida, sem a necessidade de trocar o sistema completo.”

Recomendações aos revendedores

“Garantir uma boa exposição dos produtos no PDV é essencial para atrair a atenção do consumidor. Além disso, os consultores de vendas precisam estar preparados para esclarecer dúvidas e transmitir confiança. Para isso, é importante que busquem conhecer a fundo cada produto, consultando o site ou o catálogo do fabricante para identificar informações e diferenciais que o tornam único para cada perfil de cliente. Uma exposição bem planejada, aliada a uma argumentação técnica consistente, é o que gera o encantamento que o consumidor espera ao visitar uma loja física.”

• SHOWROOM • SHOWROOM • SHOWROOM • SHOWROOM •

ACQUABIOS

Filtro Troca Fácil. Desenvolvido para instalação sob a bancada, com sistema de encaixe simples, trava de segurança contra vazamentos e refil classe A bacteriológico: um produto discreto que garante água mais pura e segura para o dia a dia da casa.

Purificadores com tecnologia UVC LED. Oferecem uma camada extra de proteção ao eliminar até 99,9% de bactérias e microrganismos.



BLUKIT

Conexão Dupla para Máquina de Lavar. É um produto simples, mas que resolve um problema recorrente: a necessidade de ligar duas máquinas, ou uma máquina e outro acessório, ao mesmo ponto de água com total segurança e eficiência.



Válvula Click. A grande vantagem da válvula click é justamente a praticidade. Com um único toque, é possível abri-la ou fechá-la sem a necessidade de tampas ou peças que se desgastam com o tempo. Isso traz modernidade para o ambiente, mais higiene e evita entupimentos.



Kit Anel Vedação. Ele acompanha os elementos essenciais para uma vedação eficiente, com materiais de alta resistência que suportam variações de temperatura e o uso contínuo ao longo do tempo.



A **Linha Economy** é composta por ligações flexíveis para gás, ideal para o dia a dia de instalações residenciais e comerciais.



Ralo Click. Basta um toque para abrir ou fechar a passagem da água, evitando odores, entrada de insetos e acúmulo de sujeira, problemas comuns em ralos tradicionais.

DECA

A **Cuba Funstation** foi desenvolvida para ampliar a experiência na cozinha. Com tampas, tábuas, escorredores e bowls, a peça permite ocultar a área úmida, liberar superfície de preparo e organizar melhor os momentos de uso, criando fluidez entre cozinhar e receber. Já os **Monocomandos Enjoy** integram inovação e praticidade: enquanto o **Enjoy Pro** atende às demandas por versatilidade no dia a dia com água filtrada em diferentes temperaturas, o **Enjoy Express** oferece água filtrada fervente de forma instantânea, o que facilita o preparo de bebidas e alimentos.



DOCOL

Monocomando Spice Pro. Desenvolvido para oferecer mais praticidade no dia a dia da cozinha, ele possui a tecnologia Cold Start, que reduz o consumo de gás e energia ao iniciar o fluxo de água sempre na temperatura fria, evitando o acionamento do aquecedor. Além disso, sua bica proporciona amplo alcance da cuba e o duplo jato com arejador otimiza o uso da água, garantindo um fluxo eficiente e confortável.

DocolFit é ideal para cozinhas que buscam sofisticação e funcionalidade. Fabricados em aço inoxidável 304, esses canais podem ser instalados sobre ou sob a bancada e vêm com uma variedade de acessórios, como escorredores para pratos e talheres. A inclusão de uma manta antirruído o torna perfeito para cozinhas open space, oferecendo uma solução completa para organizar e otimizar o espaço.



GHELPLUS

Cuba Super grafite: acabamento grafite texturizado, superfície hidrofóbica, que reduz o acúmulo de água, facilitando a secagem e reduzindo a incidência de manchas. Possui manta redutora de ruídos e 200mm de profundidade, para maior praticidade na cozinha.

Torneiras de mesa, bicas redonda e orgânica: com 23cm e 24cm de altura respectivamente e produzidas em aço inox, ambas possuem volante ¼ de volta, arejador articulável e rotação 360°. Funcionam em baixa pressão (2 m.c.a.)



GRUPO KRONA

O **Multissifão Duplo Extensível Preto** da Krona foi desenvolvido para pias com duas cubas, oferecendo ajuste prático no comprimento, além de entrada e saída universais (entradas de 7/8", 1 1/4", 1 1/2" e saídas de 38, 40, 48 e 50 cm). Acompanha abraçadeira, que garante a manutenção do fecho hídrico, e adaptador com rosca na mesma peça.

A **Allure Décor Ônix**, da Viqua, está disponível em duas versões: de mesa e de parede. Com bica giratória, volante em alavanca e acionamento em ¼ de volta, o modelo une conforto no uso e design clean. Produzida em ABS, durável e resistente a impactos, possui também arejador econômico que evita o desperdício de água e respingos e proporciona um jato muito mais suave.



LORENZETTI

Combo Loren Loft Inox + Loren Acqua 5", que une o monocomando Loren Loft Inox com o filtro de água Loren Acqua 5", resultando em design moderno e eficiência da água filtrada no mesmo produto, transformando o dia a dia na cozinha com o máximo de praticidade. Acoplado ao misturador, o filtro Loren Acqua 5" complementa o combo com alto desempenho. Compacto, de instalação prática e com sistema de filtragem, utiliza carvão ativado com prata coloidal para reduzir cloro, odores e sabores indesejáveis, proporcionando água cristalina e saudável. A substituição do refil é simples e dispensa ferramentas ou assistência técnica.

Monocomando Loren Loft Gourmet. Combina funcionalidade e design moderno. Com saída exclusiva para água filtrada, o modelo se destaca pelo formato slim, acabamento em inox e linhas suaves, trazendo sofisticação e praticidade para o dia a dia. O monocomando conta com dois tipos de jatos, permitindo alternar facilmente entre eles com um simples clique no botão.



MM GABINETES

Modelos Montana e Sevilha



PLANETA ÁGUA



Linha purificador de água Giom PA12.

Purificador Fit200, campeão de vendas.



ROCA/CELITE

Roca – monocomando L20

Com design contemporâneo e linhas limpas, o monocomando com bica móvel L20 da Roca combina estética refinada com tecnologia que transforma o uso diário em uma experiência funcional e sustentável. O modelo se destaca pela praticidade do comando único, que permite ajustar temperatura e vazão da água de forma intuitiva e precisa.



Celite – linha Kitchen: monocomando preto, acabamento matte

A linha de monocomandos Kitchen da Celite, disponível na versão cromada e preto matte, é ideal para ambientes pensados para momentos de lazer e para receber convidados. Para promover alta funcionalidade, os monocomandos apresentam dois tipos de jatos: o espalhado, ideal para a limpeza de alimentos, e o mais concentrado para enxágue. A bica extraível ainda colabora para o melhor direcionamento da água.



SINTEX

O **Arejador Filtro Spray Gourmet** se destaca por possuir um filtro multicamadas que proporciona água pura, além de alcance abrangente, o que facilita a lavagem de louças e alimentos, assim como a higienização da cuba da pia.



O **Aquecedor Elétrico Genius Touch** é um aquecedor de água que pode ser instalado em todas as torneiras da casa. O produto conta com um display digital que facilita o ajuste de temperatura, permitindo configurações

de até 50°C. O principal destaque do produto é o design — moderno e compatível com várias opções de passagem de água.

A **Torneira Elétrica e Filtro Água 2 em 1 da Sintex** é ideal para o uso na cozinha, otimizando o espaço ao agregar em um único produto duas funcionalidades diferentes. O acessório possui um sistema de filtragem que remove impurezas, além do sabor e do odor do cloro, deixando a água ideal para consumo.



SOCEL

A **Linha Luxo** oferece torneiras com acabamentos diferenciados como Carrara, Ônix, Graphite Fosca e Red Fosca, que elevam o status da cozinha e agregam valor ao ponto de venda.



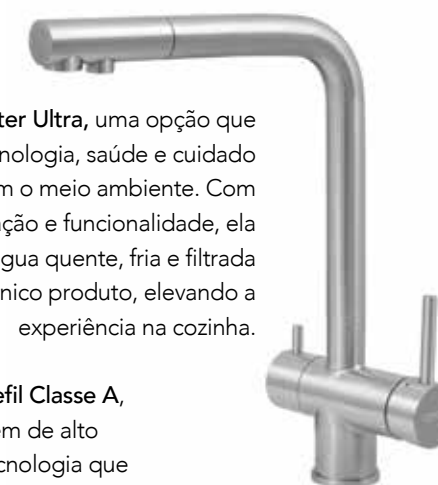
TRAMONTINA

Monocomandos da Linha Tower, produzidos em aço inox AISI 304, material que assegura longa vida útil. Eles possuem rotação de 360 graus, além de serem muito econômicos, graças ao arejador que reduz o consumo de água e ao sistema antigotejamento.



Filtro de água com Refil Classe A, um sistema de filtragem de alto desempenho, com tecnologia que remove ≥99% das bactérias, reduz o cloro livre e melhora a qualidade da água.

Monde Filter Ultra, uma opção que une tecnologia, saúde e cuidado com o meio ambiente. Com sofisticação e funcionalidade, ela garante água quente, fria e filtrada em um único produto, elevando a experiência na cozinha.



A bucha que sua obra precisa só pode ser

DuraFix Produtos
57 anos
LINHA PROFISSIONAL



Conheça nossos produtos.

 **(21) 99440-7714**

 **(21) 3890-0180**

3860-4907

3860-0766

 **fix@fix-all.com.br**

 **www.fix-all.com.br**

NÃO ESPERE CHOVER



Na construção civil, a proteção é essencial para tornar obras e projetos mais duráveis. Entre as técnicas adotadas, a impermeabilização é indispensável. Fenômenos climáticos extremos, como chuvas em volumes acima da média, reforçam a necessidade de conservar obras e superfícies.

CORAL MACTRA

Florencia Ordóñez, Gerente de Marketing de Produtos para Exterior, Impermeabilizantes, Pré-Deco e Madeiras da AkzoNobel LATAM, reforça que impermeabilizar é cuidar da sua casa e proteger quem você ama. “Com a linha Coral Mactra, levamos soluções completas que garantem proteção em todas as fases da obra, da fundação ao acabamento final, prevenindo problemas como infiltrações, mofo e fissuras, que podem comprometer tanto a estrutura quanto a saúde de quem vive no ambiente. A combinação entre a Pintura Impermeabilizante Sol & Chuva Coral e os produtos da linha Coral Mactra oferece ao consumidor uma forma prática e eficiente de proteger e valorizar sua casa, garantindo maior durabilidade e beleza para as paredes, além de tranquilidade para quem constrói ou realiza manutenções. Vale esclare-



cer que a marca não trabalha com mantas asfálticas, mas com mantas líquidas”.

Este ano, a Coral Mactra celebra o primeiro aniversário do lançamento da marca, que trouxe uma nova visão para o mercado de impermeabilizantes, com foco em inovação e qualidade. “Em apenas um ano, conseguimos estabelecer um portfólio completo de soluções efi-

cazes, que atendem desde a construção até a manutenção e reparo de estruturas. Além disso, a educação do consumidor tem sido um pilar importante para fortalecer nosso compromisso, com cursos na Academia Coral e treinamentos para nossos parceiros. Estamos comprometidos em proporcionar aos nossos clientes não apenas produtos de alta performance, mas também o conhecimento necessário para garantir resultados duradouros”, comenta Ordóñez.

A Manta Líquida Sol & Chuva se destaca como um dos principais produtos da marca. Trata-se de um revestimento acrílico de altíssima qualidade e excelente aderência, que se adapta com facilidade à superfície aplicada. Indicada para a impermeabilização de lajes e telhados sem trânsito, forma uma película emborrachada e flexível, oferecendo proteção eficaz contra infiltra-

ções, fissuras, algas e mofo.

A Vedbem Manta Líquida Rápida é um impermeabilizante à base de resinas acrílicas, desenvolvido para coberturas e lajes. Seu grande diferencial está na aplicação prática, secagem rápida, alta elasticidade e excelente rendimento. “A performance comercial desse produto é reforçada por uma comunicação clara de seus benefícios, como a ausência de emendas e a consistência pastosa, que facilita a aplicação mesmo em superfícies irregulares. Com ótimo posicionamento de custo-benefício, ele atende diretamente a uma dor real do consumidor, aumentando sua competitividade no mercado”, explica a profissional de Marketing.

Já o Vedbem Telhatria se diferencia por agregar conforto térmico aos ambientes internos. Formulado com microesferas cerâmicas, o produto reflete os raios solares e atua como um eficiente isolante térmico — um diferencial relevante especialmente para regiões de clima quente.

Recomendações aos revendedores

“A impermeabilização é um dos passos mais importantes em qualquer obra, porque protege a estrutura da casa contra infiltrações, rachaduras e desgaste precoce dos materiais. Além de preservar o investimento feito no imóvel, ela também está diretamente ligada à saúde dos moradores: ambientes úmidos favorecem o mofo e a proliferação de fungos, que podem causar problemas respiratórios e alergias. Quando tratada desde o início, a impermeabilização garante mais durabilidade, conforto e qualidade de vida para toda a família. Daí a relevância dos revendedores terem esse conhecimento e repassarem aos consumidores finais. Por isso, continuamente disponibilizamos informações para revendedores e balconistas, que também podem ter acesso à Academia Coral, que disponibiliza conteúdo on-line sobre nossos produtos e orientação sobre suas aplicações, de forma que podem se manter atualizados sobre nosso portfólio de soluções.”

DRYKO

Sharlene Lopes, Gerente Técnica da Dryko, explica que a empresa ampliou seu portfólio e reafirma sua posição como referência em impermeabilização e reparos.

“Os lançamentos estão divididos em três frentes: o grupo de membranas, com soluções de proteção e durabilidade; a família de selantes e reparos, que garante aplicações rápidas e eficientes; e a linha voltada ao mercado técnico, desenvolvida para projetos de maior complexidade. Destacam-se as mantas gofradas, desenvolvidas para enfrentar projetos de maior complexidade e altíssima exigência”.

A tecnologia das DRYKO MANTAS evoluiu e ficou melhor com o acabamento gofrado. Seguindo as normas atualizadas que garantem mais segurança e desempenho, os produtos atendem à norma NBR 9952, assegurando qualidade, durabilidade e conformidade técnica em sistemas de impermeabilização.

Em 2025, a Dryko Impermeabilizantes concluiu a recertificação da Drykomanta Tipo III B 4 mm e, de forma inédita, conquistou duas novas certificações: a Drykomanta Tipo III B 3 mm e a Drykofita Asfáltica, produto que se consolidou como carro-chefe de produção da empresa.

Essas certificações fazem parte do Programa de Qualidade (PQ) do Instituto Brasileiro de Impermeabilização (IBI), sendo concedidas pela certificadora IBELQ, reconhecida pela rigorosa avaliação de conformidade técnica e desempenho.

Recomendações para revendedores

“Para potencializar a presença dos produtos Dryko no ponto de venda, sugerimos: destacar as certificações em materiais de comunicação, evidenciando a confiabilidade e a conformidade técnica; criar espaços organizados por linhas de produto, facilitando a identificação rápida pelo cliente (mantas, primers, aditivos, fitas etc.); utilizar materiais de PDV fornecidos pela Dryko (banners, displays, folhetos técnicos) para reforçar a visibilidade;

orientar a equipe de vendas com informações básicas sobre diferenciais e aplicações, garantindo atendimento consultivo ao cliente; promover demonstrações técnicas e pequenas ações em loja para aproximar o consumidor final da solução Dryko.”

EUCATEX

Como uma marca 100% brasileira e um portfólio completo em tintas imobiliárias Super Premium, Premium, Standard e Econômica, a Tintas Eucatex formula e produz tintas de alta qualidade em conformidade com o programa PSQ de qualidade da ABRAFATI e normas ABNT e NBR, para garantir ao profissional especificador e ao cliente final a performance máxima de cada uma das linhas de produtos.

“Nosso grande lançamento deste ano é o Acqua Resist, uma tinta impermeabilizante inovadora à base de água, com tecnologia hidrofóbica e hidrorrepelente. O produto bloqueia infiltrações mesmo em áreas com umidade positiva ou negativa, e tem resistência à chuva em apenas duas horas após a aplicação. Além de todos esses benefícios, oferecemos dez anos de garantia para o filme da tinta”, informa Felipe Diotaiuti, Gerente de Marketing de Produtos da Tintas Eucatex.



Ele destaca que, além do Acqua Resist, a linha de impermeabilização da Eucatex inclui outros produtos já consolidados no mercado: a Máxima Proteção e a Eucafex, tintas acrílicas emborrachadas para fachadas, resistentes a fissuras e variações climáticas; a Manta Líquida, de aplicação a frio, que

Certificações

forma uma membrana flexível e atua também como isolante térmico; e o SuperPren Paredes, pintura acrílica elástica que protege contra batidas de chuva, infiltrações e ainda conta com aditivos antimofa e bactericidas.

“Todos os produtos seguem rígidos padrões de qualidade, com certificações técnicas que asseguram eficiência e durabilidade. O Acqua Resist, por exemplo,

conta com durabilidade de dez anos para o filme da tinta, como prova da nossa confiabilidade da solução.”

Recomendações aos revendedores

“Recomendamos que os revendedores destaquem no ponto de venda os diferenciais de cada produto, como a resistência rápida à chuva, sereno, maresia e infiltrações de umidades negativas, no caso do Acqua Resist, ou o conforto térmico proporcionado pela Manta Líquida. Materiais de comunicação e demonstrações práticas ajudam a evidenciar esses benefícios de forma clara ao consumidor.”

GRUPO SOPREMA

Tais Abambres, Diretora de Marketing e Desenvolvimento de Negócios do Grupo Soprema, destaca os lançamentos dos produtos Denverfix XA35 e Denvertec Elastic HP.



Certificações

“O Denverfix XA35 possui certificado do Instituto Falcão Bauer da Qualidade (IFBQ), organismo de certificação que atua nos processos de avaliação da conformidade de produtos, sistemas de gestão, serviços, inspeção acreditada e inovação na construção civil, com atuação nacional e internacional.”

Recomendações aos revendedores

“No caso do Denverfix XA35, é importante reforçar o reconhecimento da certificação do Falcão Bauer, que atesta sua qualidade, além da alta concentração, que garante economia significativa em frete e um rendimento até cinco vezes maior em comparação com similares prontos para uso. Isso se traduz em excelente aderência, praticidade e custo-benefício. Já para o Denvertec Elastic HP, o destaque deve ser a alta elasticidade e a durabilidade. Além de reforçado com fibras, o produto forma uma barreira impermeabilizante extremamente eficiente que pode ficar exposta às intempéries e ao sol, sem a necessidade de assentamento adicional. Isso facilita a aplicação, amplia o leque de usos e agrega valor

ao consumidor final. Ambos os produtos são comercializados pela Pulvitec e pela Denver, empresas do Grupo Soprema.”

HYDRONORTH

“A Hydronorth vem consolidando sua presença como referência em soluções de impermeabilização para coberturas. Entre os principais destaques estão o Hydromanta Ultra, manta líquida de alta performance para lajes e telhados, e a Borracha Líquida Telhados e Lajes, que protege e ainda contribui para o conforto térmico. Além deles, o Telhado Branco vem se destacando por unir impermeabilização e refletância solar, reduzindo a absorção de calor e prolongando a vida útil das coberturas. Para este ano, seguimos com investimentos em inovação, trazendo soluções que combinam eficiência técnica, sustentabilidade e facilidade de aplicação, reforçando nossa liderança nessa categoria”, diz Mayra Weddija Vieira Souza, Coordenadora Produtos da Hydronorth.

Certificações

“A linha de Telhados e Lajes e o Telhado Branco atendem a normas nacionais e internacionais de refletância e emissividade, como ABNT NBR 13321, ASTM E1980, Energy Star e California Title 24. Além disso, possuem baixo teor de VOC e estão alinhados a certificações de construções sustentáveis como LEED (Leadership in Energy and Environmental Design – em português, Liderança em Energia e Design Ambiental) e ACQUA. O Hydromanta Ultra segue normas da ABNT para preparação de substrato e impermeabilização, além de possuir laudos técnicos e boletins de desempenho que asseguram confiabilidade e segurança em diferentes condições de uso. Todos os produtos possuem também laudo de potabilidade, podendo ser aplicados em caixas d’água. Além disso, eles contam com garantia assegurada pela Hydronorth, desde que aplicados conforme orientações técnicas, o que reforça nossa confiança na qualidade e no desempenho de nossas soluções.”

Recomendações aos revendedores

“No ponto de venda, recomendamos que os revendedores enfatizem os diferenciais que tornam a escolha dos nossos produtos decisiva. Hydromanta Ultra: aceita

argamassa colante sobre o filme curado, pode ser aplicado direto sobre reboco e possui laudo de potabilidade, permitindo aplicação segura em caixas d’água. Impermeabilizante Telhados e Lajes: forma uma membrana elástica, protege contra infiltrações e, na cor branca, reduz a temperatura do ambiente. Telhado Branco: combina impermeabilização com eficiência térmica, trazendo benefícios de redução de temperatura no substrato, além de certificações nacionais e internacionais que comprovam seu desempenho.”

QUARTZOLIT

Mateus Castro, Gerente de Marketing de Produtos e Inteligência de Mercado na Saint-Gobain Soluções para Construção, destaca que a Quartzolit lançou uma nova embalagem para sua linha de aditivos para argamassa, que inclui três produtos: tecplus 1, chapix blanco e o aditivo plastificante, em 2025.



“Essa inovação visa oferecer mais praticidade e economia para o profissional, além de ser mais sustentável, pois reduz em mais de 70% a utilização de plástico em comparação com os frascos tradicionais de 1 L. A qualidade dos produtos permanece a mesma que o mercado já conhece e confia, e as embalagens convencionais continuam disponíveis, garantindo flexibilidade na escolha. Os aditivos são elementos que auxiliam no processo de aprimorar o desempenho da argamassa e proporcionar um maior tempo de vida útil para o projeto, sem que apareçam fissuras, rachaduras, entre outros problemas na estrutura.”

Certificações

“A Quartzolit já conta com Declarações Ambientais de Produto (EPDs) publicadas, que atestam a transparência e o compromisso da marca com a sustentabilidade. Essas certificações seguem padrões internacionais de Avaliação do Ciclo de Vida (ACV), auditados de forma independente e baseados em normas como ISO 14020, ISO 14025 e ISO 14040. No Brasil, a Saint-Gobain

é referência nesse tema, reunindo hoje o maior número de certificações publicadas no setor e avançando para que todas as suas famílias de produtos contem com ACV até 2030.”

Recomendações aos revendedores

“Destacar as vantagens das embalagens de pouch (sachê), como praticidade, economia, sustentabilidade, facilidade de transporte e armazenamento, possibilidade de uso como refil, menos sujeira e menos desperdício na obra. Também orientamos a apostar em recursos visuais e materiais educativos que evidenciem, de forma prática, os diferenciais das soluções Quartzolit. Por isso, temos direcionado esforços para oferecer materiais de PDV, amostras e suportes técnicos que auxiliem nessa comunicação com o consumidor. Além disso, reforçamos a importância de os revendedores aproveitarem o suporte da nossa equipe de campo, sempre disponível para esclarecer dúvidas e oferecer orientações especializadas.”



VEDACIT

Vitor Cybis, executivo de Marketing da marca, destaca o lançamento do Acquella Block, uma nova resina acrílica impermeabilizante cristalina, que chega para revolucionar o mercado. “Ela é completamente transparente após a aplicação, formando uma barreira resistente à água sem alterar a estética das superfícies. Isso abre novas possibilidades de uso, já que combina proteção e preservação visual em diferentes substratos. O produto forma uma película altamente aderente, resistente e flexível, que veda completamente a superfície onde é aplicada. Pode ser aplicada em diversos locais, tal como paredes, trincas, microfissuras, tijolos à vista, pedras naturais, blocos de alvenaria, rejuntas, azulejos, frestas de janela, box de banheiro, madeiras e pisos. Outra novidade é o Vedatop Ultraflex 12000, um avanço em relação às argamassas poliméricas tradicionais. O produto combina alta flexibilidade, rendimento até duas vezes maior que os impermeabili-

zantes cimentícios comuns, maior resistência mecânica e aplicação simplificada. É indicado especialmente para áreas sujeitas à movimentação estrutural — como banheiros, piscinas e estruturas subterrâneas, garantindo estanqueidade duradoura. Para reforçar a performance do sistema de impermeabilização, oferecemos a Manta Estruturante, fabricada em poliéster com tecnologia avançada. Funcionando como um sistema, no qual o Vedatop Ultraflex 12000 é reforçado pela manta estruturante”.

Cerfiticações

“A Vedacit mantém um rígido padrão de qualidade em todas as etapas de desenvolvimento, produção e distribuição. Somos certificados, desde 2023, como empresa B, o que atesta nosso compromisso com a jornada ESG. Os nossos produtos seguem as normas da ABNT.

Além disso, o complexo industrial de Itatiba foi planejado com foco em eficiência, automação, ergonomia e redução de impactos ambientais, sendo equipado com tecnologia da Indústria 4.0 e certificação LEED.”

Recomendações aos revendedores

“O ponto de venda é onde a experiência do consumidor acontece e, por isso, a recomendação é apostar em demonstrações práticas, materiais de apoio e exposição organizada. Produtos como o Acquella Block e o Vedatop Ultraflex 12000 ganham força quando o cliente consegue visualizar seu diferencial. Além disso, trabalhamos constantemente com nossos parceiros comerciais para garantir que a comunicação seja clara e atrativa. O revendedor é peça-chave nesse processo, pois é quem traduz os benefícios técnicos em soluções reais para o consumidor. A dica é sempre destacar a performance, a facilidade de aplicação e o ganho estético ou estrutural que cada produto oferece.”

VIAPOL

“A Viapol vem se destacando no mercado com importantes lançamentos que reforçam sua liderança em soluções para impermeabilização. Entre as novidades já apresentadas, estão os novos produtos da linha Viaplus: o Viaplus 2000, um revestimento cimentício que dispensa o uso de telas, ideal para fundações, alicerces e superfícies permanentemente úmidas; e o Viaplus 6000,

que oferece alta flexibilidade e resistência à pressão hídrica, sendo indicado para áreas sujeitas a movimentações estruturais, como sacadas e paredes de drywall. Os dois reforçam o portfólio da linha, ao lado do já reconhecido Viaplus 7000”, informa Luis Laguna, Head de marketing, comunicação e produtos da Viapol.

A linha Vedalage também ganhou reforço com dois lançamentos: o Vedalage Rápido, uma manta líquida de secagem rápida (apenas duas horas entre demãos), ideal para áreas internas e lajes, e o Vedalage Ultra 10, uma solução super premium com alta refletância solar e durabilidade de até dez anos, voltada para coberturas expostas ao sol.

“Além disso, a Viapol lançou o Vitpoli Eco Piscina, um impermeabilizante à base de poliuretano bicomponente, voltado para piscinas e espelhos d’água, que combina desempenho técnico e sustentabilidade. O portfólio da marca também passou por atualizações, como a reformulação da linha de aditivos – que ganhou embalagens padronizadas e nomes mais intuitivos – e a modernização do Pó 2, que agora é comercializado em baldes plásticos, com validade ampliada de três para seis meses, atendendo melhor às necessidades de armazenagem e uso em obra”, diz Laguna.

E as novidades não param por aí. “A Viapol já está preparando novos lançamentos para este ano, com foco em tecnologias sustentáveis, produtos de alta performance e soluções voltadas à eficiência em impermeabilização, proteção e reparos. Esses desenvolvimentos visam atender às novas exigências do setor da construção civil, reforçando o compromisso contínuo da empresa com inovação, qualidade e sustentabilidade”.

Cerfiticações

“Todos os produtos seguem rigorosamente as certificações exigidas e as normas técnicas brasileiras e internacionais, garantindo aplicabilidade, resistência, durabilidade e sustentabilidade em diferentes tipos de obras. Esse cuidado técnico reforça o compromisso da Viapol em entregar soluções confiáveis e de alta performance para o setor da construção civil.”

Recomendações aos revendedores

“Para a Viapol, o ponto de venda é um elo estratégico na jornada do consumidor. Por isso, recomenda-se

que os revendedores invistam em uma apresentação que valorize os diferenciais técnicos e os benefícios práticos dos lançamentos, como o Viaplus 2000, Viaplus 6000, Vedalage Rápido, Vedalage Ultra10 e o Vitpoli Eco Piscina.

A primeira recomendação é destacar, de forma clara, a aplicação e a solução que cada produto oferece, utilizando material de apoio visual, como banners, displays e folhetos informativos. Informações como ‘dispensa uso de tela’, ‘secagem em apenas duas horas’, ‘durabilidade de até dez anos’ ou ‘reduz temperatura do ambiente em até 30%’ são argumentos de venda fortes e fáceis de entender no dia a dia da loja.

Além disso, é fundamental capacitar a equipe de vendas para que saiba orientar corretamente o cliente, reforçando atributos como sustentabilidade, rendimento e facilidade de aplicação — pontos cada vez mais valorizados por aplicadores e construtores.

A Viapol também recomenda o uso de demonstrações práticas em loja, vídeos explicativos e QR Codes nas embalagens que direcionem para conteúdos técnicos ou vídeos de aplicação. Essas ações aumentam o engajamento e facilitam a escolha do produto ideal para cada tipo de obra. Por fim, o posicionamento de destaque dos lançamentos nas gôndolas — especialmente em áreas de alto fluxo — e a sinalização adequada com selos de inovação, prêmios recebidos e diferenciais competitivos, ajudam a transmitir confiança ao consumidor final e a reforçar o valor agregado dos produtos Viapol no varejo da construção civil.”

VONDER

A VONDER oferece uma linha completa de produtos para combater a penetração de umidade, água, manchas domésticas, além de opções específicas contra óleo, pichações e fuligem.

Os Impermeabilizantes VONDER são ideais para uso em residências e edifícios; fachadas porosas, como projetados, grafiatos e texturas; prédios históricos e telhados cimentícios; calçadas, tijolos, muros e paredes não pintadas; terraços, rejuntas, tetos de banheiros em gesso ou alvenaria; varandas, áreas de piscinas, pedras naturais ou reconstituídas e concreto e outras superfícies porosas.

De fácil aplicação, muitas vezes bastando uma única demão, são resistentes aos raios UV, não amarelam a superfície tratada e retardam o envelhecimento do material.

Além disso, possuem fórmula ecológica, com tensoativo biodegradável, sendo produtos econômicos, práticos e invisíveis após a secagem, sem alterar cor ou aparência.

O Primer para impermeabilização VONDER é indicado para melhorar a aderência na aplicação de mantas e fitas asfálticas sobre madeira, metal, argamassa ou concreto. Sua formulação, à base de emulsão asfáltica diluída em água, apresenta baixa viscosidade, formando uma película uniforme com apenas uma demão. É atóxico, inodoro, durável e está disponível nas versões de 1 L e 3,6 L, na cor marrom.

O Impermeabilizante Asfáltico VONDER é indicado para concreto, alvenaria, metais e madeira, protegendo pisos e paredes contra a umidade. É indispensável em obras ou reformas sujeitas à infiltração, prevenindo danos após a aplicação de revestimentos. Disponível em embalagens de 1 L, 3,6 L e 18 L, garante maior vida útil às superfícies.

As Mantas Térmicas Aluminizadas VONDER são ideais para proteger tetos planos ou curvos, terraços e coberturas não transitáveis. Sua camada de alumínio reflete os raios UV, prolongando a vida útil do material. Disponíveis com uma ou duas faces.

A Manta Asfáltica VONDER possui versões em filme de alumínio ou polietileno. Indicada para pisos planos, curvos ou inclinados, pode ser aplicada sob lajes, telhas ou outros sistemas, oferecendo durabilidade e proteção.

As Fitas Adesivas VONDER são perfeitas para vedar telhados, rufos, calhas, claraboias, marquises, galpões, dutos de ventilação, baús de caminhão e pequenas áreas que não necessitam de proteção mecânica. Produzidas com material à base de asfalto modificado com polímeros elastoméricos e filme de alumínio, suportam intempéries e raios solares, garantindo estanqueidade imediata. Estão disponíveis em sete tamanhos e atendem à norma NBR 16411.



DRYKO

DRYKOASFOX 10kg é um asfalto modificado com alta aderência e excelente desempenho impermeabilizante, ideal para colagem de mantas asfálticas e aplicação moldada “in loco”.



DRYKO ACQUARESIN MULTIÚSO é uma resina acrílica à base de água, ideal para proteger e impermeabilizar superfícies internas e externas. Com alto poder de aderência, durabilidade e repelência, oferece acabamento brilhante sem amarelar.



DRYKO MANTA LÍQUIDA

VEDATUDO é uma solução acrílica flexível e elástica para impermeabilização de lajes, telhados e marquises.



DRYKO IMPERMEABILIZANTE MILAGROSO

VEDATUDO: é incolor, sem cheiro e pronto para uso. Ideal para áreas com infiltração, fissuras, peitoril e frestas de janela, perímetro de box de banheiro e muitas outras, forma uma película resistente e durável.

• SHOWROOM • SHOWROOM • SHOWROOM • SHOWROOM •



CORAL MACTRA

Manta Líquida Sol & Chuva se destaca como um dos principais produtos da marca. Trata-se de um revestimento acrílico de altíssima qualidade e excelente aderência, que se adapta com facilidade à superfície aplicada. Indicada para a impermeabilização de lajes e telhados sem trânsito, forma uma película emborrachada e flexível, oferecendo proteção eficaz contra infiltrações, fissuras, algas e mofo.



Vedbem Manta Líquida Rápida é um impermeabilizante à base de resinas acrílicas, desenvolvido para coberturas e lajes. Seu grande diferencial está na aplicação prática, secagem rápida, alta elasticidade e excelente rendimento. Essas características fazem dele uma solução funcional e atrativa para o consumidor final, refletindo em sua alta rotatividade nos pontos de venda.



Vedbem Telhafria se diferencia por agregar conforto térmico aos ambientes internos. Formulado com microesferas cerâmicas, o produto reflete os raios solares e atua como um eficiente isolante térmico — um diferencial relevante especialmente para regiões de clima quente.



EUCATEX

Acqua Resist, uma tinta impermeabilizante inovadora à base de água, com tecnologia hidrofóbica e hidrorrepelente.



GRUPO SOPREMA

Denverfix XA35 – Adesivo base PVA concentrado para argamassas e chapiscos convencionais (lançados, projetados e rolados) em alvenaria, concreto, isopor (EPS), reparos, revestimentos e regularização de pisos, tanto em áreas internas quanto externas. Possui rendimento até cinco vezes maior que similares de mercado, com excelente aderência, fácil aplicação e melhor plasticidade, auxiliando na redução de retração e permeabilidade.

Denvertec Elastic HP – Membrana acrílica bicomponente de alta elasticidade, reforçada com fibras, que forma uma camada impermeabilizante flexível e durável. Indicada para lajes de cobertura expostas, piscinas (com proteção mecânica), espelhos d’água, caixas d’água elevadas e áreas frias como banheiros e lavanderias.





HYDRONORTH

O Hydromanta Ultra é uma manta líquida acrílica elastomérica, aplicada a frio, que forma uma membrana contínua, flexível e impermeável. É indicada para lajes e telhados, protege contra infiltrações e se diferencia por aceitar assentamento de argamassa diretamente sobre a película curada, permitindo acabamento fácil e prático.



Telhado Branco é um revestimento refletivo e impermeabilizante que reduz a temperatura do substrato, diminui o choque térmico e melhora o desempenho energético da construção, além de proteger contra infiltrações.



O Impermeabilizante Telhados e Lajes (Borracha Líquida) cria uma camada emborrachada de alta elasticidade, ideal para proteger coberturas contra infiltrações e variações climáticas. Na versão branca, ainda contribui para reduzir a temperatura interna dos ambientes, unindo proteção e conforto, além de fornecer cinco anos de garantia.



QUARTZOLIT

Tecplus 1 quartzolit: aumenta significativamente a resistência contra umidade e infiltrações, ajudando a prevenir mofo e bolor em ambientes sujeitos à água.



Chapix blanco quartzolit: torna a massa mais colante, auxiliando na etapa do chapisco.



Aditivo plastificante quartzolit: abre os poros da massa, melhorando sua trabalhabilidade.



VEDACIT

Acquella Block, uma nova resina acrílica impermeabilizante cristalina, completamente transparente após a aplicação, que forma uma barreira resistente à água sem alterar a estética das superfícies. Isso abre novas possibilidades de uso, já que combina proteção e preservação visual em diferentes substratos.



Vedatop Ultraflex 12000.

É indicado especialmente para áreas sujeitas à movimentação estrutural, como banheiros, piscinas e estruturas subterrâneas, garantindo estanqueidade duradoura.



VIAPOL

Viaplus 2000, um revestimento cimentício que dispensa o uso de telas, ideal para fundações, alicerces e superfícies permanentemente úmidas;

Viaplus 6000, que oferece alta flexibilidade e resistência à pressão hídrica, sendo indicado para áreas sujeitas a movimentações estruturais, como sacadas e paredes de drywall. Os dois reforçam o portfólio da linha, ao lado do já reconhecido Viaplus 7000.



A linha Vedalage também ganhou reforço com dois lançamentos: o Vedalage Rápido, uma manta líquida de secagem rápida (apenas 2 horas entre demãos),

ideal para áreas internas e lajes, e o Vedalage Ultra 10, uma solução super premium com alta refletância solar e durabilidade de até 10 anos, voltada para coberturas expostas ao sol.



Vitpoli Eco Piscina, um impermeabilizante à base de poliuretano bicomponente, voltado para piscinas e espelhos d'água, que combina desempenho técnico e sustentabilidade.



VONDER

O Primer para impermeabilização VONDER é indicado para melhorar a aderência na aplicação de mantas e fitas asfálticas sobre madeira, metal, argamassa ou concreto. Sua formulação, à base de emulsão asfáltica diluída em água, apresenta baixa viscosidade, formando uma película uniforme com apenas uma demão.



Impermeabilizante Asfáltico VONDER

é indicado para concreto, alvenaria, metais e madeira, protegendo pisos e paredes contra a umidade. Disponível em embalagens de 1 L, 3,6 L e 18 L, garante maior vida útil às superfícies.

As Mantas Térmicas Aluminizadas VONDER são ideais para proteger tetos planos ou curvos, terraços e coberturas não transitáveis. Sua camada de alumínio reflete os raios UV, prolongando a vida útil do material.



A Manta Asfáltica VONDER possui versões em filme de alumínio ou polietileno. Indicada para pisos planos, curvos ou inclinados, pode ser aplicada sob lajes, telhas ou outros sistemas, oferecendo durabilidade e proteção.

As Fitas Adesivas VONDER são indicadas para vedar telhados, rufos, calhas, claraboias, marquises, galpões, dutos de ventilação, baús de caminhão e pequenas áreas que não necessitam de proteção mecânica. Produzidas com material à base de asfalto modificado com polímeros elastoméricos e filme de alumínio, suportam intempéries e raios solares, garantindo estanqueidade imediata.



SEGURANÇA É PRIORIDADE

Relatório da Organização Internacional do Trabalho (OIT) afirma que o uso adequado de EPIs pode reduzir em até 80% os riscos de acidentes de trabalho em diversos setores. Para que isso se torne realidade, é indispensável o treinamento para seu uso correto, a manutenção regular dos equipamentos e a fiscalização por parte do empregador.

Para assegurar que os EPIs sejam adequados para o uso, é necessário classificá-los de acordo com o tipo de proteção oferecida. Existem sistemas de categorização reconhecidos que padronizam essa classificação. Eles variam conforme o tipo de EPI e a região geográfica, mas compartilham princípios semelhantes.

Os EPIs podem ser classificados por tipo de proteção, como para cabeça, olhos, face, audição, sistema respiratório, tronco, membros superiores e inferiores. Além disso, também são categorizados pelo nível de

proteção, envolvendo critérios como resistência a impactos, penetração, abrasão e produtos químicos.

Eis o que os principais fabricantes brasileiros estão fazendo para auxiliar a proteção dos trabalhadores:

MARLUVAS

Danilo Oliveira, Diretor de Marketing da Marluvas, destaca as novidades da empresa. “O ano de 2025 veio cheio de novidades, dos modelos em pré-lançamento na FISP 2024 (Feira Internacional de Segurança e Proteção) aos novos de 2025, que trazem ainda mais conforto, leveza e um design que começa a importar as tendências mundiais de proteção dos pés. Calçados com cabedais (parte superior) mais leves, confortáveis, com proteção adicional contra rasgamentos e umidade, couros nobres e o solado que faz da Marluvas uma referência internacional de robustez, conforto e durabilidade”, explica.

Ele lembra que “a Marluvas, como uma empresa comprometida com a agenda ESG, tem preocupações abrangentes quanto a sua responsabilidade social, ambiental e de governança. Possui um programa voltado ao custo-benefício, oferecido aos seus clientes, chamado COMPROVE. O programa tem oito disciplinas que provam o quanto escolher bem o calçado (enfim, o seu EPI) mais adequado trará vantagens financeiras e organizacionais que o colocará em destaque frente a outras”.

Certificações

“Todos os calçados Marluvas são certificados pelo ministério do trabalho, tendo CA (Certificado de Aprovação) que garante que aquele produto passou pelos testes de laboratório e foi aprovado nos quesitos das normas vigentes, as NBRs. Além disso, a Marluvas certifica boa parte dos seus produtos com o Selo Conforto do IbTec, atestando o quão leves e confortáveis são os calçados da marca.”

Recomendações aos revendedores

“Temos empreendido campanhas sobre a durabilidade dos calçados e seu custo-benefício. Esse tema é muito amplo e pode ser a resposta da equação ‘proteger ao máximo, pagando menos’. Pagar 30% mais barato num calçado que dura 50% menos é prejuízo para o cliente. E a questão vai muito além do prejuízo financeiro da aquisição. Um calçado que dura menos expõe o trabalhador a riscos ocupacionais e àqueles inerentes às suas atividades. Gera um volume substancial de resíduos para descarte, o que significa mais custo. São mais riscos ergonômicos, econômicos, significa mais inventário de estoque, administração de volume de almoxarifado, dificuldades adicionais de controle, mais compras, mais caminhões trafegando, mais papelão e plástico de embalagens. Enfim, a abrangência disso é digna de um workshop. Por outro lado, quando você tem um calçado que dura mais, ele protegerá mais e por mais tempo, você terá muito menos custos nessa órbita e conseguirá mostrar que, realmente, o barato sai caro.”

Como realizar campanhas para incentivar o uso de EPIs nos canteiros de obra?

“O canteiro de obra, tradicionalmente e infelizmente, é um campo fértil para acidentes, seja por sua dinâ-



Bota Linha Vulcaflex.

Bota em couro relax na cor preta, ideal para trabalhadores das áreas de produção, serviços gerais e prestadores de serviço. Tem biqueira de aço, que garante proteção em caso de queda de objetos, dorso acolchoado, abas para facilitar o calce, e fechamento em elástico nas laterais. O solado em PU bidensidade tem sistema de absorção de impacto, sendo injetado diretamente no cabedal e palmilha de aço, ideal aos usuários que buscam proteção contra perfurações.

mica, pelo contingente ou pelo número de riscos, ou seja, quanto maior o número de pessoas, num ambiente de alto risco, maior a probabilidade de um acidente.

As campanhas por meio de órgãos oficiais ajudam, mas não são decisivas. A conscientização precisa começar nas escolas, precisa estar no DNA de cada empresa. Um acidente de trabalho muda a vida da pessoa para sempre, atinge familiares e é, invariavelmente, muito triste.

Os impactos psicossociais são de longo prazo e quase 100% das vezes acontece num lapso de segundo, num mínimo descuido que pode matar, lesionar parcial ou integralmente, com consequências temporárias ou permanentes. Cabe a todos nós alertarmos e plantarmos isso na consciência dos trabalhadores, para que eles não terceirizem a sua integridade, a sua saúde e a sua vida.”

VONDER

A VONDER oferece uma linha ampla, premiada e reconhecida de Equipamentos de Proteção Individual (EPIs) e Coletiva (EPC), desenvolvidos para garantir a segurança e o conforto de profissionais que atuam em obras de todos os portes, além de outras atividades industriais. Com soluções voltadas à proteção individual e

à coletiva, a marca é referência no mercado, atendendo às mais rigorosas diretrizes e certificações dos órgãos regulamentadores.

A empresa destaca que investir em EPIs de qualidade é o primeiro passo para um trabalho seguro e eficiente. A VONDER disponibiliza um mix completo de produtos, pensado para proteger quem está na linha de frente das construções, reformas e grandes projetos. E lembra que todo EPI deve possuir Certificado de Aprovação (CA) emitido pelo Ministério do Trabalho e Emprego, garantindo qualidade e conformidade.

Linha completa para a construção civil

Capacetes de segurança, óculos, máscaras e escudos para solda, abafadores de ruído, protetores auditivos, luvas, botas, botinas, cones de sinalização, coletes e fitas refletivas, produtos antiderrapantes e muito mais.

Cada item é projetado para oferecer máxima ergonomia, resistência e conforto, permitindo que pedreiros, carpinteiros, soldadores, eletricitas, pintores e demais profissionais trabalhem com eficiência e proteção.



Proteção respiratória

A linha de Respiradores VONDER é indispensável em ambientes que apresentam poeiras, névoas, vapores ácidos ou orgânicos – comuns em pinturas –, lixamentos e cortes. Há opções tipo concha e dobráveis semifaciais, com recursos como clipe nasal ajustável, válvula de exalação para maior conforto e carvão ativado para neutralizar odores.



Proteção ocular

Os Óculos de Segurança VONDER contam com tecnologia antiembaçante e tratamento contra raios UVA e UVB, auxiliando na percepção visual e reduzindo a fadiga ocular, mesmo em condições adversas. Disponíveis em diferentes modelos e colorações de lentes, possibilitam a escolha ideal para cada tarefa — seja para atividades ao ar livre, corte, lixamento ou demolição.



Luvas para diferentes atividades

Entre os destaques, a Luva Nitrílica com Forro VONDER está disponível nos tamanhos P, M, G e XG. Com forro em flocos de algodão, oferece proteção contra agentes químicos (álcoois primários, bases inorgânicas e ácidos minerais), sendo indicada para tarefas de pintura, manuseio de solventes, argamassas e produtos de limpeza em obras.



Calçados de segurança

Os Calçados e Botinas de Segurança VONDER oferecem máxima proteção, conforto e durabilidade, essenciais para pedreiros, ajudantes, operadores de máquinas e outros profissionais da construção civil. São projetados para resistir às condições severas do canteiro de obras, garantindo estabilidade e prevenção de acidentes.



WK32-Cut & Oil Palm e WK34-Nitrili

Steel: luvas resistentes a corte nível F (nível máximo em corte), além de outros riscos mecânicos e térmicos



WK27-High Impact: luva anti-impacto que protege contra riscos mecânicos e térmicos;



WK97-Vibration: luva antivibração e resistente a riscos mecânicos e térmicos. Este superlançamento está em desenvolvimento e tem previsão para os próximos meses



WK94-Cut PU: luva de poliuretano resistente a cortes médios



WK95-Cut Nitrili: luva de borracha nitrílica resistente a cortes médios



WK90: óculos contra impactos de partículas, com tratamento antirrisco e antiembaçante, além de proteção contra radiação ultravioleta (UV6)



WK91: óculos de ampla visão com tratamento antirrisco e antiembaçante, além de proteção contra impactos de partículas e contra radiação ultravioleta (UV6)

WORKER

Com o compromisso de facilitar o dia a dia de profissionais de diversos setores, a Worker oferece soluções eficazes e de alta durabilidade. Seu portfólio conta com produtos resistentes e confiáveis, incluindo os mais variados Equipamentos de Proteção Individual, que aumentam a segurança em ambientes de trabalho.

“Todos os produtos Worker são devidamente homologados pelo Ministério do Trabalho por meio de seus respectivos Certificados de Aprovação e seguem criteriosamente as principais normas nacionais e internacionais de segurança, incluindo EN 388, EN 374, EN 10819 e ANSI Z87.1. Essas regulamentações garantem a qualidade, o desempenho e a eficácia dos equipamentos, assegurando níveis elevados de proteção para os profissionais durante as mais variadas operações”, explica Emerson Passos, Gestor Especialista de Produto da marca.

Apresentação nos pontos de venda

“A Worker oferece treinamento específico em EPIs, com o objetivo de oferecer aos revendedores a expertise necessária para que possam auxiliar os consumidores

finais na escolha dos produtos certos conforme os riscos existentes em suas atividades. Para assegurar essa efetividade, é importante que os pontos de venda tenham um mix adequado de produtos, a fim de garantir ao consumidor final diferentes opções e as melhores escolhas.”

Conscientização no ambiente de trabalho

“É fundamental que empregadores incentivem o uso de EPIs para canteiros de obra, por meio de treinamentos ligados ao setor de segurança no trabalho. Os colaboradores devem ser orientados quanto à importância da utilização desses equipamentos, que garantem a sua integridade física. EPIs são a última barreira na contenção de acidentes. Antes deles, existem outras formas de prevenção, como layouts com planejamento adequado na estrutura de trabalho, equipamentos de proteção coletivos, entre outros. O EPI por si só não contém todos os riscos. A Worker tem desenvolvido cada vez mais EPIs com foco no conforto, para que os trabalhadores os utilizem não só para cumprir a legislação, mas também no cuidado com sua própria segurança.”

CONSTRUIR É DECIDIR TODOS OS DIAS



A Revista Revenda promoveu, no dia 25 de agosto, o ATED Talks Revenda para a Indústria da Construção. O objetivo foi reunir alguns dos principais decisores da indústria de materiais de construção e revendedores para reflexões sobre o mercado de materiais de construção.

O evento, realizado no Espaço Millenium, reuniu mais de 30 executivos representando a indústria e o comércio, e foi milimetricamente pensado para provocar algumas reflexões e inflexões do nosso mercado, com o tema "Construir é decidir todos os dias". Foram discutidos assuntos como:

- "Promoção sem propósito é só queima de margem", apresentado por Carlos Racuia, da Fera Atacado;
- "A indústria se afastou. E a gente sentiu", com Sérgio Vaz, diretor comercial da Casa Mimosa;
- "Negociação ou imposição? O que os lojistas esperam de um verdadeiro parceiro de negócios", com Luciana Martins, sócia da loja Market, de São Vicente; vice-presidente da Construvip Litoral e diretora da Febramat.
- "Matcon – Desafios para o Presente", com João Gonçalves, da Essencial Consultoria;
- "Na Guerra do preço, a indústria é quem arma. E o canal é quem sangra", com João Bartolomeu, do Tambasa Atacadista;
- "O PDV ainda é rei. E a massa compradora está longe do digital", com Roberto Riveiros, da R2R Casa e Construção;
- "Você não é a marca mais vendida. É só a mais barata", com Wilson Ricoy, da TW Consultoria.

No final, os participantes foram distribuídos em mesas com decisores das indústrias, mediadas com temas como:

- Inovação prática;
- Distribuição 4.0;
- Trade de performance;
- PDV como estratégia.

PROMOÇÃO SEM PROPÓSITO É SÓ QUEIMA DE MARGEM.

CARLOS RACUIA

"O maior problema é trazer um produto para o nosso mix e vender abaixo da margem que deveria. Alguns aspectos são importantes e a promoção é uma poderosa ferramenta para atrair o nosso cliente. Eu dou desconto para atrair maior volume de produtos e isso serve para criar uma imagem de que a gente tem um preço muito competitivo, mas por trás disso tem um conceito de economia que diz que todo mercado saturado tende a ter lucro zero, ou seja: se está vendendo muito, daqui a pouco aparece um concorrente que abaixa mais um pouquinho o preço, seguido por outros, e a margem desaparece e praticamente empatamos com a Selic. A promoção faz parte para atrair esta demanda e você está imaginando o melhor para o seu cliente. O varejo tem uma peculiaridade que é pensar no contexto geral da obra, de venda do começo, meio e fim.

Lojistas costumam fazer promoção da caixa d'água porque é o primeiro produto que vai para uma obra; o lojista de material elétrico faz promoção da caixinha de luz porque é o início da parte elétrica e a partir dela vem os conduítes, fios, tomadas etc. Mas para cada canal existe uma estratégia e o objetivo é captar o máximo possível de clientes, pois são muitos itens negociados e a loja tem, em geral, cerca de 4 mil itens. Eu, como distribuidor, preciso estar na cotação de todos os clientes, que são os revendedores. Eu tenho que me



posicionar como bom vendedor para os meus clientes, cujos compradores têm que ter a Fera como referência em bom preço.

Alguns pontos são importantes de ter em nossa mente quando fazemos uma promoção: percepção de valor do produto; e identificar os públicos, pois cada um tem sua especificidade – não ofereça um tubo para um cliente que é de elétrica. A grande disputa que temos hoje é pelo tempo e pela atenção que temos, e quando conseguimos um contato é preciso ser eficaz, cirúrgico para que a mensagem seja entregue corretamente. Nós como distribuidores precisamos gerar volume para as indústrias e, para isso, desenvolvemos alguns atalhos mentais e preservamos o trabalho anterior ao nosso. A indústria não quer ver sua marca perdida num e-commerce, por exemplo. O primeiro passo é ter uma boa relação com a indústria que nos fornece mais de 18 mil itens e preservar o valor construído."

A INDÚSTRIA SE AFASTOU. E A GENTE SENTIU.

SÉRGIO VAZ, CASA MIMOSA

"É um tema polêmico, mas venho acompanhando há mais de 20 anos o movimento da indústria com os revendedores. Começo com uma reflexão: será que estamos construindo pensando no próximo trimestre ou nas próximas três décadas? Eu acredito que a visão da indústria de criar algumas alternativas é uma visão de curto prazo. Fiz um curso na Fundação Dom Cabral, onde se discutiu muito as relações comerciais de longo prazo. Temos que



enxergar lá na frente e gerar mais negócios. A missão da indústria é cuidar do mercado, dando direcionamentos à política comercial para todos os canais, como o varejo e o atacado, e não competir.

Cada negócio tem as suas dores, suas necessidades e a indústria não precisa criar outros canais para equilibrar e orquestrar o varejo. Quando temos uma ruptura dos canais, o lojista e as suas equipes de venda ficam des-

motivados. Temos que fazer negócios com parceiros no ganha-ganha. A confiança é um ativo muito valioso em qualquer segmento. O curto prazo é receita imediata, porém gera desequilíbrio nos canais, desgaste no mercado e no longo prazo temos a fidelização, a reputação, o crescimento sustentável entre outras. A indústria deve proteger os canais da revenda, do atacadista e do distribuidor. É o básico bem feito."

NEGOCIAÇÃO OU IMPOSIÇÃO? O QUE OS LOJISTAS ESPERAM DE UM VERDADEIRO PARCEIRO DE NEGÓCIOS.

LUCIANA MARTINS, MARKET/CONSTRUVIP/FEBRAMAT

"O lojista de material de construção, diferentemente de outras atividades comerciais, tem que entender o problema do cliente e dar uma solução. E uma das dificuldades que temos é a mão de obra em nosso setor. Eu fui procurar ajuda com os meus concorrentes para nos unirmos e montarmos uma rede de ajuda na qual o grande estende a mão para o pequeno. Montamos uma rede de lojas da Baixada Santista e evoluímos para um encontro nacional de redes de loja que é a Febramat. Como lojista, um conselho que dou para os atacadistas do segmento é que não façam promoção de vários produtos. Coloquem apenas um produto com um 'preço', porque a loja não vai fazer vários pedidos para vários atacadistas. Com uma mega promoção, o lojista vai se



sensibilizar com aquela oferta imperdível e fazer a compra de tudo que precisa. A palavra-chave em nosso negócio é negociação e não imposição."

"MATCON – DESAFIOS PARA O PRESENTE"

JOÃO GONÇALVES, ESSENCIAL CONSULTORIA

"O guardião do consumidor hoje não é mais o Procon e sim o Reclame Aqui. E, para complicar, ou facilitar, veio a Inteligência Artificial. Mas no Matcon ainda é um sonho. Vamos falar em três canais específicos: o atacarejo, o e-commerce e a venda direta, tão elogiada. Na cadeia alimentar, o fabricante faz, distribui para o atacadista que coloca no supermercado, e o consumidor

vai direto no caixa. Uma cadeia muito madura. A cadeia do matcon é parecida: a indústria produz, o distribuidor leva para as lojas e o consumidor compra.

É assim? Não, é uma bagunça, mas aqui é diferente; o atacadista tem marca própria, a loja tem marca própria, a indústria vai direto ao consumidor, uma confusão. E, no meio de tudo isso, surgem os atacarejos em várias cida-

des crescendo muito, o que não é mais novidade. Mas o que vai acontecer quando eles dominarem as grandes cidades? No atacarejo alimentar, cinco dos maiores grupos do mercado têm em seus atacarejos uma participação muito grande nas vendas. Vai acontecer o mesmo em nosso segmento? Grandes players do nosso mercado já estão investindo no atacarejo e cito a Obramax, que é do Grupo Saint-Gobain, e o Tambasa, o maior atacadista de material de construção do Brasil, que está abrindo diversos atacarejos. Isso não é modismo e a tendência veio para ficar. A grande pergunta que se faz é: a indústria está preparada para este movimento?

A precificação feita para o atacadista ou o revendedor será a mesma para o atacarejo? Acho que não, e aqui começa o primeiro ponto de alerta: a indústria está preparada para precificar? Os colegas da Obramax dizem que não querem tirar o poder de venda dos home centers, mas isso acabará acontecendo. Sobre tudo, são as lojas menores que deverão sofrer. O problema é que estamos colocando dentro destes canais os mesmos

produtos colocados nos canais até então tradicionais.

O crescimento do e-commerce no Brasil pode ser medido pelo faturamento de R\$ 200 bilhões no ano passado, e isso é um indicador perigoso para o comércio de rua. Para piorar, a indústria está vendendo diretamente para o consumidor final por meio dos seus sites, o que virou uma terra de ninguém. Quem mais perde com esta venda direta é o consumidor que, aparentemente, vai ganhar no preço, mas não vai ser atendido a contento. Vai comprar gato por lebre e a sensação de derrota vai ser iminente. Que tal visitar o seu modelo de atendimento? O meu modelo comercial é o mesmo dos anos 1990? A reforma tributária vai permitir ganhar em todas as cadeias? A sua estrutura comercial é compatível com o seu porte? Os fretes estão compatíveis? Cito o exemplo da Portobello, que trabalha nos vários segmentos, como em suas lojas próprias ou destinando produtos específicos para as lojas grandes, médias ou pequenas. Temos que olhar para dentro das nossas indústrias, cuidar do seu negócio e parar de olhar para o concorrente."

NA GUERRA DO PREÇO, A INDÚSTRIA É QUEM ARMA. E O CANAL É QUEM SANGRA

JOÃO BARTOLOMEU, TAMBASA ATACADISTA

"Diferente do atacarejo do segmento alimentar, no qual a dona de casa vai comprar o que precisa para o seu lar, o atacarejo de materiais para a construção é um posto avançado do atacado de materiais para a construção, com agilidade para abastecer pequenos varejistas. A Tambasa tem hoje mais de 200 mil clientes, 4 mil representantes e atendemos 5.503 cidades no Brasil. Estamos também nos canais digitais com mais de 6 milhões de visualizações mensais e esse canal já representa quase 10% de nossas vendas. Nessa guerra do preço, não tem nenhum vencedor, só sobreviventes. Isso porque sobra para todas as etapas, desde o atacadista até o lojista.

A guerra da precificação começa na escolha dos parceiros. Sabemos que a indústria tem metas agressivas de crescimento, muitos produtos novos sendo lançados e, para chegar nos números, muitos produtos são lançados. Acaba que, para chegar num determinado número, eles são pulverizados indiscriminadamente. Participo de

muitos eventos de marketplace, de e-commerce, e vemos que muita gente que compra direto da indústria não sabe precificar e não sabe que o marketplace leva uma comissão de 15%, que o frete corresponde a 5% ou 8% e que a indústria continua pulverizando seus produtos. Muitos estão preocupados em fazer o sell-in e não o sell-out, o que vai gerar recorrência e o posicionamento do produto acaba virando commodity.

Os consumidores têm a noção de preço na palma da mão ao consultar os vários sites de compra para comparar os preços. Quando falamos do mercado B2B, há uma discrepância muito grande. Os lojistas das regiões Norte e Nordeste estão um pouco mais atrás das regiões Sul e Sudeste na parte de digitalização. Quando falamos do on-line, há um aumento muito grande de vendas nas datas comemorativas, o spike day, muito utilizado nas grandes plataformas de venda. E o consumidor está acostumado com estas datas, geralmente no final do

mês. Fazendo uma analogia com um mercado paralelo ao nosso, o iFood dominava o mercado nas capitais até a chegada do 99, que, com uma política superagressiva e de taxas reduzidas, está crescendo no mercado, além de uma marca chinesa que vai investir pesado para entrar no mercado, o que vai causar uma guerra grande de preços. Muita gente gosta de falar do PMA (preço mínimo anunciado), mas alguém conhece quem faça isso bem feito? A indústria tem que entender as particularidades de cada canal de venda, seja atacado, atacarejo ou lojista, para precificar o seu produto.



Grupo Revenda reuniu representantes da indústria e do comércio para reflexões sobre o mercado

O PDV AINDA É REI. E A MASSA COMPRADORA ESTÁ LONGE DO DIGITAL

ROBERTO RIVEIROS, R2R

“Tenho 32 anos de varejo e comecei com uma pequena loja na zona Sul de São Paulo. Minha visão do e-commerce, pelo menos para o meu público, que é das classes C e D, é que o consumidor tem duas opções: ou a comodidade ou a oportunidade. Qualquer outra definição é pura balela. Não precisamos ter medo de que a loja física vai acabar, pelo menos enquanto estivermos fazendo o nosso arroz com feijão bem-feito no

dia a dia. Nosso perfil de cliente quer um bom atendimento, boa exposição dos produtos no ponto de venda e preços competitivos. Outro ponto importante é o acompanhamento da indústria com os lojistas, o que é muito importante para o nosso comércio. Passamos por todas as mudanças ao longo dos anos, como a invasão dos produtos chineses, a chegada do atacarejo e continuamos tendo nosso lugar no mercado.”

VOCÊ NÃO É A MARCA MAIS VENDIDA. É SÓ A MAIS BARATA

WILSON RICOY, DA TW CONSULTORIA

“Tenho 25 anos de experiência no mercado, sendo dez deles no segmento de matcom, sempre trabalhando em grandes empresas até montar minha própria assessoria de inteligência comercial. Quando vamos ao médico, para uma consulta, qual é a primeira pergunta que será feita? O que está sentindo? Se eu falar dor de cabeça, ele simplesmente vai me receitar uma aspirina

e me mandar embora. Certo? Errado. E seu for alérgico a aspirina? Então, são necessários exames clínicos para fechar o diagnóstico. O mesmo acontece com quem contrata uma consultoria. Primeiro, temos que fazer um diagnóstico da empresa, para depois entrar com as soluções. Cada cliente tem um entendimento diferente, dependendo do perfil da compra. Os clientes pagam

mais por um produto por causa do custo-benefício.

Quando o consumidor vai a uma loja de materiais de construção, ele busca o menor preço ou busca o que é o melhor para a obra dele? Às vezes, o cliente não percebe este valor. É quando cabe ao vendedor entender

o que ele está buscando e para quê. Existem diferentes maneiras de precificar os produtos no ambiente em que está sendo comercializado, mas quando se precifica olhando apenas o seu custo e a sua margem, temos dois caminhos: o primeiro é a estratégia de entender qual a sua margem mais baixa; e o segundo é ‘faça o preço e reze’.

Fiz uma pesquisa em pizzarias em diferentes bairros de São Paulo e a diferença no preço da mais barata à mais cara chegou a 300%. Então, faça o preço ideal para o seu cliente levando em conta se a indústria está jogando com você. A mudança cultural, principalmente em precificação, aspecto que a gente quer sair da mesmice, torna muito importante falar o mesmo do mesmo.

ATLAS
PINTURA · CONSTRUÇÃO · CASA

AGRADECEMOS AOS NOSSOS PARCEIROS **DISTRIBUIDORES E ATACADISTAS** POR LEVAREM OS NOSSOS PRODUTOS COM EXCELÊNCIA, **ATENDENDO A MILHARES DE VAREJISTAS DO BRASIL.**


pinceisatlas.com.br | @atlasoficial_sa



SOPREMA INAUGURA FÁBRICA NA BAHIA

Com investimento de 30 milhões de euros, o Grupo Soprema inaugurou seu novo complexo fabril em Feira de Santana, BA. O evento reuniu autoridades estaduais e municipais, empresários e entidades do setor em uma celebração que destacou a força do polo industrial feirense e a importância estratégica do Nordeste para a expansão da companhia.

Na cerimônia inaugural, foram plantadas de árvores com mudas de pau-brasil, goiabeira, jameira, jaqueira e mangueira, simbolizando o compromisso da empresa com a sustentabilidade e o futuro. O receptivo cultural incluiu uma experiência com roda de capoeira, reforçando a integração da marca com a identidade baiana.

O Diretor Geral da Soprema no Brasil, Sérgio Guerra, ressaltou que a nova unidade é fruto da confiança de

longo prazo no mercado nordestino.

"Nossa equipe é 100% formada por profissionais do Nordeste, e isso nos enche de orgulho. O antigo espaço já estava completamente ocupado, e foi a garra e a determinação dos nossos colaboradores, parceiros e clientes que nos trouxeram até aqui. Agora, com um complexo 20 vezes maior, reafirmamos a continuidade de uma trajetória de crescimento construída ao longo de décadas", afirmou.

Guerra também destacou a dimensão global da operação. "Temos capacidade e vontade de exportar a partir de Feira de Santana. Estamos a apenas 80 km do Porto de Salvador, o que nos coloca em posição privilegiada. O Brasil precisa de produtores fortes e inovadores e é isso que a Soprema está consolidando aqui. Já



Diretoria do Grupo Soprema recebe autoridades na inauguração do complexo fabril de Feira de Santana



símbolo da confiança da Soprema no Brasil".

Oliveira reforçou ainda a visão de longo prazo para a Soprema. "Nosso plano é ocupar plenamente a área adquirida. Esta unidade já nasce preparada para crescer, com espaço reservado para futuras ampliações. Não viemos para a Bahia a passeio: viemos para ficar e expandir".

IMPACTO NA ECONOMIA E NO SETOR

O complexo gera 200 empregos diretos, todos contratados em Feira

de Santana, além de mil indiretos. A planta reúne linhas de produção de adesivos, selantes e isolantes térmicos, antes centralizadas em São Paulo, que agora passam a atender de forma mais rápida e eficiente o Norte e o Nordeste.

ESCOLHA ESTRATÉGICA

O vice-presidente da Soprema para o Sul da Europa e América do Sul, Paulo Oliveira, explicou que a decisão de instalar a megafábrica em Feira de Santana foi movida tanto por critérios técnicos quanto emocionais.

"Feira está em um entroncamento rodoviário estratégico, próximo ao Porto de Salvador e ao mercado baiano e nordestino, o que facilita a logística e reduz custos. Mas a escolha também tem uma razão humana: há mais de 30 anos construímos relações com profissionais e parceiros daqui. Esta não é apenas uma fábrica, é um marco para a construção civil no Nordeste e um

exportamos de outros países, e esta unidade abre novas possibilidades para o mercado internacional".

Segundo o CEO Sérgio Guerra, a fábrica possui "capacidade produtiva 12 vezes maior que a anterior, com alto nível de automação e eficiência". Ele também destacou o foco no capital humano.

"Queremos que todo cidadão de Feira sonhe em trabalhar conosco. Por isso, investimos não apenas em tecnologia, mas também em bem-estar: criamos ambientes aconchegantes, refeitórios, espaços de descanso e um centro de treinamento técnico que vai capacitar nossos colaboradores, clientes e prestadores de serviço".

CASA IMPRESSA EM 3D É REALIDADE



Casa construída com tecnologia de impressão 3D

Construir uma casa em menos de um dia, com até 30% de economia e menor impacto ambiental. O que parecia ficção científica já está transformando realidades: a tecnologia de impressão 3D aplicada à construção civil começa a se consolidar no Brasil como solução para o déficit habitacional, hoje estimado em 5,8 milhões de moradias, segundo a Fundação João Pinheiro (FJP).

Com base em um modelo digital, estruturas são erguidas camada por camada com concretos especiais, em um processo conhecido como construção aditiva. Mais ágil e preciso, ele reduz desperdícios e custos, sem abrir mão de segurança ou qualidade.

Em março de 2025, oito famílias do assentamento Mário Covas, em São Simão (SP), receberam as chaves de novas casas construídas com tecnologias inovadoras, incluindo impressão 3D. Antes, viviam em moradias improvisadas, com chão de terra batida. A mudança não foi apenas estrutural, mas social: acesso à moradia digna, mais saúde e segurança.

Na Bahia, outra residência de 57 m² foi impressa em apenas 8 dias, com custo estimado de R\$ 190 mil e total

controle de desperdício, mostrando que a tecnologia pode ser rápida, eficiente e acessível mesmo em regiões com infraestrutura limitada.

"A impressão 3D não é apenas inovação tecnológica, mas uma ferramenta concreta para reduzir o déficit habitacional, gerar rapidez na construção e proporcionar moradias dignas a famílias que viviam em condições precárias", afirma Frederico Castanheira, engenheiro e especialista em gerenciamento de projetos.

O Brasil segue uma tendência internacional. Nos Estados Unidos, a ICON já entregou bairros inteiros com casas populares erguidas por impressão 3D. Em Dubai, a meta é que 25% de todas as construções usem a técnica até 2030. E na China, moradias emergenciais foram levantadas em poucos dias após desastres naturais.

Especialistas projetam que, nos próximos anos, a impressão 3D seja incorporada em programas de habitação social e projetos emergenciais, especialmente em regiões atingidas por tragédias climáticas. Além de reduzir custos e acelerar a construção, a tecnologia permite projetos arquitetônicos ousados, com menor desperdício e maior sustentabilidade.

Tranca Ferrolho
Chapa da base sem solda

Assista o vídeo

Dobradiças de Aço
Azul e Prata

Abre para os dois lados

Chapa de 3/16"
Abertura: 7 cm

Assista o vídeo

Fixação por rosqueamento evita desgaste do mourão

Ø 3/4" x 27,5 cm

Dobradiça Boca de Lobo
Forjada em aço carbono e com pintura eletrostática póliéster, possui muito mais resistência e durabilidade no uso em porteiros

Bruta de verdade!

FERRAMENTAS anos
1975
São Romão
De Profissional para Profissional

Dobradiça da base

Comercializada em pares.

ATLAS PREVÊ R\$ 20 MILHÕES EM NEGÓCIOS



Fábrica onde são produzidas as Fitas Adesivas, em Canoas, RS

A Atlas, marca do Grupo InBetta e líder em soluções para pintura, construção e casa, acaba de lançar 60 novos produtos, incluindo fitas adesivas, assentos sanitários, hidrossanitários e itens para o mercado da construção civil. Para essas novas linhas, a meta da empresa é gerar pelo menos R\$20 milhões em negócios em 2026, reforçando a estratégia de diversificação da companhia, que vem ampliando sua atuação além do core business de acessórios para pintura.

Em setembro, a marca anunciou um ciclo de investimentos de R\$90 milhões voltados à expansão industrial e diversificação de portfólio. Do total, R\$50 milhões foram destinados à aquisição e modernização de uma nova fábrica de fitas adesivas em Canoas (RS) e R\$40 milhões ao desenvolvimento da linha de assentos sanitários.

AMPLIAÇÃO DE PORTFÓLIO

Nos últimos anos, a Atlas tem investido na ampliação de portfólio e tem boas expectativas para os novos mercados em que está expandindo seus negócios. Sobre a produção de fitas adesivas, a previsão é que, até o final de 2026, elas representem entre 10% e 12% do faturamento total da empresa.

Desde o início da produção de fitas crepe em 2000, a Atlas expandiu rapidamente sua atuação: em 2018 eram 19 SKUs; em 2024, já subiram para 32, incluindo duplas faces e encapamentos. Com a nova fábrica, a empresa reforça sua capacidade de inovação, adotando tecnologia própria de fabricação: toda a parte química, mistura e confecção é feita internamente.

No Laboratório Atlas de Qualidade, cada matéria-

-prima passa por rigorosos testes antes da produção. O resultado são produtos com alto desempenho em três pilares fundamentais: tack (adesão instantânea), coesão (remoção sem resíduos) e adesão (fixação duradoura).

A aquisição da planta industrial de Canoas, com 11 mil m², também prevê que o número de trabalhadores da nova unidade fabril seja triplicado em até dois anos, impulsionando a geração de emprego local e contribuindo para um incremento estimado de até 10% no faturamento anual da empresa no mesmo período.

Outro segmento que cresce de forma acelerada é a linha de assentos sanitários e hidrossanitários, que já responde por 10% a 11% do faturamento da Atlas e deve alcançar 15% até 2026. O portfólio comprova essa tendência: eram 26 SKUs em 2024, devem ser 45 ao final de 2025 e chegar a 55 em 2026.

A nova linha de assentos premium conta com opções de fechamento convencional ou de fechamento suave, oferecendo conforto, praticidade e maior durabilidade. A fabricação é 100% nacional, com polipropileno de alta resistência, sistemas de fixação exclusivos e patenteados, instalação prática e design anatômico. Com compatibilidade para cerca de 40 modelos de louças, a linha amplia as opções dos consumidores e fortalece o portfólio dos lojistas.

Apesar da expansão para novas frentes, os acessórios de pintura continuam sendo a principal atividade da Atlas, responsáveis por 35% do faturamento e pela liderança da empresa no setor. "Sempre tivemos claro que não se abandona o negócio que nos trouxe até a liderança. Os pincéis seguem estratégicos e sustentaram toda a expansão. Mas, para continuar crescendo em porte e relevância, entendemos que precisávamos diversificar linhas e segmentos, sempre dentro do nosso campo de atuação, que é o varejo e o atacado de materiais de construção", afirma Márcio Atz, Diretor Geral da empresa.

DIVERSIFICAÇÃO E INOVAÇÃO CONSTANTE

A diversificação é um caminho natural para uma empresa que já acumula histórico de crescimento consistente. Fundada em 1966 como uma empresa regional, a Atlas se tornou líder nacional em acessórios de pintura em 2005. A partir daí, dobrou de tamanho a cada cinco anos, mantendo um crescimento médio anual de 10% a 11%. Desde a segunda fase de expansão, iniciada entre



2010 e 2013, a marca passou a atuar como um verdadeiro "guarda-chuva", abrigando as linhas Casa, Pintura, Construção e agora Fitas.

Nos últimos 10 anos, a empresa aumentou em 300% o número de linhas de produtos, multiplicou por cinco o total de SKUs e hoje conta com cerca de 1.500 itens ativos. Só em 2025, são 130 a 140 lançamentos previstos, em um processo contínuo de inovação e renovação do portfólio.

"Ao longo dessa trajetória, aprendemos que a inovação e a diversificação são fundamentais para o futuro da Atlas. Nossa meta é continuar expandindo em ritmo acelerado e garantir que novas linhas, como a de fitas adesivas, cheguem a representar parcelas cada vez mais relevantes do negócio", destaca o Diretor.



A CHEGADA DO NOVO MILÊNIO

O início do novo milênio representou um marco para a sociedade e, também, para o universo corporativo. As rápidas transformações tecnológicas, os avanços na comunicação e a crescente globalização exigiram das empresas uma postura diferente diante de um mercado cada vez mais competitivo. Para a Ferramentas São Romão, esse período foi decisivo, pois trouxe uma série de desafios que, ao mesmo tempo, se mostraram como grandes oportunidades de crescimento. Foi nesse cenário que se tornou indispensável modernizar a produção, investir em processos mais ágeis e eficientes, sem perder a essência que sempre caracterizou a marca: o cuidado e a atenção minuciosa aos detalhes. Essa combinação de tradição e inovação tornou-se o alicerce para sustentar a nova fase da empresa.

À medida que a produção se modernizava, a equipe também crescia. Novos profissionais passaram a integrar o quadro de colaboradores, trazendo energia, ideias inovadoras e diferentes habilidades. Contudo, esse crescimento trouxe a responsabilidade de manter a mesma qualidade que os clientes já conheciam e confiavam. Não se tratava apenas de aumentar a capacidade produtiva, mas de garantir que cada produto carregasse a assinatura de excelência construída ao longo dos anos. Assim, processos de capacitação foram intensificados, a comunicação interna se fortaleceu e os valores que moldaram a trajetória da empresa foram reafirmados para todos os que chegavam.

Foi nesse período que a empresa lançou produtos que se destacaram pela resistência e precisão, reafirmando sua posição de referência no setor. Torqueses cada vez mais precisas, pés-de-cabra capazes de suportar grandes esforços e dobradiças produzidas em diferentes modelos e aplicações tornaram-se símbolos de uma linha que unia robustez e funcionalidade. Esses itens representavam a materialização de um compro-

misso com o consumidor, que reconhecia na marca a segurança de adquirir algo durável e confiável. A inovação não se limitava ao aspecto técnico, mas se refletia na forma como a empresa se posicionava diante de seus clientes, transmitindo proximidade e credibilidade.

A busca por novos horizontes fez com que a São Romão expandisse sua visão além da região em que nasceu. O que antes era uma atuação local, restrita a cidades próximas, rapidamente se transformou em um movimento de consolidação em mercados maiores. A marca São Romão se consolidou e seus produtos passaram a ser distribuídos pelos maiores atacadistas de ferragens, ferramentas e materiais de construção do Brasil. Vendidos também na maioria do comércio varejista de ferramentas e materiais de construção. A marca São Romão passou a ser referência na construção civil e no agronegócio brasileiro. Esse passo exigiu coragem e planejamento estratégico, mas trouxe resultados significativos. O nome da empresa passou a circular em diferentes estados, alcançando lojistas, distribuidores e consumidores que viam nela um sinônimo de confiança e durabilidade. Essa conquista não apenas ampliou a presença da marca e reforçou sua identidade, mostrando que era possível crescer sem perder de vista os princípios que a sustentavam desde o início.

Assim, o novo milênio marcou a transição de uma empresa que, ao longo dos anos, soube se reinventar diante das mudanças. Mais que acompanhar o ritmo das transformações, a São Romão mostrou capacidade de se antecipar às demandas do mercado, sem nunca abrir mão de sua essência. Entre a modernidade das máquinas e a tradição do cuidado humano, consolidou-se uma trajetória pautada pela inovação, qualidade e, sobretudo, pela confiança de seus clientes, que seguem reconhecendo na marca a durabilidade de seus produtos e a solidez de sua história.



De profissional para profissional, **Lamesa é a sua certeza** em segurança, qualidade e confiança

Vai na
CERTEZA
Vai de
LAMESA
FIOS E CABOS ELÉTRICOS



lamesa.com.br
@lamesa_cabos



A RETOMADA DOS BONS NEGÓCIOS



A indústria da construção civil se encontrou em Porto Alegre para conhecer as principais novidades que devem transformar o setor. A 26ª Construsul – Feira Internacional da Construção – reuniu mais de 300 expositores nacionais e internacionais no Centro de Eventos FIERGS, com lançamentos, tendências e uma ampla programação voltada à qualificação profissional.

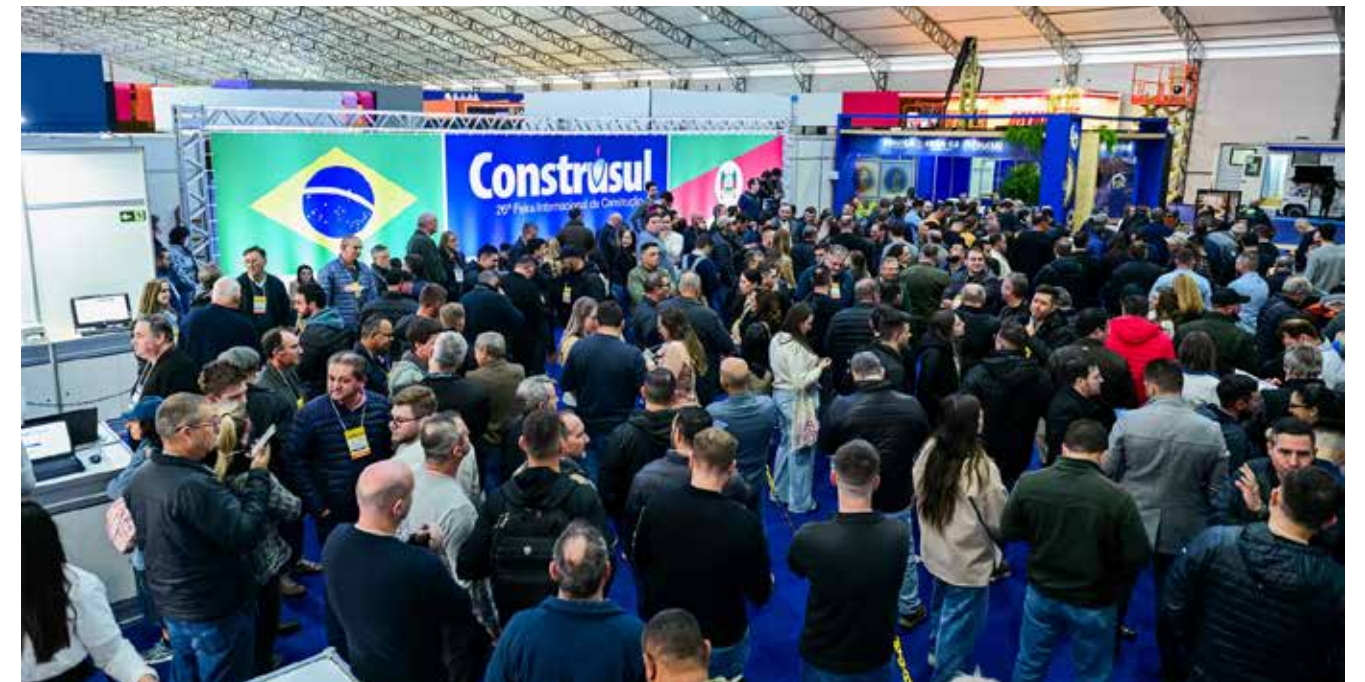
A cerimônia de abertura da feira foi marcada por discursos de otimismo diante da reconstrução do Rio Grande do Sul após as enchentes de 2024. Representando o governo do estado, o secretário-adjunto de Desenvolvimento Econômico, Leandro Evaldt, destacou a força do setor para a recuperação do estado. “É emocionante ver

nosso estado se reerguendo. Por meio da Construsul, estamos construindo caminhos, conectando pessoas e ajudando a reconstruir o Rio Grande do Sul”, afirmou.

Na edição anterior, diversos expositores foram diretamente afetados. Por isso, neste ano, a feira simboliza a retomada, inclusive para mais de 40 empresas que precisaram se reestruturar. Além disso, 37 novos expositores passaram a integrar o evento.

ABRASIVOS BERWANGER

Apresentou dois lançamentos: o disco flap curvo, indicado para lixamento e desbaste em cantos internos e geometrias complexas; e a broca M2 de titânio, que



FOTOS: GUILHERME GARGIONI

combina alta dureza e resistência térmica. Na feira, a marca destaca também a serra MDF Teflon com dentes trapezoidais, projetada para esquadrejadeiras de precisão.

ANJO TINTAS

A sua participação teve como objetivo fortalecer a marca no sul do Brasil e consolidar sua posição como uma das maiores fabricantes brasileiras do setor, oferecendo soluções completas para seus clientes e consumidores. Com um portfólio diversificado, a Anjo Tintas possui um mix completo de produtos, possibilitando que seus clientes encontrem todas as soluções necessárias para pintura. Serão destaques os produtos

da Linha Amazônia, que foram desenvolvidos com tecnologia da linha automotiva para valorizar e preservar a beleza natural da madeira como o Pinta Deck, Stain Casa, Vernizes e Seladora; a Tinta Piso Blindado Grafeno Protech com nanotecnologia de grafeno oferecendo melhor resistência; a Tinta Emborrachada ideal para telhados e fachadas que proporciona redução térmica e acústica e também forma uma película elástica que cobre microfissuras e a Tinta Acrílica Premium Anjo Mais que possui excelente cobertura e rendimento, indicada para superfícies externas e internas e é de alta diluição podendo ser diluída em até 60%. O CEO Diretor Presidente, Filipe Colombo, destacou que a Construsul é



uma oportunidade para fortalecer a marca Anjo na região onde a empresa está inserida. “Vamos receber um público qualificado e estamos preparados para apresentar nosso mix de produtos e reforçar que nossa marca é referência no segmento de tintas para quem busca qualidade”, disse.

ATLAS

Destaque para a linha Atlas Casa, incluindo o ergonômico Assento Sanitário Sevilha, com proteção antibacteriana e novo sistema de fixação com mecanismo que mantém a tampa e o assento levantados quando necessário. Já as Persianas em Rolo Tela Solar e Blackout oferecem controle de luminosidade, conforto térmico e proteção UV. Destaque para o Conjunto para instalação de Persiana em Rolo, que inclui suportes laterais, mecanismo de rolagem, suporte para cordão com o cordão, buchas e parafusos. A Atlas Casa está com embalagens novas, mais modernas, claras e práticas. Para os profissionais da pintura, as novidades são: Fita Crepe de Alta Performance, ideal para mascaramento para pinturas imobiliárias, tanto em áreas externas quanto internas; Caçamba Profissional, com 43L de capacidade; e Trincha Angular Imperial Cabo Curto 2.

BRASILUX

O grande destaque da Brasilux para a edição foi o relançamento da tinta Brasiplus ProtectMax, com nova



fórmula aprimorada e novos atributos que elevam o nível de proteção e performance. Desenvolvida com tecnologia de ponta, a tinta acrílica da categoria premium possui ação antibacteriana, que elimina até 99,9% de bactérias, mofo e fungos, sendo ideal para ambientes que exigem cuidados especiais com saúde, higiene e durabilidade.

Disponível nas versões fosco, semibrilho e semiacetinado, o produto é indicado para ambientes internos com maior exposição à umidade ou necessidade de limpeza constante, como quartos, banheiros, cozinhas, lavanderias, clínicas, hospitais, restaurantes e garagens. Sua alta lavabilidade e resistência garantem paredes bonitas e protegidas por muito mais tempo.

Durante os quatro dias da feira, os visitantes que passaram pelo estande da Brasilux participaram de uma série de ações interativas como a roleta “Girou, Ganhou”, com brindes exclusivos.

BAUTECH

Além de seu amplo mix de impermeabilizantes, apresentou a linha de colas e a remodelação da linha de selantes, com novos itens, embalagens e tamanhos. A marca também lançou fitas crepe e fitas dupla face, além de anunciar o retorno dos corantes líquidos e a chegada das tintas spray, com secagem rápida, e borraça líquida em spray, ideal para reparar vazamentos, trincas e fissuras.



CORTAG

A Cortag facilita o trabalho nos canteiros de obras com a nova linha de Cortadores Profissionais para porcelanatos e revestimentos cerâmicos PRIME – alta performance de separação e 50% mais leves que os cortadores tradicionais. O design ergonômico conta com limitador lateral para destros e canhotos, dupla camada de espuma e a facilidade de transporte. Na Construsul, a marca também destacou ventosas, que oferecem potência e agilidade ao esmagar o cordão de argamassa, proporcionando ao profissional diminuir o tempo gasto nessa etapa do assentamento sem abrir mão da excelência no trabalho. A ampla linha de soluções engloba, entre outros produtos, cortadores manuais e elétricos para pisos e revestimentos, acessórios para colocação e acabamento de porcelanatos e pisos em geral, discos de corte e desbaste diamantados, abrasivos, equipamentos de medição, perfuração e ferramentas manuais.

ETERNIT

A empresa apresentou inovações do seu portfólio, com destaque especial para a tecnologia hidrorrepelente Imper+. Lançada em 2023, a Imper+ consiste em uma camada protetora hidrorrepelente incorporada às telhas de fibrocimento do grupo, que reduz a absorção de água e melhora o desempenho do produto ao longo do tempo, aumentando a vida útil do telhado. A solução exclusiva contará com um espaço de demons-



trações práticas para o público.

“Desde seu lançamento, a Imper+ vem se consolidando no mercado por oferecer uma proteção extra já incorporada às telhas, prevenindo infiltrações de forma eficiente. A Construsul é uma vitrine estratégica para reforçarmos a presença dos nossos produtos e fortalecer o relacionamento com profissionais de toda a cadeia da construção civil”, destaca Eder Campos, diretor Comercial da Eternit.

Também os Sistemas Construtivos ganharam destaque como a chapa cimentícia Eterpiso, com 12 mm de espessura e dimensões de 1,20 m de largura por até 3,00 m de comprimento. Outra solução exposta foi a Eterplac Siding, revestimento externo para sistemas de construção a seco. Produzida em fibrocimento, a chapa cimentícia oferece acabamentos que reproduzem a aparência de madeira, pedra ou superfície lisa, agregando estética e durabilidade às edificações.

EUROCEL

A empresa fez o lançamento da Fita Euro Isolante na feira. A fita tem propriedades dielétricas, é flexível, alargável, boa aderência ao fio e ao seu dorso, por isso se adapta perfeitamente às imperfeições da emensa. Tem fácil core e autoextinguível conforme exigido por normas de segurança. A Eurocel tem boa participação no segmento e fitas adesivas com produtos para diversas aplicações.



FABRIBAM GABINETES

A coleção 2025 da marca chega com um olhar atento às tendências de design e decoração, com frentes ripadas, formas arredondadas, pés de ferro curvados e iluminação LED embutida. A paleta explora acabamentos amadeirados e tons sofisticados, como o avelã e o cacau. Priorizando a funcionalidade, a linha traz gavetas de abertura total, portas com fechamento silencioso e cubas em cerâmica disponíveis em sete cores.

FIRLON

Entre as novidades, o Veda Rosca Líquido é uma solução para quem busca praticidade e desempenho. Sua aplicação simples agiliza o processo, enquanto sua versatilidade garante eficiência em diferentes tipos de conexões. Enquanto a Bucha Veda Rosca, indicada para roscas de 1/2", proporciona vedação segura e aplicação descomplicada, recomendada para pequenos reparos no dia a dia.

FORTLEV

Líder no segmento de Caixa d'água, a Fortlev destacou em seu estande a Linha Meio Ambiente, destacando as aplicações do Biodigestor MAX com capacidades para 700 litros/dia e 1.500 litros/dia, destinado a tratamento de esgoto para residências, instalações comerciais e alojamentos. Outro produto exibido foi o Leito de Secagem



para Biodigestor e Fossa Séptica e a Fossa Séptica com 700 litros/dia e 1.500 litros/dia. É um módulo de tramen-to de esgoto simplificado para residências ou locais que não tenham acesso ao tratamento de esgoto.

GRUPO KONA

A presença do Grupo Kona na feira reforça seu protagonismo no setor e sua estratégia de estar próxima dos principais polos econômicos do país. No estande, as marcas Kona, Viqua e Elleve, que integram a corporação, apresentam soluções voltadas à eficiência, inovação e sustentabilidade — temas que têm guiado e fortalecido o desenvolvimento de novos produtos e processos na companhia. Entre os destaques está o lançamento da linha de purificadores Vitalité da Viqua, um produto 2 em 1 (torneira e purificador de água), agora mais resistente e econômico: o equipamento conta com restritor de fluxo, tripla filtração e alta durabilidade. A Kona Tubos e Conexões reforça sua linha de Ralos, a Caixa de Embutir, os Tubos e Conexões na cor Cinza, que foram desenvolvidos para atender a demanda do mercado externo, o Multissifão Preto Kona, a Caixa de Luz 4x2 e o Adaptador de Transição M/F PPR Drywall, lançamento da marca. O Ralo Touch, da Elleve, que chama atenção pela sua inovação e desempenho, e a linha de torneiras Ônix Viqua, que além de funcionais agregam valor estético ao ambiente, também estarão expostos.

Os visitantes contaram, ainda, com uma equipe técnica e comercial preparada para sanar dúvidas, apresentar portfólio e ouvir as demandas do mercado. Para Júlio Grein, diretor comercial e de marketing do Grupo Kona, participar da Construsul é uma oportunidade para acompanhar as transformações do setor e reafirmar os valores da empresa. "O Sul é muito significativo para a corporação e, por isso, é imprescindível estarmos na Construsul para estreitar e manter o relacionamento com nossos parceiros. Assim, mantemos o diálogo com o mercado, entendemos as novas demandas e apresentamos soluções que combinam qualidade, inovação e eficiência. A feira é um importante termômetro para o segmento da construção civil na região Sul, que tem papel relevante no cenário nacional", destaca.

HERC

Empresa com mais de 60 anos, a Herc apresentou imensa gama de produtos em plástico e ABS e várias novidades na sua Linha Banheiro, com os lançamentos de assentos sanitários Almofadados, Envolvente e Econômico.

HYDRONORTH

Três novas soluções foram apresentadas pela Hydronorth. O Esmalte Industrial é ideal para superfícies metálicas e estruturas expostas, com excelente aderência, secagem ultrarrápida e alta resistência. Já o Granffino é um revestimento de pedras naturais, com alta durabilidade e hidrorrepelência, indicado para áreas internas e externas. O HydroFilm é a escolha certa para quem busca proteger paredes sujeitas à umidade, sujeira e desbotamento, mantendo a cor da pintura por até três anos.

JIMO

O gerente nacional de vendas da empresa, Daniel Trussardi Fayh, conta que as expectativas são positivas, diante de um primeiro semestre que caminhou "conforme o planejado". "A nossa estimativa de crescimento para 2025 está entre 20% e 25% em faturamento. Para que seja cumprida, a performance em eventos como a Construsul é fundamental. Nesta edição, projetamos vendas 30% superiores às registradas no ano passado", prevê.

Na Construsul, a JIMO apresentou soluções domésticas divididas em 10 segmentos: lava-louças, mata-cupim, mata-insetos, cuida da casa, cuida do carro, cuida da madeira, cuida da obra, evita-mofo, área do pet e industrial. "Os principais destaques são os produtos do canal de materiais de construção, como a linha JIMO Cupim, o JIMO Protecolor, o JIMO água repelente e o JIMO penetril", ressalta o gestor, acrescentando que as soluções JIMO para a limpeza do lar, produtos para evitar o mofo e inseticidas fazem cada vez mais parte do portfólio das lojas de material de construção. Além dos produtos, a empresa apresentou, no evento, o novo site da empresa – www.jimo.com.br.



**Conheça os
benefícios de ser um
cliente Disbracon**



- ✓ Entrega rápida
- ✓ Ofertas diárias
- ✓ Preço justo
- ✓ Diversidade de marcas e produtos

**O seu parceiro para
bons negócios.**

Entre em contato
agora mesmo e faça
o seu Orçamento!

(47) 3330-6130

(47) 3380-8712



KILLING TINTAS

A Killing Tintas apresentou a Kisatech, uma tinta impermeabilizante com tecnologia que alia proteção e conforto térmico. Indicada para fachadas de alvenaria e concreto, a solução forma uma película flexível e impermeável, resistente às intempéries e à umidade. Um dos diferenciais do produto é a capacidade de reduzir a temperatura da superfície em até 8 °C, contribuindo para ambientes internos mais agradáveis e com menor consumo de energia. No estande da marca, uma demonstração prática com água e calor permite ao visitante conferir, na prática, o desempenho da inovação.

LORENZETTI

Com trajetória consolidada e ampla representatividade no mercado, a Lorenzetti retorna à Construsul com o propósito de estreitar o relacionamento com profissionais da construção, revendedores, distribuidores e parceiros, além de ampliar sua visibilidade junto ao público da região. A presença no evento também representa uma oportunidade para fortalecer a conexão com a cadeia produtiva do setor, apresentando soluções completas e inovadoras, que acompanham as tendências de mercado dentro das categorias de chuveiros e torneiras elétricas, metais e louças sanitá-

rias, aquecedores de água a gás, purificadores, bombas e pressurizadores.

“A Construsul representa uma importante vitrine para apresentarmos nossas soluções e fortalecermos o diálogo com profissionais e parceiros estratégicos do setor. É muito gratificante para a Lorenzetti retornar ao evento e reafirmar nosso compromisso com o desenvolvimento e a inovação para a região Sul e para o mercado da construção como um todo”, afirma Paulo Galina, gerente de marketing da Lorenzetti.

Um chuveiro que une design moderno, alto desempenho e praticidade. Esses são alguns atributos da linha Acqua Century, destaque da Lorenzetti na Construsul. Trata-se de uma aposta da líder nacional em duchas e chuveiros elétricos, que combina inovação e sofisticação para aprimorar a experiência de banho, reafirmando seu compromisso de oferecer soluções alinhadas às principais tendências do mercado.

LUKSCOLOR

Durante o evento, a Lukscolor apresentou seu portfólio com foco em produtos que unem desempenho, acabamento impecável e praticidade, como o Stain Base Água, o Esmalte Base Água Premium Plus com acabamento metalizado, a Resina Acrílica Premium Plus, o Luksflex Impermeabilizante e o Luksclean Acrílico Super Lavável.

“A participação na Construsul é estratégica para a Lukscolor, pois nos aproxima ainda mais de um público essencial: os profissionais que fazem acontecer no canteiro de obras, nas lojas de material de construção, nos escritórios de arquitetura e nas casas dos brasileiros. Nosso objetivo é seguir ampliando a presença regional, levando soluções de alta performance que transformam ambientes e agregam valor aos projetos”, destaca Angélica Potomati, diretora da Lukscolor Tintas.

Um dos destaques do estande foi a Cor do Ano Lukscolor 2025: Torres Vedras (LKS 0209), tom que remete ao brilho dourado do entardecer. A tonalidade faz parte de uma narrativa que conecta diferentes períodos históricos por meio da cor, organizada em cinco paletas temáticas: Origens, Renascimento, Descobrimento, Razão e Futuro. Todas as cores estão disponíveis no sistema tintométrico Luksystem e podem ser aplicadas em diversas superfícies e linhas de produtos da marca.

MONTANA QUÍMICA

Destaque para o lançamento do Osmocolor Interior, um stain especialmente desenvolvido para aplicações internas, como portas, mesas, cadeiras e painéis.

Com acabamento de alta performance, o Osmocolor Interior mantém as características de qualidade e durabilidade da consagrada linha Osmocolor, mas com uma formulação otimizada para ambientes internos, o que garante excelente custo-benefício ao consumidor final. Disponível inicialmente na

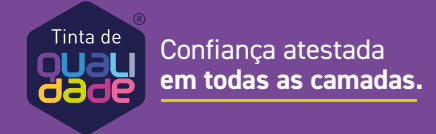


A CONFIANÇA ATESTADA PODE SER O SEU MAIOR DIFERENCIAL.

Há 23 anos, o PSQ - Programa Setorial da Qualidade – Tintas Imobiliárias atua para transformar qualidade comprovada em diferencial competitivo para lojistas e pintores.

Consulte as marcas qualificadas:
tintadequalidade.com.br

Acesse apontando a câmera do seu celular:



cor natural, o novo produto oferece acabamento uniforme e sem formação de película, sendo ideal para quem busca sofisticação, proteção e estética no mobiliário e nos detalhes em madeira dentro de casa.

OURO FINO

Dois novos modelos ampliam o portfólio de banheiras da Ouro Fino. A banheira de imersão Mavie Black tem acabamento preto fosco por fora e brilhante por dentro. De fácil instalação, conta com ladrão embutido, ralo cromado e 1,50 m de comprimento. Com capacidade para 300 litros, a Spuma oferece hidromassagem com seis jatos, iluminação em LED, dois travesseiros e aquecedor de 5000W, acomodando duas pessoas com conforto.

PADO

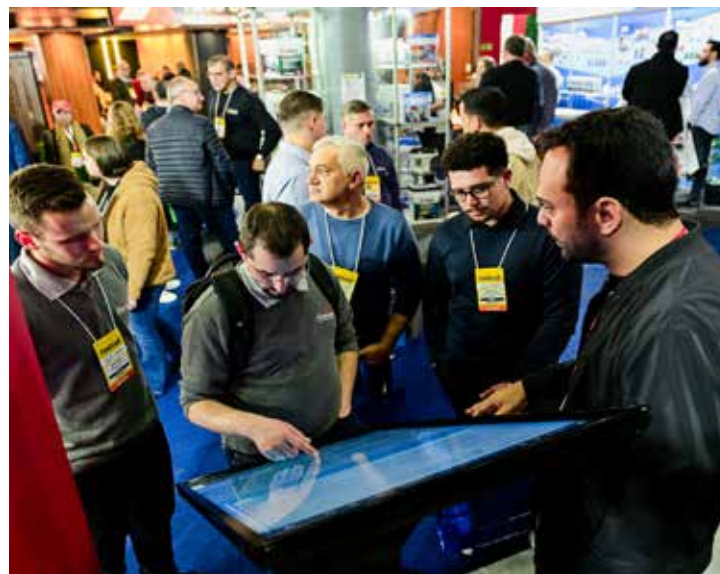
A grande aposta da PADO é a FDE-800 Vision, fechadura digital de embutir com reconhecimento facial para até 50 usuários e opções de desbloqueio por senha, biometria, cartão RFID, aplicativo e chave mecânica. Outra novidade é a FDE-250 Wi-Fi, que combina segurança inteligente com Wi-Fi integrado, oferecendo funcionalidades como modo não perturbe e feedback em português. Para portas de vidro, a FDV-201 traz diversas opções de acesso, incluindo controle via app. A marca também valoriza as opções mecânicas, com foco nos modelos Hera e Suprema.

PLASBIL REVESTIMENTOS

O REVID, revestimento vinílico para teto da Plasbil, tem conquistado os clientes pela praticidade na instalação, resistência e acabamento. Neste ano, a linha se fortalece com três lançamentos que ampliam as possibilidades de aplicação em espaços internos. As novas peças trazem uma variedade maior de padrões, com texturas e tons que reproduzem a madeira com fidelidade.

SAINT-GOBAIN

A Saint-Gobain Produtos para Construção participou da Construsul 2025, reforçando sua atuação no Sul do país com um estande conjunto que reúne suas principais marcas, como Quartzolit, Brasilit e Placo. A proposta é oferecer soluções construtivas completas,



FOTOS: GUILHERME GARGIONI

com foco em inovação, praticidade e experiências para todos os tipos de obra.

O espaço também celebra o retorno da Quartzolit à feira, agora como parte do portfólio de Produtos para Construção, ampliando a presença do grupo com suas marcas e produtos para cada fase da construção – do piso à cobertura, da estrutura ao acabamento. A Quartzolit apresentou uma gama de produtos inovadores, com soluções inteligentes e de alta performance para o dia a dia da obra. Entre os destaques de cada linha, estão a versão branca da argamassa Rende Mais, ideal para acabamentos mais estéticos.

A marca também mostrou um portfólio de produtos

e cores completos, como o Rejunte Superfino Porcelanatos e o Rejunte Cerâmicas Quartzolit, que conta com 25 opções de cores, incluindo as novidades Verde Pistache, Azul Cidade e Rose, enquanto o Rejunte Piscinas passa a oferecer sete tonalidades. O grande destaque fica para o Rejunte Acrílico Pronto Para Piscinas: disponível em cinco cores, possui tecnologia antialga, antimoho, resistente ao cloro e não desbota.

ADESIVOS & SELANTES

A Brasilit levou uma experiência sensorial com a TopComfort, sua telha térmica de alta performance, que alia conforto térmico à resistência, sendo ideal para coberturas residenciais e comerciais. O espaço dedicado a marca incluiu informações sobre o portfólio completo da marca e totem interativo com informações sobre a fita Veda Tudo, Veda Calha, mantas para cobertura, produtos voltados para manutenção, vedação e reparos rápidos em telhados.

Já a Placo apresentou o melhor da construção a seco, com sistemas drywall e Light Steel Frame. Os visitantes poderão entender as diferentes fases de instalação, detalhes de montagem e os benefícios de produtividade, sustentabilidade e versatilidade. A ação também marca a comemoração dos 30 anos da Placo no Brasil, com a apresentação de todo o portfólio e ativações interativas.

Em comemoração aos 360 anos da Saint-Gobain, o estande contou com um espaço especial para fotos e interação, convidando o público a se conectar com a trajetória da empresa em se tornar líder global em construção leve e sustentável, fortalecer o vínculo com as marcas e fazer do mundo um lar melhor.

SOUDAL

A Soudal lançou o Soudabond Turbo, uma espuma de colagem com agarre inicial em 60 segundos e secagem completa em 30 minutos. Possui capacidade para 500 kg/m² e rendimento de 14m²/lata. Além dessa novidade, a empresa apresenta sua linha completa de produtos, incluindo a marca registrada Fix ALL, com selantes e adesivos feitos com polímeros de alto desempenho para vedações e colagens resistentes e duradouras.

TOPFUSION

A linha TOPPERT, lançada em 2024, ganhou novos reforços neste ano com a ampliação da gama de conexões. Indicada para instalações de água quente e fria, destaca-se pela baixa perda por atrito, alta resistência química e boa flexibilidade, permitindo aplicações ponto a ponto. Conta também com adaptadores e joelhos conversores compatíveis com PP-R por crimpagem. A TopFusion possui oito linhas de produtos e é referência em tubos e conexões em PP-R, PE-RT, PEAD e multicamadas.

VONDER

O novo Medidor de Distância a Laser VD 120 VONDER se destaca pelos quatro pontos de medição: frontal, traseiro esquerdo, traseiro direito e bilateral. Com alcance de 60 m no modo unidirecional esquerda/direita e 120 m no bilateral, conta ainda com parte traseira magnética, nove modos de medição, indicador de nível de carga da bateria, tela com modo de rotação e bloqueio, indicador de nível digital e modo de desligamento automático. Prático, completo e preciso para o uso profissional.

Valter Lima Santos, VP Comercial, afirmou que a participação reforça a relevância estratégica do evento. “A cada ano, a Construsul cresce em público e engajamento. Estar ao lado de mais de 300 marcas expositoras, com o maior estande da feira, o mais amplo mix de ferramentas e equipamentos e o maior número de lançamentos do segmento, demonstra a força da nossa marca no setor”, afirma.

O estande de 600 m² simulava uma loja de ferramentas em grande escala. A ideia é oferecer ao visitante, especialmente ao revendedor, uma experiência prática sobre a amplitude do portfólio e os modelos de exposição no ponto de venda. “Vamos proporcionar experiências imersivas e demonstrações técnicas ao vivo, destacando os diferenciais dos nossos produtos para o trabalho”, complementa Santos.

Entre os lançamentos da marca estão a nova Lavadora de Alta Pressão LAV 1600I e o modelo atualizado da Máquina para Assentar Piso a Bateria com Vento-sa MAP 210, além de novos itens da linha de martelos rompedores e demolidores, como o rompedor/perfurador MRV 1625.

Feiras do segmento
programadas para

2025

CONSTRU NORDESTE

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

HABITACON

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

FOCO NA CONSTRUÇÃO LEVE E SUSTENTÁVEL

A cidade de São Paulo será palco da 1ª edição da Construlev Expo, a inédita feira voltada para a Construção a Seco e sustentável no Brasil. O evento acontece de 4 a 6 de novembro de 2025, no São Paulo Expo, das 10h às 19h, e reunirá os principais nomes e empresas do segmento, em uma jornada estimulante que envolve muita tecnologia de formas mais práticas e econômicas de edificar, conteúdo estratégico, experiências práticas e conexões de alto nível.

Voltada a engenheiros, arquitetos, montadores, construtores, fabricantes, fornecedores, estudantes e especialistas em sustentabilidade, a Construlev Expo nasce com a missão de impulsionar práticas mais produtivas, tecnológicas e sustentáveis na construção civil, privilegiando a otimização do tempo. Os destaques são sistemas industrializados como Steel Frame, Wood Frame, Construção Modular e Drywall.

A feira é organizada pela NürnbergMesse Brasil, uma das maiores promotoras de eventos e congressos do mundo, em parceria com a Associação Brasileira da Construção Leve e Sustentável (ABCLS), fortalecendo o compromisso com a difusão de boas práticas e inovação no setor.

A Construlev Expo possui o apoio institucional das entidades mais relevantes da construção civil, o que chancela a importância estratégica do evento no calendário

de feiras voltadas para o segmento. São elas: Associação Brasileira da Indústria de Materiais de Construção (ABRAMAT); Sindicato da Indústria de Artefatos de Metais Não Ferrosos do Estado de São Paulo (SIAMFESP); Sindicato da Indústria de Tintas e Vernizes do Estado de São Paulo (SITIVESP); Associação Brasileira das Indústrias de Esquadrias (ABIE); Associação Brasileira de Incorporadoras Imobiliárias (ABRAINC); Conselho de Arquitetura e Urbanismo (CAU-SP); Associação Brasileira dos Fabricantes de Perfis de PVC para Construção Civil (ABRAESP); e Associação Brasileira dos Fabricantes de Tintas (Abrafati).

CONGRESSO CONSTRULEV

Com uma programação voltada à produtividade, inovação e sustentabilidade, além dos expositores mostrarem o que há de mais atual em técnicas construtivas, a feira traz o Congresso Construlev, que será um dos principais pilares do evento.

Durante os três dias da feira, especialistas e lideranças do setor se reúnem para compartilhar experiências, debater tendências e apresentar soluções que estão moldando o futuro da construção.

O primeiro dia será marcado pela entrega da 4ª edição do Prêmio Produtividade do Mesmo Lado, promovido pela Associação Brasileira de Incorporadoras Imobiliárias (ABRAINC), que reconhece

práticas inovadoras e sustentáveis já implementadas em obras por todo o país, estimulando a troca de experiências e a busca por processos mais eficientes.

No segundo dia, o foco recai sobre o universo da arquitetura, com uma programação articulada em parceria com o Conselho de Arquitetura e Urbanismo (CAU), abordando os desafios contemporâneos do setor e o papel do projeto na construção sustentável.

Já no terceiro e último dia, o destaque será para a engenharia e as tecnologias em steel frame, reunindo engenheiros, técnicos e fabricantes em torno das mais recentes inovações nos sistemas industrializados.

ARENA DO INSTALADOR

Complementando o conhecimento técnico, a Arena do Montador trará demonstrações ao vivo da aplicação dos conceitos apresentados nas arenas técnicas, oferecendo aos profissionais da obra uma oportunidade única de capacitação prática com os principais sistemas industrializados disponíveis no mercado.

CONSTRULEV EXPO 2025

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



ESCANEE O
QR CODE PARA
SABER MAIS

 TRAMONTINA.COM.BR/CONSTRUCAO-CIVIL



Solução para toda obra

Linha completa de **produtos** para a
construção civil: ferramentas manuais,
materiais elétricos, carrinhos de mão,
eletros, móveis e mais!

 **TRAMONTINA**

TUDO O QUE
VOCÊ PRECISA,
**DA FUNDAÇÃO
À ENTREGA
FINAL DO
PROJETO.**



Show na OBRA é com A GENTE

O CANTEIRO DE OBRAS SE TORNOU
PALCO DE DUAS COMPETIÇÕES E
OS PROFISSIONAIS DA CONSTRUÇÃO
SÃO AS GRANDES ESTRELAS!

-REALITY SHOW-
**PEDREIRO
TOP BRASIL**
quartzolit

ESTREIA
18 DE OUTUBRO, SÁBADO,
AO MEIO-DIA.

MESTRE
DO DRYWALL
placo

NO AR
TODOS OS SÁBADOS
AO MEIO-DIA.



pedreirotopbrasil.com.br
mestredodrywallplaco.com.br


SAINT-GOBAIN


BAND