

REVENDA

36C+

ED. 421 | OUT 2025 | ANO XXXVI

www.gruporevenda.com.br



DIA DO BALCONISTA

HIROSHI SHIMUTA, DA NICOM, E A SUA PAIXÃO PELA VENDA

Acqualimp

BRASFORT

Disflex

FORTALEZA

LORENZETTI

TINTAS

TEM NOVAS CORES CHEGANDO PARA
EMBELEZAR OS AMBIENTES

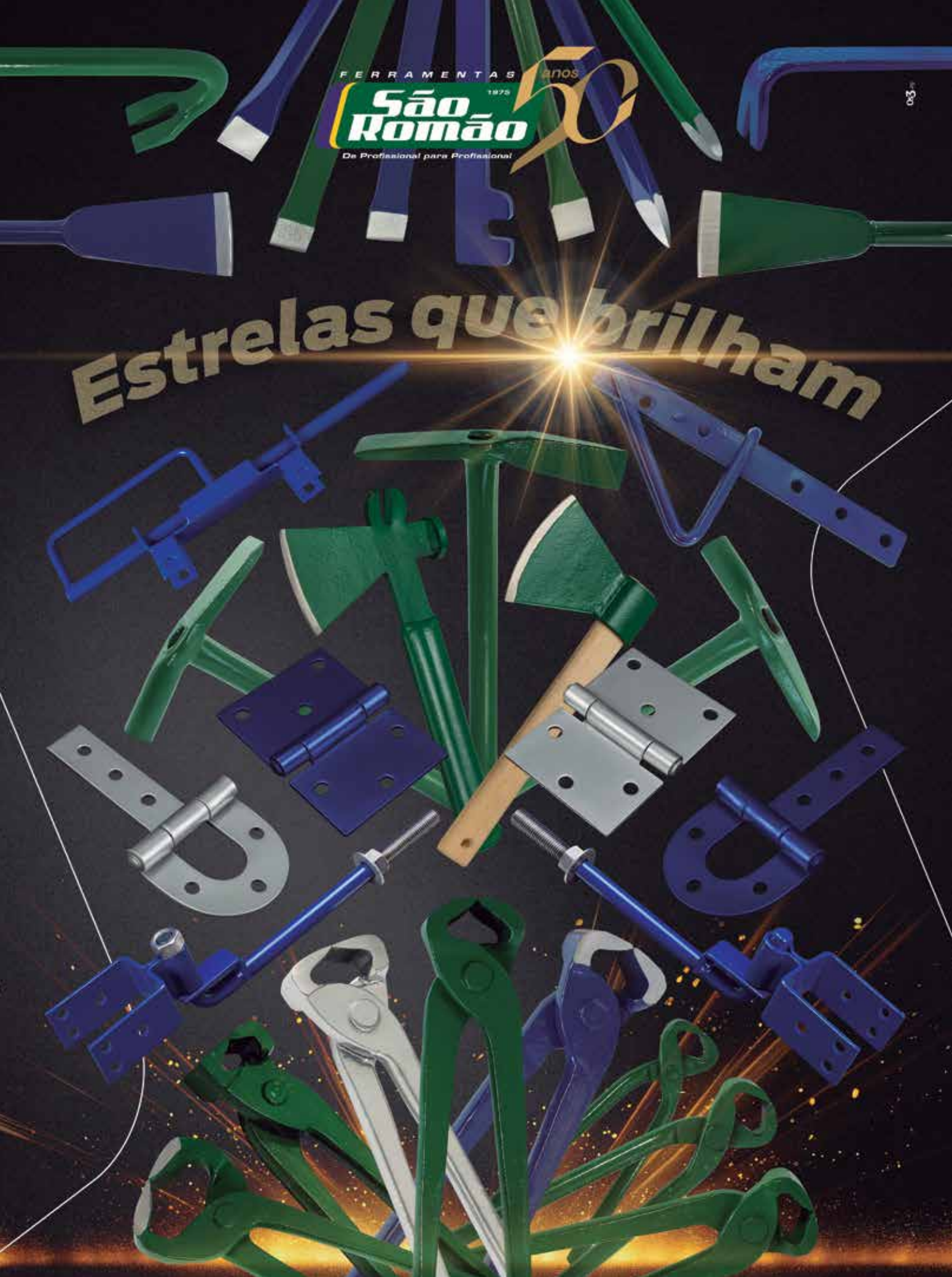
ESPECIAL PINTORES

O TOQUE DE MÁGICA QUE
TRANSFORMA O FEIO EM BELO



20º PRÊMIO EXCELÊNCIA
ATACADISTA DISTRIBUIDOR

FESTEJANDO MAIS UMA CONQUISTA



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 Flausino Gomes, 78 - conj. 53
(sede própria)

(11) 5990.1598

Brooklin - CEP 04575-060 - São Paulo - SP

A Revista Revenda Construção é uma publicação da Quinta Es-
sência 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, necessa-
riamente, os da revista. Todos os direitos são reservados. Regis-
trada de acordo com a lei de imprensa. Marca Registrada no INPI.

JÁ PROJETAMOS 2026



2025 ainda não terminou, mas as projeções para 2026 no segmento da construção civil já começam a pipocar. E são otimistas.

O crescimento no setor da construção civil nos próximos anos é impulsionado por melhorias na economia e, principalmente, pela adoção de novas tecnologias e metodologias. Isso porque o investimento em tecnologias voltadas para o mercado construtivo representa muito mais do que benefícios econômicos para a área. O uso de ferramentas apoiadas em tecnologia traz um diferencial para as empresas do segmento, como a otimização das atividades construtivas, a redução de falhas e desperdícios, o atendimento às demandas dos consumidores e a preocupação com a sustentabilidade.

A previsão de crescimento para o setor em 2025, com base em dados da Câmara Brasileira da Indústria da Construção, é estimada em 2,3%, impulsionada pelos resultados positivos obtidos pelas indústrias de materiais de construção ao longo dos últimos meses. Em setembro, o setor registrou um aumento de 1,7% no faturamento deflacionado em comparação a agosto. Essa previsão é uma desaceleração em relação a 2024, mas as perspectivas são positivas devido a programas habitacionais, investimentos em infraestrutura e avanços tecnológicos. Mas, um dos problemas apontados para 2026 é a escassez de mão de obra qualificada.

Enfim, acreditamos que 2025 vai terminar mostrando realmente a cara do mercado.

Vamos aguardar.

Boa leitura!

Roberto Ferreira



06 DIA DO BALCONISTA

As experiências do eterno balconista Hiroshi Shimuta

10 20º PEAD

A entrega dos troféus aos atacadistas distribuidores foi, como sempre, uma grandiosa festa



48 ESPECIAL TINTAS

As indústrias de tintas destacam suas cores para 2026

62 ACESSÓRIOS PARA PINTURA

O acabamento só fica bom com as ferramentas certas

72 ESPECIAL PINTORES

Os profissionais que traduzem as cores da maneira correta

80 ABRAFATI SHOW

O Brasil já é o 4º maior fabricante de tintas do mundo

82 AGENDA

Programe-se para visitar as feiras do segmento

78 ATACADISTA

A poderosa voz das mulheres

FITA CREPE IMOBILIÁRIA AZUL 722

Possui **tecnologias** que facilitam o trabalho e promovem muita qualidade para os projetos de pintura!

- > Excelente alongamento, ótima performance em **curvas e contornos** do mascaramento.
- > Resistente a até **14 dias** em ambiente **interno** e **7 dias** em ambiente **externo**.
- > **SEM DEIXAR RESÍDUOS!**

FITA ISOLANTE 930 PRO+

Desenvolvida de acordo com as normas ABNT (NBR NM 60454) e se classifica na **Classe A!**

- > É **antichamas**.
- > 38% mais espessa, com 0,18 mm.
- > Possui **amplitude de temperatura** maior do que as fitas convencionais, de **10°C a 90°C**.

Proporciona uma aplicação segura e fácil, já que apresenta um **alongamento superior**. Com fechamentos de fios com alta precisão.

HIROSHI SHIMUTA VENDER É COM ELE!

Hiroshi Shimuta é empresário e fundador da Nicom, loja de materiais de construção da zona Sul de São Paulo, que tem o maior faturamento por metro quadrado do Brasil.

Trabalhando em um grande banco, recém-saído da faculdade de economia, o jovem Hiroshi tinha maiores ambições do que a formalidade do trabalho. E, de tanto ver clientes do banco pedindo empréstimos para abrir negócio próprio, começou a investigar no que eles estavam investindo e constatou que a maioria tinha planos de abrir pequenas lojas de materiais de construção.

“Acho que loja de materiais de construção deve ser um bom negócio”, pensou. Assim, resolveu, após 20 anos trabalhando no banco, abrir a pequena Nicom, em 1989, com apenas 34 m2, na rua Ática, bairro do Aeroporto, onde está até hoje. Agora, o espaço tem mais de 800 m2 de área, dos quais 500 m2 são para área de vendas. A loja possui seis depósitos de material básico, quase 300 funcionários e faturamento que a coloca entre as maiores do Brasil.

Nascido em 20 de agosto de 1943, Hiroshi começou a trabalhar cedo. Aos seis anos de idade, entregava roupas da lavanderia da família com sua bicicleta. Formado em Administração, Contabilidade, Direito e Economia, o empresário atuou como vice-presidente do Citibank, entre os anos de 1970 e 1986, e consultor financeiro nos dois anos seguintes.

Hiroshi Shimuta é sobrevivente do incêndio do Edifício Joelma, ocorrido em 1º de fevereiro de 1974, em São Paulo. Ele estava no 22º andar do prédio quando o fogo começou, e passou mais de cinco horas no parapeito, antes de ser resgatado com a ajuda de uma escada especial do Corpo de Bombeiros.

DO BALCÃO AO IMPÉRIO

“A minha formação profissional aconteceu no mercado de capitais. Quando completei 44 anos, mudei radicalmente. Me tornei independente, recebi uma boa

indenização do banco e fiz contato com vários ex-clientes para conseguir trabalhos. E um deles foi o dono da Conibra, onde fiquei por 11 meses conhecendo o mercado. Foi amor à primeira vista.

O mercado de materiais de construção é fantástico e apaixonante. Você tem três atividades econômicas em que deve prestar atenção se quiser abrir seu próprio negócio. O primeiro é o da alimentação. As pessoas têm que comer e, na crise, este ramo é o primeiro a sair. O segundo é o de vestir. As pessoas têm autoestima, querem se apresentar bem, inclusive quando procuram oportunidade de emprego. E o terceiro é da moradia. As pessoas querem um lugar sólido para viver, mesmo sendo em um imóvel do BNH. Quando você paga a última parcela do financiamento, você vira dono do seu teto e o material de construção está inserido neste contexto. E o imóvel sempre vai valorizar. Na minha visão, a grande vantagem é comprar em moeda nacional e concorrer com o dólar.

Eu nunca tinha vendido um prego antes na minha vida, mas tive que vender de tudo quando abri a minha pequena loja. Éramos em cinco: dois vendendo comigo e dois levando mercadoria nos carros dos clientes. E quem me ajudou muito no início foi meu amigo Osvaldo, da Conibra (loja que era referência no segmento e que fez fusão com a Madeirense, surgindo a C&C), que passou a me avaliar com todos os fornecedores de produtos para a minha loja. Uma coisa que aprendi nos meus muitos anos de banco é pagar em dia, fazer cadastro. Se tiver crédito, as portas se abrem e, tendo mercadoria, você vende. Outra coisa é o olhar do dono. Vou todos os dias na Nicom, de segunda a segunda, e isso é importante para que os funcionários tenham o dono como exemplo.”

NICOM É REFERÊNCIA

“O cliente que entra na minha loja não vai porque me conhece. Vai porque temos bons preços. Somos o mais barato do mercado. Depois, temos muita variedade,



Acqualimp

BRASFORT

Disflex

FORTALEZA

LORENZETTI

pois trabalhamos com as melhores marcas do mercado. E também oferecemos alguns mimos para os clientes, como distribuição de pipoca quentinha o dia inteiro.

Quando eu comecei, lá em 1989, era tudo um sonho. Um deles era ser maior do que a Conibra. E aviso que o sonho não vai acabar, pois faço da Nicom uma espécie de religião. Tenho o maior respeito pelos meus funcionários, alguns deles com mais de 20 anos na empresa. A Kelly, por exemplo, minha gerente de compras, trabalhava na Coca Cola quando eu a contratei e está comigo há 22 anos. Quase todos os dias eu me reúno com os

funcionários para ouvir suas propostas. Um dia, estava com problema em um dos seis depósitos, que estava meio bagunçado e dando prejuízo de quase 25 mil reais por mês. Chamei todos os funcionários, compartilhei a minha versão para o problema, trabalhamos uma semana e consegui envolver todo o time para sanar e resolver a questão. E conseguimos.

A gestão de uma loja não pode ser unilateral e a Nicom é extremamente democrática. Sou o dono, mas não mando em b* nenhuma! Mas tenho regras que devemos seguir. No primeiro sábado de cada mês, faço uma

reunião com os 320 funcionários às 6h30 da manhã, porque a loja abre às 8h00, todos os dias - o que inclui os finais de semana. Minha pauta tem geralmente de 14 a 15 itens e passamos um a um. Ah! e dou muitos prêmios pelo desempenho dos funcionários. Todos os anos vamos para Olímpia, uma cidade com várias atrações ecológicas. Os funcionários e seus familiares se hospedam num bom hotel com tudo incluso e se divertem muito. Eu conheço a família dos meus funcionários e entendo melhor o que cada um representa. A loja não fecha, pois divido os funcionários e familiares em três grupos. Mas eu vou em todos.

“O balconista é, para nós, a peça fundamental na concretização de todo o negócio. Desde o primeiro contato, passando pela apresentação e explicação dos produtos, até a interação com os demais setores da empresa, ele conduz o processo que resulta na venda e, principalmente, na satisfação do cliente.”

Acqualimp

Sr. Hiroshi, valorizamos profundamente sua dedicação e parceria. É uma honra para a Bostik fazer parte de sua trajetória e celebrar seu sucesso. Seguimos juntos, crescendo e construindo novos caminhos!

Melissa Cardoso, Gerente de Marketing da Bostik

“Sr. Hiroshi é símbolo de dedicação e visão no varejo. Sua trajetória inspira todos nós que acreditamos na força do trabalho e na construção de sonhos.”

Ricardo Ideriha – Gerente Comercial da Brasfort

“Para a Disflex, o Sr. Hiroshi é sinônimo de compromisso e paixão pelo trabalho que faz. Um exemplo de profissional que inspira o varejo com dedicação, experiência e valores que compartilhamos na Disflex”.

João Carlos Donato Júnior, CEO e Diretor Comercial DISFLEX

“Reconhecemos e valorizamos o Sr. Hiroshi Shimuta como um exemplo de dedicação e parceria sólida, que inspira e fortalece o varejo da construção”.

Paulo Galina, gerente de Marketing da Lorenzetti

O maior valor da minha empresa é a fidelidade. Este é um valor oriental. Se você trabalha em uma empresa japonesa, como a Toyota, como lavador de carros, você pode se tornar diretor. O mesmo se aplica à Nicom. Mas a regra é rígida: respeito. E não podem se queixar das condições de trabalho que incluem almoço e jantar para todos.

O dia 19 de junho é especial para a Nicom. Marca o aniversário da loja e quem tem mais de dez anos de empresa ganha um celular todos os anos. Mas quem pisa na bola não recebe, coisa rara de acontecer nestes anos todos que passei a incentivar os funcionários.”

A SUCESSÃO

“Sou o único dono da Nicom e meus dois filhos têm seus caminhos bem definidos. A minha filha é médica e o negócio dela é a ciência, enquanto o meu filho é engenheiro, com raro dom da rapidez de raciocínio. Trabalhou comigo na loja por cinco anos, mas não conseguia ter jogo de cintura com os funcionários e clientes. Para ele, 8 é 8 e não admitia arredondar para mais ou menos. Então, falei para ele que se continuasse assim eu teria um infarto. Um dia, uma cliente, que tinha uma igreja evangélica, perguntou se poderia levar o meu filho para a sua igreja. Claro que concordei e ele amou o desafio. Estudou três anos de teologia e se tornou pastor. Foi uma dádiva para mim, pois consegui encaminhar meu filho para uma vida de estudos e saudável.

A sucessão será com os meus funcionários, que estão sendo preparados para assumir a gestão da Nicom quando eu não conseguir mais ter o ritmo que quero. Mas aviso: vai demorar...

O sonho sempre é maior do que a meta. Exemplo: a meta é chegar no topo de um prédio de 50 andares, mas o sonho é ultrapassar os 50 andares. Quando comecei a Nicom eu não tinha meta nenhuma, mas tinha o sonho de ser a maior loja de São Paulo.”

FORA DA NICOM

“Quem olha este pequeno nissei bom comunicador, de fala rápida, sincero e negociador, não imagina o que acontece quando se despe do papel do vendedor e se transforma no carinhoso pai e avô. E utiliza de metáforas para se definir.

O mundo é um pão e deve ser dividido em pedacinhos, para que o coma um pouco por vez. E não faça as coisas pela metade. Tem gente que quer comer cinco feijoadas por dia e o resultado vai ser um enjojo danado. Se você planeja uma viagem para o Rio de Janeiro, mas quando está quase chegando alguém sugere mudar a rota e ir para Belo Horizonte, você teve início e meio, mas não o fim. A vida exige começo, meio e fim.

Como economista, sou muito metódico: se ganho x, vou gastar x e não y.

Trabalho muito, estou casado há 55 anos e, quando estou em casa lendo alguma coisa, ela sempre arruma algo para eu fazer, como ir ao supermercado, à farmácia ou à quitanda. Já apelidei ela de Suma’... suma daqui!”



PINGUE-PONGUE

Café ou chá para começar o dia:

Café

Livro que está lendo:

O Príncipe, de Maquiavel

Mensagem:

Conhecimento deve ser transmitido para todos

Suvinil

Glasu!

KRONA
TUBOS E CONEXÕES

docol

Pluzie

ADERE

NORTON
SAINT-GOBAIN

Aquartzolit

Mundial
Prime

VEDACIT

CENTRAL
DE NEGÓCIOS

ESPIRITO SANTO
27 3089-3888
RIO DE JANEIRO
22 3513-1363

www.compraotima.com.br
otima.distribuidora
company/otimadistribuidora
otima.distribuidora1

OTIMA

O seu atacadista de material para construção



20º PRÊMIO EXCELÊNCIA ATACADISTA DISTRIBUIDOR

CRUZANDO O BRASIL, TRANSPORTANDO SONHOS



Momento de confraternização dos atacadistas distribuidores premiados no 20º PEAD

| | | | |
|---------------------------------------|--|---|---|
| DIAMANTE | | | |
| Cobrecom | FERRAMENTAS São Romão 50 ANOS Do Profissional para Profissional | SOPREMA | Viapol |
| GLOBAL | | | |
| ADERE Colou, tá colado. | ALIANÇA Desde 1927 | ATLAS PINTURA - CONSTRUÇÃO - CASA | brasilit SAINT-GOBAIN |
| CIBRA PRODUTOS DE CIMENTO | Famastil | | |
| FAME 85 ANOS | FOX LUX | GALO DESEMPENHADERAS | ILUMI A marca do lar brasileiro |
| MEGATRON Fios e Cabos | NORTON SAINT-GOBAIN | | |
| ORBÍ QUÍMICA | Plastilit Tubos Conexões Forros Acessórios | quartzolit SAINT-GOBAIN | Siaga Trading |
| THOMPSON | TEK BOND SAINT-GOBAIN | | |
| SILVER | | | |
| ACOUÁBIOS | BRASFORT | CORTAG REVOLUTION TOOLS | Disflex |
| Hydronorth Tintas e Resinas | | | |
| Pluzie materiais elétricos | TINTAS SHERWIN WILLIAMS | Sile | socel TORNEIRAS E ACESSÓRIOS |
| PARCEIRO PROJETO REVENDA | | | |
| TAMBASA ATACADISTAS | | | |
| REALIZAÇÃO GRUPO | | | |
| REVENDA | | | |
| ESPECIAL | | | |
| Coral | LORENZETTI | MARLUVAS CURTAINAS E ACESSÓRIOS | |



O reconhecimento da importância dos atacadistas distribuidores sempre foi uma bandeira levantada pela revista Revenda Construção. A criação de uma premiação exclusiva para este segmento foi iniciada há 20 anos, com o Prêmio Excelência Atacadista Distribuidor (PEAD).

E chegamos à 20ª premiação, sempre com diferenciais para os premiados e indústrias parceiras. As atividades da atual edição aconteceram às 9h do dia 23 de setembro, no Club Med Lake Paradise, com palestras para os convidados do

Grupo Revenda. Mas a interação entre os participantes ocorreu desde a véspera, dia 22, com receptivo e exclusivo coquetel de boas-vindas no Lake Bar. Na manhã seguinte, os participantes se reencontraram no descontraído espaço para o café da manhã e se prepararam para uma intensa programação com as palestras nas salas Ipê 1 e 2. Após o almoço, foi realizada a aguardada rodada de negócios, quando as indústrias patrocinadoras do evento receberam, em mesas espalhadas pelo salão com seus produtos expostos, os atacadistas revendedores convidados.



A cerimônia de premiação aconteceu na mesma noite e depois os participantes foram direcionados a um espaço exclusivo do resort para jantar e continuar as animadas conversas. A noite foi encerrada com muita alegria ao som de um DJ. No dia seguinte, depois do café da manhã, os convidados desfrutaram livremente das instalações do Lake Paradise e voltaram para suas cidades, com a expectativa de retornar no próximo ano, quando novas surpresas os aguardarão.

As apresentações de temas relevantes ao mercado foram feitas por Wilson Ricoy, Daniel Silos, Siomara Damasceno e João Gonçalves.

ESTRATÉGIAS DE PREÇOS E MARGEM EM UM MERCADO COMPETITIVO

WILSON RICOY, DA TW CONSULTORIA

“Tenho 25 anos de experiência em precificação e estratégia, sendo dez deles no segmento de matcon, sempre trabalhando em grandes empresas até montar minha própria assessoria de inteligência comercial. Estamos sofrendo uma forte concorrência de importações diretas, market place tradicional e também market place dos fabricantes, que acabam concorrendo diretamente com os lojistas e atacadistas.

Atualmente, os lojistas não estão dando atenção ao sell out e uma solução para isso é oferecer mais serviços para fugir da guerra de preços do mercado. Os custos de materiais de construção cresceram mais de 6% de 2024 para 2025 e, para compensar isso, ou apertam os fabricantes ou aumentam os preços.

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’.



Na pandemia, a solução foi o reajuste escalonado, mas é preciso saber a dose correta do repasse para não afugentar o cliente. 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.

Há muito tempo, ficou famosa a frase: “Gosto de levar vantagem em tudo”, atribuída ao jogador de futebol Gérson, mas o melhor é que seja bom para todo mundo – para quem compra e para quem vende.

O importante é ter um bom processo de governança para equilibrar a boa compra e a boa venda, e não ficar refém de um processo de focar só no desconto.”



**O COFEMA acaba de conquistar o prêmio,
Excelência Atacadista Distribuidor 2025!**

O resultado de quem vai muito além do Atacado!

Alcançamos o **6º lugar entre os maiores do Brasil**, reafirmando nossa posição como referência no setor. Essa conquista é fruto de uma trajetória marcada por excelência, inovação e compromisso com nossos parceiros e clientes. Seguimos impulsionando o mercado e construindo um futuro ainda mais promissor.

COFEMA, construindo uma história de conquistas.

COFEMA
ATACADISTA

IMPACTOS E AJUSTES PARA O SETOR DE DISTRIBUIÇÃO

DANIEL SILOS



"A reforma tributária é um tema muito complexo e que vai impactar em nosso negócio.

Para lidar com o desafio de equilibrar a arrecadação de tributos entre governos federal, estaduais e municipais, foi acordada a criação do IVA Dual, gerenciado por ambos. A proposta se subdivide em dois novos tributos:

- IBS (Imposto sobre Bens e Serviços) – de competência estadual e municipal, substituindo o ICMS e o ISS;
- CBS (Contribuição sobre Bens e Serviços) – de competência federal, substituindo PIS, COFINS e IPI;

Também foi instituída a cobrança de um terceiro tributo, de competência federal, chamado de Imposto Seletivo (IS), com incidência sobre bens considerados prejudiciais à saúde ou ao meio ambiente, como cigarros e bebidas alcoólicas.

A Reforma Tributária exerce um papel central na jornada de transformação das organizações. Para além dos tributos em si, ela impacta a forma como os negócios operam e, consequentemente, como prosperam.

Além da mudança estrutural na forma de cálculo de pagamento dos tributos – os quais passam a ser devidos para estados e municípios destinatários dos bens e serviços –, o texto estabelece a extinção dos incentivos fiscais como existem hoje. Essas alterações trazem questões sobre o modelo de negócios e local de operação das organizações – é preciso rever o todo para dimensionar o real impacto da Reforma Tributária nos negócios.

A Emenda Constitucional (PEC) 45, também conhecida como "Reforma Tributária", é responsável por alterar de forma significativa o modelo brasileiro de tributação sobre o consumo, extinguindo os tributos atuais (PIS, COFINS, IPI, ICMS e ISS) e estabelecendo dois novos tributos sobre valor agregado: a CBS (Contribuição sobre Bens e Serviços) e o IBS (Imposto sobre Bens e Serviços).

A mudança para o novo modelo ocorrerá de forma gradativa, com início em 2026 e conclusão em 2032. Os sete anos de transição tendem a representar um grande desafio às empresas, na medida em que elas terão que atender aos requisitos legais dos tributos atuais (PIS, COFINS, IPI, ICMS e ISS) e dos novos tributos (CBS e IBS).

Impactos da Reforma Tributária

- Mudança na carga tributária com reflexos na precificação;
- Complexidade decorrente do período de transição;
- Perdas relacionadas ao fim dos incentivos fiscais;
- Monetização de saldos credores acumulados no regime atual;
- Necessidade de revisão da malha de distribuição de mercadorias;
- Configuração das novas regras fiscais nos ERP's.

A adequação à reforma traz grandes oportunidades, permitindo uma transformação significativa para todo o ambiente empresarial."

A MARCA LÍDER E PREFERIDA PELOS PROFISSIONAIS

APORVEITAMOS ESSE MOMENTO PARA HOMENAGEAR E REFORÇAR NOSSOS LAÇOS COM OS PROFISSIONAIS DA PINTURA!

OS PRÊMIOS QUE CONQUISTAMOS SÃO REFLEXO DO NOSSO COMPROMISSO EM OFERECER PRODUTOS E FERRAMENTAS DE QUALIDADE AOS PINTORES DE TODO O BRASIL.



A CONSTRUÇÃO DE MUROS OU A CONSTRUÇÃO DE PONTES?

SIOMARA DAMASCENO, LOJISTA E PRESIDENTE DA ACOMAC DE BRASÍLIA



“Sou esposa do Vitor, mãe do Lucas e sou harleyra (termo para identificar quem pilota motos Harley-Davidson) nas horas vagas. Comecei na área da construção em 2002, trabalhando em uma pequena loja, em Brasília, num espaço bem pequeno. Meu pai era funcionário público e abriu a loja de materiais de construção para mim.

Nosso setor tem muita dificuldade em transitar nos meios políticos de Brasília. E explico: ainda confundem muito o crescimento do mercado da construção, edificação e comércio. Os políticos sempre enaltecem o boom do mercado imobiliário, das construtoras, mas o nosso, de lojistas, não tem tanta representatividade no Congresso.

Da minha parte, tenho a dizer que as redes sociais me ajudaram muito e hoje eu abasteco, diariamente, minhas redes com informações. Mas, no começo, eu fazia propaganda apenas para a minha loja e no bairro, até que percebi que as minhas dificuldades eram as mesmas de outras pessoas e passei a buscar me conectar com todos. Criei a página Conteúdo Concreto e hoje tenho mais de 700 mil seguidores. Também sou administradora de vários grupos de WhatsApp, uma ferramenta muito importante para se comunicar. Eu, praticamente, criei um ecossistema para me comunicar com muita gente. Quando comecei, eu ainda estudava na parte da manhã e trabalhava à tarde. Fui emancipada aos 15 anos e, durante muito tempo, ‘fui eu comigo’.

A loja foi crescendo e não tive muitos problemas, porque pagava tudo à vista. Aumentei a loja, entrei em

redes associativas e acreditei muito no marketing para crescer. Mesmo formada em Relações Internacionais, não deixei o meu negócio, ao contrário, investi muito nestes anos todos. Em 2017, a convite do Sebrae, visitei, pela primeira vez, uma grande feira de materiais de construção e vi que o mundo era bem maior do que o meu bairro. Percebi que precisava comunicar aquilo que tenho de melhor: meus produtos. Um dos meus maiores diferenciais era que eu entendia de tudo e tinha todas as respostas técnicas para os meus clientes. O atendimento sempre foi diferenciado. Uma das coisas que percebi é que eu não concorria com as lojas que estavam no meu bairro. Meu maior concorrente era um home center e foi lá que eu fui buscar ideias para aplicar no meu negócio. Muita gente vai olhar produtos no home center e vem comprar na minha loja, pois encontra os mesmos itens e até faço o mesmo preço.

Certa vez, estava em um evento de matcon e as pessoas perguntavam onde estava o meu marido, como se ele fosse o representante da loja. Pacientemente, explicava que era eu a dona do negócio, estava ali representando o universo feminino e que não preciso carregar saco de cimento para dizer que tenho uma loja de materiais de construção.

Atualmente, 70% das lojas de materiais de construção são de pequeno porte, e muitas delas são gerenciadas por mulheres. O associativismo mudou muito a minha história quando reunimos mais de 60 mil lojas em todo o Brasil. E também o Instagram...”



*Atreva-se a criar
suas cores.*



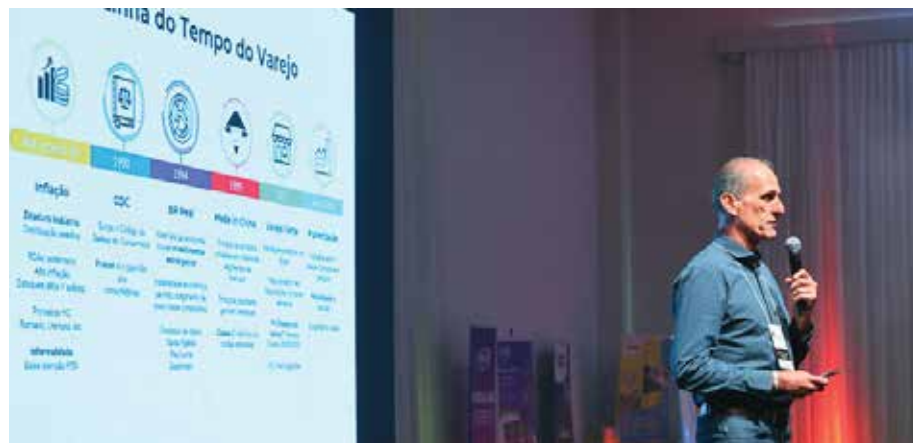
Color-Ton SISTEMA DE CORES

- ✓ **Pronta para uso**
- ✓ **Fácil de aplicar**
- ✓ **Facilidade no retoque**

São diversas possibilidades de cores.

Escaneie e saiba mais





O FUTURO DO ATACADO E O FUTURO DA DISTRIBUIÇÃO

JOÃO GONÇALVES, DIRETOR DE NEGÓCIOS NA ESSENCIAL CONSULTORIA

“A reforma tributária vai melhorar muito a precificação, desde que tenhamos uma regulamentação clara e que todos que fazem parte da cadeia ganhem.

No Brasil, temos 160 mil pontos de venda e a indústria é parceira dos revendedores. O e-commerce representa apenas 10% deste mercado.

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 idem, a indústria vai direto ao consumidor, e é tudo uma confusão. E, no meio de tudo isso, surgem os atacarejos em várias cidades 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 Adeo, 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 para 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. Sobretudo, 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 revisitar 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.”



DIGITAL LOCKING



SAIBA MAIS
SOBRE A FDE-250

Sua casa, seu comando.

A segurança agora é **digital** e **inteligente**.



FDE-250

A Fechadura Digital Completa



**LEITOR
BIOMÉTRICO**
(ATÉ 50 DIGITAIS)



ACESSO
POR SENHA
(100 SENHAS)



ACESSO
POR CARTÃO
(100 CARTÕES)



COMPATÍVEL
COM ALEXA E
GOOGLE HOME



CONTROLE
POR APP



ACESSO REMOTO
VIA WI-FI
(GATEWAY)



CHAVE
MULTIPONTO
(EM CASO DE
EMERGÊNCIA)

Atualize seu acesso. Garanta sua **tranquilidade**.

PADO

[/padobr](https://www.facebook.com/padobr) [@padobr](https://www.instagram.com/padobr) www.pado.com.br



O grupo marcou presença no 20° Prêmio Excelência Atacadista Distribuidor

O Grupo Conecta Construção foi reconhecido no 20° Prêmio Excelência Atacadista Distribuidor, um dos mais importantes do setor.

Entre as premiadas estão:

Tambasa Atacadista (1º lugar nacional);
Condor Atacadista (10º lugar nacional);
Casa Cardão (11º lugar nacional);
Orion Distribuidora (15º lugar nacional);
Bonasoldi Distribuidora (22º lugar nacional);
Mécari Distribuidora (31º lugar nacional);
Comercial Leal (46º lugar nacional);
Além da Global Atacadista, que recebeu o Destaque Regional.

O Grupo Conecta Construção reforça a força da liderança feminina e o impacto das empresas que transformam o mercado da construção com inovação, propósito e resultados.

TAMBASA
ATACADISTAS®

1º Lugar

 **condor**
O ATACADO DA CONSTRUÇÃO

10º Lugar

casacardão 

11º Lugar

ORION
DISTRIBUIDORA

15º Lugar

Bonasoldi
Distribuidora e Atacadista
Da Construção, do Campo e do Lar

22º Lugar

MÉCARI
DISTRIBUIDORA

31º Lugar

 **leal**

46º Lugar

 **GLOBAL**
ATACADISTA

Destaque Regional



20º PRÊMIO EXCELÊNCIA ATACADISTA DISTRIBUIDOR

| | | | |
|-------------------------|--------|----------------------------------|-------|
| TAMBASA | 23,50% | NAVAS DISTRIBUIÇÃO | 0,60% |
| FERRAGENS NEGRÃO | 13,20% | ÓTIMA ATACADO | 0,58% |
| MARTINS | 11,10% | CIMEMPRIMO | 0,57% |
| BARTOFIL | 2,70% | DISTRIBUIDORA LOPES | 0,55% |
| CONSTRUJÁ | 2,60% | SARGENTO FERRAGENS | 0,53% |
| CASA DO LOJISTA | 2,10% | TERUYA FERRAMENTAS | 0,52% |
| COFEMA | 2,10% | DISTRIBUIDORA PREMIUM | 0,50% |
| CARDÃO COM. E IMPORT. | 1,85% | MÉCARI DISTRIBUIDORA | 0,48% |
| MUNDIAL ATACADISTA | 1,60% | BELENUS | 0,46% |
| IDB ATACADISTA | 1,45% | MAREST DISTRIBUIDORA | 0,45% |
| CONDOR ATACADISTA | 1,25% | DISTRIBUIDORA SAFARI | 0,44% |
| DEPECIL DISTRIBUIDORA | 1,25% | CCR DISTRIBUIDORA | 0,42% |
| DIFERPAN DISTRIBUIDORA | 1,25% | COELHO DISTRIBUIDOR | 0,42% |
| CASA CARDÃO | 1,15% | STOKY DISTRIBUIDORA | 0,42% |
| GRUPO OVD | 1,10% | THIBABEM ATACADISTA DISTRIBUIDOR | 0,42% |
| GRUPO LLE – KING OURO | 1,05% | ROFE DISTRIBUIDORA | 0,40% |
| DISTAC DISTRIBUIDORA | 0,90% | REPOR ATACADISTA | 0,38% |
| CENTER FERTIN | 0,85% | ABC DA CONSTRUÇÃO | 0,36% |
| ORION DISTRIBUIDORA | 0,85% | OBRAMAX | 0,34% |
| GRUPO DIME | 0,80% | RAMADA ATACADISTA | 0,33% |
| COMERCIAL MAIA | 0,78% | BLUMENAU DISTRIBUIDORA | 0,31% |
| BARZEL DISTRIBUIDORA | 0,75% | COMERCIAL RONSY | 0,30% |
| FERA ATACADO | 0,73% | REI DA FERRAGEM | 0,29% |
| DISTRIBUIDORA NACIONAL | 0,70% | MERCANTE DISTRIBUIDORA | 0,28% |
| ALMEIDA DISTRIBUIDOR | 0,68% | FORT DISTRIBUIDORA | 0,27% |
| BONASOLDI DISTRIBUIDORA | 0,66% | AM COMERCIAL | 0,26% |
| DIMACOL | 0,63% | COMERCIAL LEAL | 0,26% |



UMA PROFISSÃO.
DIVERSOS PROFISSIONAIS!
A SOLUÇÃO PARA TODOS?
FITAS CREPE ADERE!
FELIZ DIA DO PINTOR E PINTORA!



FITA
#CREPE
NÃO É
TUDO IGUAL!

Neste **18 de outubro**, é celebrado o **Dia do Pintor**, por isso, comemoramos quem transforma cada espaço com talento, dedicação e criatividade! Aos pintores e pintoras que sempre colam com **ADERE**, os nossos parabéns e muito obrigado, temos certeza de que os seus projetos sempre possuem um acabamento impecável, com precisão, qualidade e confiança que fazem a diferença! Continuem ao nosso lado, porque se a vida pede, a gente **ADERE!**

SAIBA MAIS!



ADERE
Colou, tá colado.

NAS FOTOS, OS PREMIADOS



AM COMERCIAL



ASSES DISTRIBUIDORA



BELENUS



BONASOLDI DISTRIBUIDORA



CASA CARDÃO



CASA DO LOJISTA



CCR DISTRIBUIDORA



CENTER FERTIN



COELHO DISTRIBUIDOR

NORTE/NORDESTE



MELHOR PRAZO DE PAGAMENTO

| | |
|--|-------|
| Tambasa Atacadista | 14,8% |
| Ferragens Negrão | 12,9% |
| IDB Atacadista | 11,2% |
| Distac Distribuidora | 9,6% |
| Martins | 9,0% |
| Almeida Distribuidor | 7,6% |
| Mercante Distribuidora | 7,1% |
| Rofe Distribuidora | 6,6% |
| AM Comercial | 6,1% |
| Parceirão Atacadista (A. O. Martins) – | 5,5% |
| Ramacon Distribuidora | 4,4% |
| Abreu & Silva Distribuidor | 3,0% |
| Outros | 2,2% |

MELHOR PRAZO DE ENTREGA

| | |
|--------------------------------------|-------|
| Ferragens Negrão | 12,6% |
| Tambasa Atacadista | 10,8% |
| IDB Atacadista | 10,2% |
| Distac Distribuidora | 9,6% |
| Mercante Distribuidora | 9,0% |
| Rofe Distribuidora | 8,1% |
| Almeida Distribuidor | 7,4% |
| Dimacol / Valdir Saraiva | 7,0% |
| Comercial Maia | 6,2% |
| AM Comercial | 5,8% |
| Ramacon Distribuidora | 4,6% |
| Parceirão Atacadista (A. O. Martins) | 4,2% |
| Abreu & Silva Distribuidor | 2,5% |
| Outros | 2,8% |

MELHOR MIX DE PRODUTOS

| | |
|--------------------------------------|-------|
| Tambasa Atacadista | 13,6% |
| Ferragens Negrão | 11,4% |
| IDB Atacadista | 10,3% |
| Distac Distribuidora | 9,0% |
| Martins | 8,2% |
| Comercial Maia | 7,6% |
| Dimacol / Valdir Saraiva | 7,1% |
| Rofe Distribuidora | 6,7% |
| Bartofil | 5,9% |
| Mercante Distribuidora | 4,6% |
| Barzel Distribuidora | 4,1% |
| Belenus | 3,7% |
| Parceirão Atacadista (A. O. Martins) | 3,3% |
| Abreu & Silva Distribuidor | 2,5% |
| Outros | 2,0% |

MELHOR PREÇO

| | |
|----------------------------|-------|
| Ferragens Negrão | 12,0% |
| Tambasa Atacadista | 11,2% |
| Martins | 10,1% |
| IDB Atacadista | 9,7% |
| Distac Distribuidora | 9,2% |
| Condor Atacadista | 8,6% |
| Comercial Maia | 8,0% |
| Dimacol / Valdir Saraiva | 7,3% |
| Mercante Distribuidora | 6,6% |
| AM Comercial | 5,2% |
| Rofe Distribuidora | 4,8% |
| Abreu & Silva Distribuidor | 3,6% |
| Ramacon Distribuidora | 2,9% |
| Outros | 2,5% |

MELHOR ATENDIMENTO

| | |
|--------------------------------------|-------|
| Ferragens Negrão | 20,2% |
| Martins | 14,9% |
| Tambasa Atacadista | 12,1% |
| Distac Distribuidora | 9,1% |
| IDB Atacadista | 8,0% |
| Comercial Maia | 7,3% |
| Mercante Distribuidora | 6,6% |
| Rofe Distribuidora | 5,2% |
| AM Comercial | 4,9% |
| Dimacol / Valdir Saraiva | 2,9% |
| Parceirão Atacadista (A. O. Martins) | 2,5% |
| Abreu & Silva Distribuidor | 2,3% |
| Outros | 2,4% |

MUITO OBRIGADO
POR FAZER PARTE DESSA CONQUISTA!

Com orgulho e gratidão, celebramos a conquista do
15º Lugar no Prêmio Excelência Atacadista Distribuidor!

Para nós, cada conquista é construída com trabalho, confiança e parceria. Estar entre os maiores do Brasil é um reflexo do que a gente acredita e pratica todos os dias: oferecer **produtos de qualidade**, com **preços justos** e um **atendimento que faz a diferença no dia a dia dos lojistas**.

Juntos, construímos histórias de sucesso!



www.centerfertin.com.br



COFEMA / M.N. TERUYA



COMERCIAL LEAL



COMERCIAL MAIA



CONDOR ATACADISTA



CONASID



CONSTRUJÁ

CENTRO-OESTE



MELHOR MIX DE PRODUTOS

| | |
|-------------------------|-------|
| Ferragens Negrão | 19,0% |
| Tambasa Atacadista | 17,2% |
| Martins | 10,4% |
| Mundial Atacadista | 9,8% |
| Condor Atacadista | 8,7% |
| Nova Casa Distribuidora | 7,6% |
| Distribuidora Lopes | 6,2% |
| Mécari Distribuidora | 4,2% |
| Stoky Distribuidora | 3,2% |
| Navas Distribuição | 1,9% |
| Outros | 11,8% |

MELHOR PRAZO DE PAGAMENTO

| |
|-----------------------------|
| Tambasa Atacadista – 18,5% |
| Ferragens Negrão – 16,8% |
| Martins – 15,2% |
| Mundial Atacadista – 13,4% |
| Mécari Distribuidora – 9,3% |
| Distribuidora Lopes – 6,2% |
| Condor Atacadista – 5,4% |
| Navas Distribuição – 3,6% |
| Rei da Ferragem – 2,1% |
| Stoky Distribuidora – 1,2% |
| Outros – 8,3% |

MELHOR PREÇO

| | |
|-------------------------|-------|
| Tambasa Atacadista | 21,4% |
| Ferragens Negrão | 17,9% |
| Mundial Atacadista | 14,8% |
| Martins | 12,3% |
| Navas Distribuição | 8,1% |
| Condor Atacadista | 6,4% |
| Mécari Distribuidora | 3,2% |
| Nova Casa Distribuidora | 3,1% |
| Stoky Distribuidora | 2,6% |
| Distribuidora Lopes | 2,2% |
| Outros | 8,0% |

MELHOR PRAZO DE ENTREGA

| | |
|-------------------------|-------|
| Ferragens Negrão | 14,8% |
| Mundial Atacadista | 13,9% |
| Tambasa Atacadista | 12,4% |
| Martins | 11,1% |
| Nova Casa Distribuidora | 9,6% |
| Condor Atacadista | 8,3% |
| Mécari Distribuidora | 7,4% |
| Distribuidora Lopes | 5,7% |
| Stoky Distribuidora | 4,2% |
| Rei da Ferragem | 3,1% |
| Outros | 9,5% |

MELHOR ATENDIMENTO

| | |
|-------------------------|-------|
| Tambasa Atacadista | 18,6% |
| Ferragens Negrão | 16,4% |
| Martins | 14,2% |
| Mundial Atacadista | 11,3% |
| Condor Atacadista | 9,6% |
| Nova Casa Distribuidora | 8,1% |
| Distribuidora Lopes | 5,2% |
| Mécari Distribuidora | 4,1% |
| Stoky Distribuidora | 3,2% |
| Rei da Ferragem | 2,1% |
| Outros | 7,2% |



Inovações e soluções para os profissionais que querem estar sempre um passo à frente, com ferramentas de qualidade premium, alta durabilidade e performance.



Linha de Ferramentas para Construção SATA

Agora com portfólio ampliado para atender aos mais exigentes profissionais da construção civil, com a precisão e segurança que só a SATA oferece.



FEITA COM CONFIANÇA,
FEITA PARA DESAFIAR.

Confira a solução completa de SATA:





CONSTRUFORT DISTRIBUIDORA



DEPECIL DISTRIBUIDORA



DIFERPAN DISTRIBUIDORA

SUDESTE



MELHOR ATENDIMENTO

| | |
|-------------------------------------|-------|
| Martins | 15,4% |
| Tambasa Atacadista | 14,7% |
| Ferragens Negrão | 13,1% |
| Bartofil | 7,8% |
| Casa do Lojista | 7,2% |
| Construjá | 6,5% |
| Cofema | 5,9% |
| Condor Atacadista | 5,4% |
| Grupo OVD | 4,6% |
| Depecil Distribuidora | 4,3% |
| Diferpan Distribuidora | 4,1% |
| Grupo LLE / King Ouro | 3,5% |
| Eleletroste / Megaleste / Mateubrás | 3,2% |
| CCR Distribuidora | 2,4% |
| Coelho Distribuidor | 2,1% |
| Navas Distribuição | 1,8% |
| Fera Atacado | 1,4% |
| Teruya Ferramentas | 1,1% |

MELHOR PRAZO DE PAGAMENTO

| | |
|-------------------------------------|-------|
| Tambasa Atacadista | 15,6% |
| Ferragens Negrão | 14,2% |
| Martins | 12,8% |
| Bartofil | 7,6% |
| Construjá | 6,8% |
| Casa do Lojista | 6,2% |
| Cofema | 5,8% |
| Condor Atacadista | 5,3% |
| Depecil Distribuidora | 4,9% |
| Diferpan Distribuidora | 4,7% |
| Grupo LLE / King Ouro | 3,9% |
| Center Fertin | 3,4% |
| Eleletroste / Megaleste / Mateubrás | 3,2% |
| CCR Distribuidora | 2,4% |
| Ótima Atacado | 2,1% |
| Navas Distribuição | 1,9% |
| Coelho Distribuidor | 1,5% |
| Teruya Ferramentas | 1,1% |

MELHOR MIX DE PRODUTOS

| | |
|-------------------------------------|-------|
| Tambasa Atacadista | 16,4% |
| Martins | 14,6% |
| Ferragens Negrão | 13,3% |
| Bartofil | 8,1% |
| Construjá | 7,3% |
| Condor Atacadista | 6,5% |
| Cofema | 5,7% |
| Grupo OVD | 5,1% |
| Casa do Lojista | 4,6% |
| Diferpan Distribuidora | 4,2% |
| Depecil Distribuidora | 4,0% |
| Center Fertin | 3,5% |
| Eleletroste / Megaleste / Mateubrás | 3,2% |
| Ótima Atacado | 2,3% |
| Distribuidora Premium | 2,0% |
| Ases Distribuidora | 1,7% |
| Navas Distribuição | 1,4% |
| Teruya Ferramentas | 1,1% |

MELHOR PREÇO

| | |
|-------------------------------------|-------|
| Tambasa Atacadista | 16,1% |
| Ferragens Negrão | 14,5% |
| Martins | 12,2% |
| Bartofil | 7,9% |
| Construjá | 7,1% |
| Condor Atacadista | 6,3% |
| Cofema | 5,6% |
| Casa do Lojista | 5,2% |
| Diferpan Distribuidora | 4,8% |
| Depecil Distribuidora | 4,6% |
| Grupo OVD | 3,8% |
| Center Fertin | 3,3% |
| Eleletroste / Megaleste / Mateubrás | 3,1% |
| Fera Atacado | 2,3% |
| Distribuidora Premium | 2,0% |
| Ótima Atacado | 1,8% |
| Ases Distribuidora | 1,3% |
| Teruya Ferramentas | 1,0% |

MELHOR PRAZO DE ENTREGA

| | |
|-------------------------------------|-------|
| Tambasa Atacadista | 15,9% |
| Ferragens Negrão | 14,4% |
| Martins | 12,9% |
| Bartofil | 7,7% |
| Condor Atacadista | 7,1% |
| Construjá | 6,6% |
| Casa do Lojista | 5,9% |
| Cofema | 5,4% |
| Diferpan Distribuidora | 4,8% |
| Depecil Distribuidora | 4,6% |
| Grupo OVD | 3,9% |
| Center Fertin | 3,4% |
| Eleletroste / Megaleste / Mateubrás | 3,2% |
| CCR Distribuidora | 2,4% |
| Ótima Atacado | 2,1% |
| Coelho Distribuidor | 1,7% |
| Fera Atacado | 1,4% |
| Teruya Ferramentas | 1,0% |



DEPECIL 30 Anos

Distribuidora de Materiais de Construção

PRÊMIO ATACADISTA DISTRIBUIDOR 2025

10º



RANKING NACIONAL

A Depecil tem **orgulho** em celebrar três décadas de trajetória.

E neste ano tão especial, conquistamos o **10º lugar no Prêmio Excelência Atacadista Distribuidor**, um reconhecimento que reflete a confiança e parceria dos nossos clientes e fornecedores.

A todos que fazem parte dessa história, o nosso **muito obrigado!** Seguimos juntos, construindo o futuro com solidez e compromisso.

MAIS DE 90% DAS ENTREGAS FEITAS EM MENOS DE 24 HORAS

16 MIL PRODUTOS DAS MELHORES MARCAS

ATENDEMOS TODO O SUL DO BRASIL







VISITAR O SITE



WHATSAPP

CONHEÇA TODA LINHA VILAFERRAMENTAS.COM.BR

@vilaferramentas





GRUPO DIME



DISBRACON DISTRIBUIDORA



DISTRIBUIDORA LOPES



DISTRIBUIDORA NACIONAL



DISTRIBUIDORA PREMIUM



DISTRIBUIDORA SAFARI

SUL



MELHOR PREÇO

| | |
|------------------------|-------|
| Tambasa Atacadista | 21,0% |
| Ferragens Negrão | 17,4% |
| Martins | 14,1% |
| Bartofil | 6,3% |
| Depecil Distribuidora | 7,5% |
| Diferpan Distribuidora | 7,0% |
| Condor Atacadista | 3,6% |
| Orion Distribuidora | 3,1% |
| Outros | 20% |

MELHOR MIX DE PRODUTOS

| | |
|------------------------|-------|
| Tambasa Atacadista | 18,7% |
| Ferragens Negrão | 15,9% |
| Martins | 13,2% |
| Bartofil | 6,0% |
| Diferpan Distribuidora | 7,1% |
| Depecil Distribuidora | 6,5% |
| Condor Atacadista | 3,9% |
| Orion Distribuidora | 3,4% |
| Outros | 21,3% |

MELHOR PRAZO DE PAGAMENTO

| | |
|------------------------|-------|
| Tambasa Atacadista | 19,5% |
| Ferragens Negrão | 16,8% |
| Martins | 14,6% |
| Bartofil | 6,2% |
| Diferpan Distribuidora | 7,4% |
| Depecil Distribuidora | 6,8% |
| Orion Distribuidora | 4,9% |
| Distribuidora Dagostin | 4,2% |
| Condor Atacadista | 3,1% |
| Outros | 16,5% |

MELHOR PRAZO DE ENTREGA

| | |
|------------------------|-------|
| Ferragens Negrão | 17,2% |
| Tambasa Atacadista | 15,4% |
| Martins | 13,6% |
| Bartofil | 6,4% |
| Depecil Distribuidora | 7,6% |
| Diferpan Distribuidora | 7,1% |
| IDB Atacadista | 4,6% |
| Orion Distribuidora | 4,0% |
| Distribuidora Dagostin | 3,0% |
| Outros | 21,1% |

MELHOR ATENDIMENTO

| | |
|------------------------|-------|
| Tambasa Atacadista | 18,9% |
| Ferragens Negrão | 16,3% |
| Martins | 14,0% |
| Bartofil | 6,1% |
| Diferpan Distribuidora | 8,2% |
| Depecil Distribuidora | 7,6% |
| IDB Atacadista | 4,2% |
| Condor Atacadista | 3,8% |
| Orion Distribuidora | 3,4% |
| Outros | 7,5% |



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





ELETOLESTE / MEGALESTE /
MATEUBRAS



FERRAGENS NEGRÃO



FERA ATACADO



ÓTIMA ATACADO



ORION DISTRIBUIDOR



FORT DISTRIBUIDORA



GLOBAL ATACADISTA



GRUPO OVD



RAMACON DISTRIBUIDORA



STOKY DISTRIBUIDORA



IDR ATACADISTA



MAREST DISTRIBUIDORA



MARTINS



TERUYA FERRAMENTAS



THIBABEM ATACADISTA



MUNDIAL ATACADISTA



NILO MAIA DISTRIBUIDORA



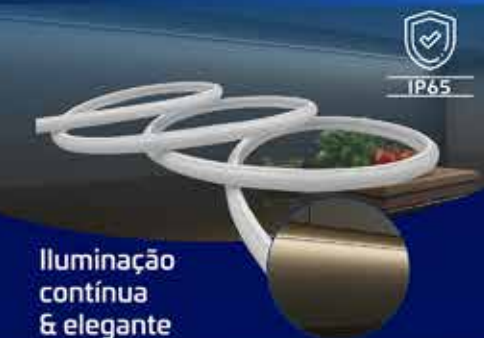
NOVA CASA DISTRIBUIDORA



TAMBASA

Novas Fitas LED!

Modelo FCOB



Iluminação
contínua
& elegante

Modelo 12V



Versátil para ambientes Internos

Modelo PVC



Possui maior resistência
& Durabilidade

Confira toda a nossa linha!





ACQUABIOS e GRUPO REVENDA



ALIANÇA METALÚRGICA e CONASID



COMERCIAL MAIA e AM COMERCIAL



GRUPO VELLORE e NILO MAIA



ADERE



TAMBASA, ALIANÇA METALÚRGICA,
GRUPO SIAGA e SOCEL



BRASFORT e IBD ATACADISTA



COBRECUM e CENTER FERTIN



CORTAG e CASA DO LOJISTA



NORTON



COBRECUM, SIL e ILUMI



GRUPO REVENDA



SHERWIN WILLIAMS e ORION



PLUZIE e ORBI QUIMICA



GLOBAL ATACADISTA

RESINA PIONEIRA E ORIGINAL DO BRASIL!



Impermeabiliza e valoriza!
Protege telhas, tijolos,
pedras e fachadas.

Realce o visual e barre a
umidade com aplicação
fácil e secagem rápida.

SOMOS ALÉM DA COR!

Acabamento flexível,
proteção total. Evita
infiltrações, cobre
microfissuras e resiste ao
tempo.

Ideal para fachadas
expostas ao sol e à chuva.



DE PROTEÇÃO A GENTE ENTENDE!



Pisos protegidos com máxima
resistência e acabamento
premium. Ideal para calçadas,
garagens, estacionamentos e
áreas de alto tráfego.

Durabilidade, cobertura
superior e aplicação fácil.
Tudo o que seu cliente precisa
em uma só linha!

Hydronorth
Tintas e Resinas



TAMBASA e GRUPO REVENDA



NORTON e JOÃO GONÇALVES, ESSENCIAL CONSULTORIA



CONASID e PLUZIE



CORTAG e JOÃO GONÇALVES,
ESSENCIAL CONSULTORIA



ORION DISTRIBUIDORA e
ALIANÇA METALURGICA 4401



RAMACON DISTRIBUIDORA e ADERE



COBRECOM e COMERCIAL MAIA



ACQUABIOS e GRUPO REVENDA



Cacá, nosso mestre de cerimônia, e as marcas parceiras desta edição

MUITO OBRIGADO!

É com enorme alegria e gratidão que celebramos a conquista do **10º lugar** no 20º Prêmio de Excelência Atacadista Distribuidor.

Esse reconhecimento é resultado do esforço diário, dedicação e comprometimento de toda a nossa equipe, que trabalha com paixão para atender nossos clientes e parceiros com qualidade, eficiência e respeito.

Agradecemos imensamente aos **colaboradores**, que são a base do nosso sucesso, aos **clientes**, pela confiança e parceria de sempre e aos **fornecedores**, pelo apoio constante que nos permite evoluir a cada dia.

Somos Top 10

Ranking Nacional

SOBRE A DIFERPAN!

Uma empresa com mais de 38 anos de tradição no mercado da construção civil, que tem como objetivo a distribuição de um **portfólio de marcas reconhecidas**, com total eficácia na prestação de serviços. Para isso, contamos com mais de **300 colaboradores** especialmente treinados para atender mais de **30 mil clientes cadastrados** distribuídos nos **estados RS, SC e PR**, que se caracterizam por serem empresas varejistas de pequeno, médio e grande porte, além de home centers e atacadistas.





A presença da Cobrecom como patrocinadora do 20º Prêmio Excelência Atacadista Distribuidor reforça, mais uma vez, o compromisso da empresa em valorizar e fortalecer as parcerias que impulsionam o setor elétrico. Líder entre os fabricantes de fios e cabos elétricos de alta qualidade, a Cobrecom reconhece que seu crescimento está diretamente ligado à confiança e ao empenho de seus parceiros atacadistas e distribuidores.

Mais do que um patrocínio, participar deste evento é uma oportunidade de celebrar histórias de sucesso compartilhadas. Cada premiado representa o esforço conjunto que leva os produtos Cobrecom a todos os cantos do país, garantindo que clientes e profissionais tenham sempre à disposição soluções seguras e eficientes para suas instalações elétricas.

Reconhecer o desempenho e a dedicação desses parceiros é reafirmar a importância da união e da colaboração para o desenvolvimento do setor. A Cobrecom tem orgulho de fazer parte dessa trajetória, fortalecendo relações, apoiando o crescimento mútuo e celebrando conquistas que iluminam o futuro do mercado elétrico.

FABIO FERRARA, GERENTE DE MARKETING DA COBRECOM

É com imenso orgulho que participamos, mais uma vez, como indústria patrocinadora do 20º Prêmio Excelência Atacadista Distribuidor. O evento, um dos mais importantes do setor no Brasil, é promovido pelo Grupo Revista Construção, responsável pela edição da Revista Revenda.

Assim como nas edições anteriores, o evento homenageou os maiores atacadistas e distribuidores de ferragens, ferramentas e materiais de construção do país. Além disso, a Revista Revenda promoveu uma dinâmica de negócios, excelente oportunidade para que indústrias patrocinadoras e distribuidores se conectassem, fortalecessem parcerias comerciais e apresentassem novos produtos ao mercado.

Celebramos, com satisfação, os atacadistas distribuidores premiados, reconhecidos por meio de uma pesquisa realizada com lojistas e varejistas em todas as regiões do Brasil. O trabalho de cada um é essencial para levar nossos produtos aos mais diversos cantos deste extenso mercado. Como parceiros estratégicos entre a indústria e o varejo, vocês impulsionam a economia, geram milhões de empregos e contribuem, significativamente, para o desenvolvimento do país.

É uma honra para a Ferramentas São Romão estar, mais uma vez, ao lado dos melhores do Brasil..

GERALDO FERREIRA GOMES, DIRETOR DA FERRAMENTAS SÃO ROMÃO



A Viapol celebra, com orgulho, todos os vencedores do 20º Prêmio Excelência Atacadista Distribuidor. Esta conquista simboliza a força de um setor que não para de evoluir e o empenho de profissionais que, com dedicação e visão, ajudam a levar inovação e qualidade a cada canto do Brasil.

Sabemos que por trás de cada entrega existe muito mais do que logística — há pessoas comprometidas em garantir que nossos produtos cheguem onde são necessários, tornando realidade os projetos e sonhos de milhares de brasileiros. Essa parceria é o que nos motiva a seguir inovando, aprimorando processos e fortalecendo relações de confiança que fazem toda a diferença no dia a dia.

Nosso compromisso é continuar ao lado dos distribuidores, clientes e parceiros, ouvindo, aprendendo e construindo juntos soluções que impulsionam o mercado e geram valor em cada etapa da cadeia. São mais de 130 mil lojistas atendidos em todo o país, conectados por um mesmo propósito: transformar a construção em um setor cada vez mais eficiente, sustentável e colaborativo.

Aos premiados, nosso reconhecimento e gratidão. O sucesso de vocês inspira o nosso trabalho e reforça a certeza de que, quando caminhamos juntos, os resultados vão sempre além.

CARLA CUNHA, DIRETORA COMERCIAL E MARKETING VIAPOL



“A ADERE marcou presença no Prêmio Excelência Atacadista Distribuidor 2025, um dos mais importantes encontros do setor, que reconhece o trabalho e a dedicação das empresas que impulsionam o canal indireto e fortalecem o pequeno varejo da construção em todo o Brasil.

Participar deste evento foi motivo de orgulho para a ADERE, que há mais de cinco décadas atua lado a lado com seus parceiros distribuidores, promovendo

crescimento sustentável, relacionamento de longo prazo e excelência em execução. O prêmio destaca o papel essencial dos atacadistas e distribuidores que, com comprometimento e eficiência, garantem que os produtos e soluções cheguem com qualidade e regularidade aos mais diversos pontos de venda do país.

A presença da ADERE reforça sua convicção de que o sucesso da indústria depende de uma cadeia sólida, colaborativa e bem estruturada, capaz de atender com agilidade e gerar valor em toda a jornada do cliente.

Parabenizamos todos os ganhadores do Prêmio Excelência Atacadista Distribuidor pelo reconhecimento merecido. Cada conquista representa o esforço coletivo de quem acredita no desenvolvimento regional, na parceria com o varejo e na busca constante pela excelência.”

SILVIO BARONI JUNIOR, DIRETOR COMERCIAL DA ADERE



“A Aliança Metalúrgica S/A, líder nos segmentos de Reguladores de Gás e Ferragens e com uma importante participação no segmento de Fechaduras esteve presente no evento da Revista Revenda/Atacados sendo representadas pelo seu Diretor de Vendas e Marketing, Pedro HS Rocha e seu Gerente Nacional de Vendas do Canal Atacado, Jefferson Fernandes.

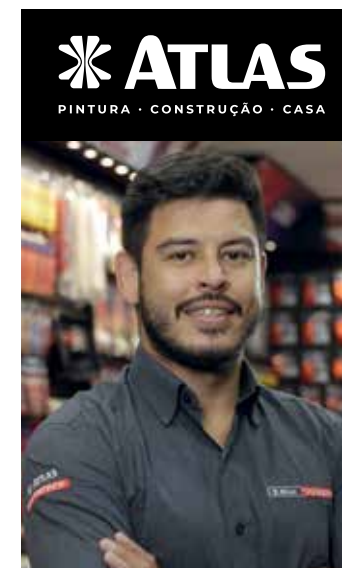
O Canal Atacadista representa 50% das vendas dos produtos Aliança

no mercado nacional, com mais de 1.000 itens e, dentro de seu modelo de negócio, entende que o canal é parte integrante e fundamental pela busca da pulverização de seus produtos junto ao médio e pequeno Varejo da Construção Civil / Matcon por meio deste importante canal de vendas que é o canal Atacadista. A empresa próxima de completar seus 100 anos de existência, vem este ano, lançando novos itens em todos os segmentos em que atua, o que vem também possibilitando, seu forte crescimento acima de 2 dígitos no acumulado de Jan a Ago de 2025 vs ano anterior. Para o ano de 2026, a empresa entrará em novos mercados no Brasil e exterior e espera crescer acima dos 18% mantendo seu crescimento com é observado em 2025, trazendo novos produtos e soluções completas específicas para um dos segmentos que a mesma é a referência no mercado.”

PEDRO HS ROCHA, DIRETOR DE VENDAS E MARKETING DA ALIANÇA METALÚRGICA

Premiar o canal de atacados e distribuidores de matcon, com critérios e avaliações para que os mesmos avancem e melhorem seus serviços e entregas é o grande objetivo que reconheço do PEAD. O nosso País tem desafios logísticos e governamentais que fazem com que o papel desse canal seja fundamental na capilaridade e abastecimento ao varejo dos produtos Atlas. As empresas premiadas no PEAD possuem um nível de comprometimento, serviço e um atendimento ao mercado muito alto que é recompensado em um evento grandioso que a Atlas tem o orgulho de estar presente há anos junto a Revenda, abraçando e prestigiando nossos clientes premiados.

GUILHERME FEHLBERG GOMES, GERENTE DE MARKETING E TRADE MKT DA PINCÉIS ATLAS S/A





“O 20º Prêmio Excelência Atacadistas e Distribuidores reforçou mais uma vez a força do nosso mercado e superou nossas expectativas. Agradeço ao Grupo Revenda por, mais uma vez, promover esse encontro tão relevante entre clientes e distribuidores estratégicos do setor.

Para nós, da Saint-Gobain Soluções para Construção – que reúne marcas líderes como Quartzolit, Brasilit e TekBond –, o evento voltou a evidenciar a relevância da nossa proposta de portfólio completo e integrado. Foi extremamente positivo ver nossas marcas em destaque e, principalmente, gerar novas conexões e oportunidades de negócio.

Deixo também meu sincero agradecimento aos clientes atacadistas e distribuidores que estiveram presentes e com quem tivemos a alegria de reencontrar e fortalecer parcerias neste importante evento e premiação.”

JULIAN HUNECKE, GERENTE COMERCIAL SAINT-GOBAIN SOLUÇÕES PARA CONSTRUÇÃO



A Cibra Selantes parabeniza todos os vencedores do 20º Prêmio Excelência Atacadista Distribuidor, uma justa e relevante homenagem aos protagonistas da cadeia de distribuição de materiais para construção civil em todo o Brasil.

Este reconhecimento celebra o empenho diário de empresas e profissionais que, com visão de futuro, competência técnica e compromisso com a excelência, tornam possível que produtos de alto desempenho — como os desenvolvidos pela Cibra Selantes — estejam presentes em obras de norte a sul do país. Seja em pequenos municípios ou grandes centros urbanos, sua atuação é essencial para viabilizar projetos, impulsionar o

progresso e transformar o cenário da construção civil brasileira.

Desde sua fundação, em 2016, a Cibra Selantes tem trilhado uma trajetória de crescimento contínuo e sólido no mercado nacional, consolidando-se como uma das referências no segmento de selantes e soluções técnicas para vedação. Esse avanço é resultado de um trabalho pautado pela inovação, qualidade e proximidade com atacadistas e distribuidores em todas as regiões do país.

Fazemos parte do Grupo Pires do Rio, uma organização com mais de 80 anos de história, reconhecida por sua solidez, ética e contribuição para o desenvolvimento industrial do Brasil. Essa base sólida nos impulsiona a continuar evoluindo, sempre com o compromisso de oferecer excelência em cada produto, em cada parceria e em cada entrega.

A todos os premiados, nossa sincera homenagem e gratidão. Vocês são parte essencial dessa jornada de crescimento e transformação do setor. Contem sempre com a Cibra Selantes para construir, juntos, um futuro ainda mais forte para o mercado da construção civil.

ALEXANDRE DORETTO, GESTOR OPERAÇÃO SELANTES



Estamos honrados em participar do 20º Prêmio Excelência Atacadistas e Distribuidores / Revista Revenda.

Parabéns a todos nossos parceiros pela conquista! É uma honra ver o trabalho reconhecido e o talento celebrado. A dedicação e esforço foram recompensados, e esta vitória é um testemunho do seu potencial. Que esta conquista resulte em vitórias em sua jornada!

É incrível ver uma organização profissional reconhecendo o conhecimento e habilidade. Parabéns Revenda, multiplicando todos os anos e superando expectativas nesta premiação. 20º Prêmio Excelência Atacadistas e Distribuidores / Revista Revenda.

CLÁUDIO HABIR, DIRETOR DA FAME

Participar do 20º Prêmio Atacadista Revendedor da Revista Revenda foi uma grande satisfação para o Grupo Vellore. Mais do que um evento de premiação, é uma celebração de toda a cadeia que movimenta o setor. Com profissionais e empresas que garantem que produtos e soluções cheguem com qualidade a cada região do país.

Para nós, que atuamos com as marcas Foxlux e Famastil, é uma honra acompanhar de perto o sucesso dos parceiros que levam nossos produtos a todas as regiões do Brasil. Cada reconhecimento traduz dedicação, profissionalismo e a energia que move o mercado de materiais elétricos, iluminação, ferramentas e construção.

O prêmio reforça uma convicção que compartilhamos: o verdadeiro crescimento acontece quando há parceria. São relações de confiança, construídas com propósito e colaboração, que fortalecem

o canal e impulsionam o setor.

Parabenizamos todos os Atacadistas e Distribuidores reconhecidos nesta edição pelo trabalho exemplar. Que sigamos juntos, levando qualidade, inovação e confiança ao varejo e a milhões de consumidores em todo o país.

ANA PAULA LAUBER, DIRETORA DE MARKETING GRUPO VELLORE



de qualidade, inovação e confiança, que contribuem para o desenvolvimento da construção civil brasileira.

Parabenizamos a Revista Revenda pela realização impecável do evento e por promover o reconhecimento das empresas que fazem a diferença em seus segmentos.

EQUIPE GALO DESEMPENADEIRAS

É com grande satisfação que a ILUMI parabeniza todos os atacadistas e distribuidores eleitos e reconhecidos por sua dedicação, comprometimento e resultados. Cada conquista reflete o esforço coletivo que movimenta o nosso setor — formado por grandes empresas genuinamente brasileiras, sólidas e inovadoras, que crescem com propósito e respeito ao mercado.

Na ILUMI, acreditamos que o verdadeiro valor está nas pessoas e nas parcerias. São elas que transformam nossos projetos em resultados concretos e nossas ideias em soluções que inspiram o dia a dia de milhões de brasileiros. Por isso, celebramos não apenas o desempenho, mas também a paixão e o espírito colaborativo que fortalecem nossa trajetória e impulsionam o futuro.

Parabenizamos todos os atacadistas e distribuidores que fazem do nosso mercado um ambiente promissor — a demonstração viva de um Brasil que inspira, constrói e segue iluminando o caminho do crescimento.

RICARDO GOMES DOS SANTOS

GERENTE DE MARKETING | ILUMI MATERIAIS ELÉTRICOS





Participar do Prêmio dos Atacadistas e Distribuidores, promovido pela Revista Revenda, e da Rodada de Negócios, é sempre uma experiência extremamente significativa para a Megatron enquanto indústria e parceira do setor. Momentos como esse reforçam o quanto o relacionamento com distribuidores e atacadistas é essencial para o fortalecimento de toda a cadeia, e o quanto a troca direta com os clientes nos ajuda a evoluir continuamente.

Como indústria, temos o compromisso de oferecer soluções de qualidade e eficiência para nossos clientes, e eventos como esse nos aproximam ainda mais das necessidades reais do ponto de venda. É no contato direto com os parceiros que conseguimos entender de forma mais profunda as deman-

das do mercado, as dores do dia a dia e as oportunidades que surgem quando unimos forças.

A Megatron acredita que o crescimento só é possível quando há colaboração, diálogo e visão de futuro. Por isso, participar de um evento que valoriza o desempenho e o protagonismo dos atacadistas e distribuidores foi, além de uma honra, uma oportunidade de reafirmar nosso propósito de ser uma marca que caminha lado a lado com quem faz o setor acontecer.

Voltamos dessa experiência com novas ideias, conexões valiosas e a certeza de que seguir investindo em parcerias sólidas é o caminho para continuar crescendo juntos, com o mesmo objetivo: entregar excelência e impulsionar o mercado.

CLAUDIA POSSATO,
GERENTE COMERCIAL DA MEGATRON



É uma grande satisfação e um verdadeiro prestígio para a Norton marcar presença na 20ª edição do Prêmio Excelência Atacadista Distribuidor.

Este evento consolidado e de alto nível é fundamental para apresentarmos novas soluções, debatermos as tendências do mercado e analisarmos o futuro do cenário de distribuição. Acima de tudo, é a oportunidade perfeita para reafirmarmos nosso compromisso com todos

os parceiros fornecedores homenageados. Valorizamos imensamente a troca de experiências e as ricas discussões sobre as práticas sólidas de governança e administração que conduzem o mercado a resultados concretos.

Na Norton, prezamos pelo relacionamento e temos o foco nas pessoas. Nossa equipe trabalha incansavelmente para oferecer os melhores produtos e consolidar a confiança mútua com nossos parceiros atacadistas. Ficamos extremamente satisfeitos e já na expectativa pelo próximo encontro!

FERNANDO FRAGA - DIRETOR DE VENDAS BRASIL & EXPORTAÇÃO (BOLÍVIA, PARAGUAI E URUGUAI)



Participar do Prêmio Excelência dos Atacadistas e Distribuidores foi uma experiência marcante para a Orbi Química. Estar ao lado dos grandes nomes do setor da construção civil, como indústria nacional que acredita no potencial e na força dos nossos distribuidores, é motivo de orgulho e reafirma nosso compromisso com a excelência.

Esse encontro foi mais do que uma celebração: foi uma oportunidade estratégica de estreitar laços, ouvir o mercado e reforçar nosso posicionamento como parceira de confiança — entregando produtos de alta performance e suporte técnico comercial de verdade.

Agradecemos à Revista Revenda pela iniciativa e por fomentar um ambiente de negócios tão qualificado. Que venham os próximos encontros e novas conquistas."

JULIANO MODOLO
GERENTE NACIONAL MATCON
ORBI QUÍMICA



O Grupo Plastilit celebra com entusiasmo todos os premiados do 20º Prêmio Excelência Atacadista Distribuidor. Este reconhecimento valoriza o esforço e a dedicação de profissionais e empresas que, com competência e parceria, contribuem para levar o crescimento do segmento de materiais de construção a todas as regiões do Brasil.

Mais do que fabricar produtos, acreditamos em construir histórias junto de quem transforma sonhos em realidade. Cada obra nasce da inspiração de quem a planeja e do trabalho técnico de quem a executa, e é nesse espírito colaborativo que fortalecemos nossa missão. Trabalhamos lado a lado com nossos distribuidores parceiros para entender seus desafios, compartilhar conhecimento e oferecer soluções que impulsionem resultados e gerem valor para todos.

AUGUSTO CUMIM, DIRETOR COMERCIAL PLASTILIT



A Thompson teve a honra de participar do 20º Prêmio Excelência Atacadista & Distribuidor, realizado pela Revista Revenda. Ao lado de algumas das maiores referências do canal, tivemos a oportunidade de fortalecer laços, ouvir os parceiros e compartilhar perspectivas sobre o futuro da cadeia de distribuição.

É preciso reconhecer o trabalho do atacado, que garante o abastecimento dos nossos produtos e a distribuição em escala por todos os cantos do país, de Norte a Sul. O atacado exerce um papel estratégico no mercado da construção, conectando a indústria ao pequeno varejo e tornando possível abastecer o Brasil inteiro com eficiência e alcance.

Mais do que uma premiação, o evento foi um ponto de encontro entre indústria, distribuidores e atacadistas para discutir o futuro desse canal tão importante para o país. Acreditamos que a evolução do setor depende da colaboração e da proximidade entre todos os elos dessa rede.

A Thompson chegou ao patamar que ocupa hoje graças ao trabalho próximo e ao relacionamento sólido com o atacado, que leva nossos produtos a cada canto do Brasil. Há quase 30 anos, seguimos lado a lado com esses parceiros, construindo juntos o futuro do atacado e da distribuição nacional.

RENTO BIAZÉ – DIRETOR COMERCIAL THOMPSON

LANÇAMENTO ACQUABIOS

Instalação
discreta que
faz a diferença
na saúde.



FILTRO TROCA FÁCIL DE BANCADA



Instalação
prática e sem
reformas



Classe A de
retenção de
partículas



Com válvula
automática de
bloqueio de água



Bacteriológico

Saiba mais aqui:



ACQUABIOS

Acquabios
filtrosacquabios.com.br

Siaga Trading



Estar presente no evento de premiação do Grupo Revenda foi uma experiência enriquecedora. Reunir os maiores atacadistas do Brasil em um ambiente de troca, aprendizado e celebração é o reflexo de um setor forte e unido — e poder fazer parte disso, como parceiros, nos enche de orgulho.

Tivemos o prazer de apresentar um pouco mais sobre o nosso trabalho, reforçando parcerias e construindo novas conexões.

Agradecemos ao Grupo Revenda pela iniciativa e aos clientes e parceiros que compartilharam conosco esses momentos de diálogo e inspiração. Seguimos firmes no propósito de crescer juntos, valorizando cada parceria e cada história construída lado a lado.

SILVIO PALLIOTO, CEO/ FOUNDER SIAGA TRADING

TEK BOND SAINT-GOBAIN



O 20º PEAD foi uma experiência marcante para todos nós! O evento, organizado pela Revista Revenda, mais uma vez demonstrou sua importância ao reunir grandes nomes do mercado de construção em um ambiente voltado para conexões e novas oportunidades. As conversas e negociações foram extremamente proveitosas,

permitindo estreitar laços com parceiros de longa data e abrir portas para novos negócios. A Tekbond teve uma participação muito positiva, com destaque para a presença da marca e o reconhecimento dos nossos produtos por parte dos clientes. Agradecemos a todos os distribuidores e revendedores que estiveram conosco, reforçando essa parceria que é essencial para o nosso crescimento conjunto.

DEYVERSON SILVA, GERENTE CONTAS CHAVE DA SAINT-GOBAIN SOLUÇÕES PARA CONSTRUÇÃO

ACQUABIOS



Participar do Prêmio Excelência Atacadista e Distribuidor, especialmente da Rodada de Negócios, foi uma oportunidade estratégica para fortalecer nossa presença no mercado. Estar lado a lado com os principais atacadistas e distribuidores do Brasil nos permitiu apresentar a marca de forma ativa, reforçar nossos diferenciais e ampliar conexões comerciais valiosas. Esse tipo de evento aproxima a indústria dos canais de venda de

maneira direta e dinâmica, favorecendo diálogos estratégicos, construção de parcerias e abertura de novas oportunidades de negócios. Além de ativar a marca, reforçamos relacionamentos importantes e geramos conexões que contribuem para o crescimento sustentável e a expansão da nossa atuação em todo o país.

DAIANE PANAZZOLO - DIRETORA ACQUABIOS

BRASFORT



Participar do 20º Prêmio Excelência Atacadista Distribuidor foi uma experiência extremamente enriquecedora para a Brasfort. O evento proporcionou momentos valiosos de relacionamento com os principais nomes do setor, fortalecendo nossa conexão com parceiros estratégicos e ampliando a visibilidade da marca. A organização do Grupo Revenda foi impecável — cada detalhe refletiu profissionalismo e cuidado,

criando um ambiente propício para trocar ideias, gerar negócios e reconhecer o trabalho de quem impulsiona o mercado. Voltamos com a certeza de que seguimos no caminho certo para fortalecer o crescimento e a eficiência da cadeia de distribuição no Brasil.

RICARDO IDERIHA, GERENTE COMERCIAL DA BRASFORT

CORTAG REVOLUTION TOOLS



Para crescer como marca é importante entregar soluções inovadoras, com tecnologia de ponta e que atendam as demandas do mercado. Mas, tudo precisa estar ao alcance das pessoas. Por isso, consideramos o setor atacadista distribuidor um dos pilares do negócio. Ele permite que nossas soluções cheguem a uma extensa rede de parceiros com rapidez, segurança e capacidade de se adaptar aos mais diversos perfis de

revendedores. Trabalhamos com dedicação para intensificar nosso relacionamento com o setor em todas as regiões do Brasil e garantir proximidade e confiança com os atacadistas e com milhões de consumidores. Parabenizamos os ganhadores dessa importantíssima premiação e agradecemos a todos que contribuem de maneira decisiva para o fortalecimento da indústria da construção.

LEANDRO PIZETTA, CEO CORTAG

Disflex



Este foi o primeiro evento em que a Disflex Abrasivos e ferramentas participou. O evento me surpreendeu com participação de grandes nomes do matcon brasileiro. Além da estrutura a qual nos foi oferecida e oportunidade de transitar por essas grandes empresas,

tivemos a chance de negociar frente a frente com líderes do mercado, trocar conhecimentos com empresas de outras linhas e expandir nossos conhecimentos ao que se refere ao nosso segmento com palestras ministradas por profissionais de ponta!

Foi muito além do que a Disflex esperava!

JOÃO CARLOS DONATO JÚNIOR, CEO E DIRETOR COMERCIAL DISFLEX

Casa do LOJISTA ATACADISTA

SEU ESTOQUE É AQUI!

**MAIS DE 30 MIL
PRODUTOS PARA
SUA LOJA!**

**HÁ MAIS DE 30 ANOS OFERECENDO EXCELÊNCIA
EM ATENDIMENTO E SATISFAÇÃO AOS CLIENTES**

**SÃO MAIS
DE 12 MIL
METROS
DE LOJA**

UNIDADE BARUERI: 11 4800-1600

NOVO ESTACIONAMENTO COBERTO

Cadastre seu CNPJ pelo site ou em uma de nossas lojas e aproveite os melhores preços do mercado!

Nossas unidades:

Marginal Tietê: Tel.: 11 2090-0800 | 11 4800-1234

Pari: 11 2348-1150

Campinas: Tel.: 19 3765-9600 | 19 3112-1900

São José dos Campos: Tel.: 12 3932-8800

**Atendimento:
Segunda à sexta-feira,
das 8h às 18h.**

**ESCANEE O QR CODE
E ACOMPANHE TODAS
AS NOVIDADES**



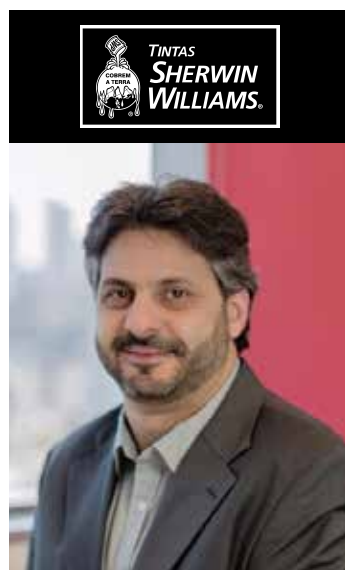
**Acesse nosso site e confira mais detalhes:
www.casadolojista.com.br**



Em nome da Hydronorth, dos nossos colaboradores e de todos os clientes, deixo aqui nossa profunda gratidão aos distribuidores e atacadistas reconhecidos neste prêmio. Sem o trabalho incansável de vocês, não seria possível chegar a cada loja, a cada obra e a cada profissional que confia na nossa marca.

São vocês que fazem a ponte entre a indústria e o Brasil real, aquele que constrói, pinta, protege e transforma. Juntos, levamos cor, inovação e proteção a mais de 5 mil municípios. Que essa parceria continue crescendo, inspirando e colorindo o país de oportunidades.

NATHAN BAMPI, DIRETOR COMERCIAL DA HYDRONORTH



A Sherwin-Williams reconhece a relevância do Prêmio Excelência Atacadista Distribuidor (PEAD) por valorizar o papel essencial desse setor na cadeia de materiais de construção. Participar deste evento é motivo de grande satisfação, pois reflete o compromisso mútuo com a qualidade, a inovação e o fortalecimento das parcerias que impulsionam o setor. Ser reconhecida entre os destaques do mercado reafirma a confiança da Sherwin-Williams em sua missão de colorir o mundo com excelência e contribuir para o desenvolvimento sustentável da construção no Brasil.

PHILIPPE EL HADDAD, GERENTE NACIONAL DE VENDAS - CANAL DISTRIBUIÇÃO E ATACADO

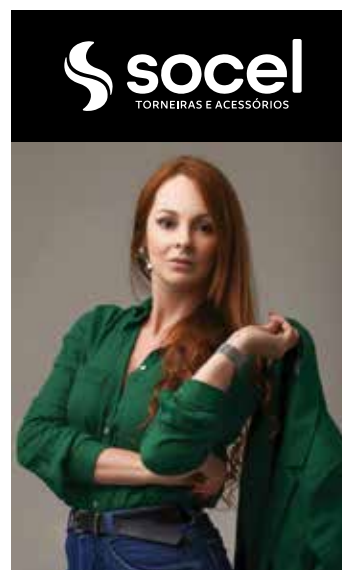


É uma alegria parabenizar todos os premiados no Prêmio Excelência Atacadistas e Distribuidores!

Essa celebração reconhece o esforço, a dedicação e a contribuição de empresas que impulsionam o desenvolvimento do setor no Brasil.

Para a SIL, é um orgulho estar ao lado de parceiros que compartilham nossos valores de excelência, inovação e confiança. Seguimos firmes no propósito de oferecer soluções de alta qualidade e fortalecer, cada vez mais, as relações que movem o mercado.

PEDRO MORELLI, GERENTE COMERCIAL E MARKETING DA SIL FIOS E CABOS ELÉTRICOS



Celebrar a excelência do atacado distribuidor é reconhecer quem constrói, todos os dias, a força do nosso setor. A SOCEL tem orgulho de apoiar essa iniciativa e parabeniza os eleitos por sua trajetória de trabalho, inovação e compromisso com o cliente. Acreditamos no poder das parcerias, na ética e na audácia para transformar desafios em oportunidades. Seguimos lado a lado com cada distribuidor, levando soluções acessíveis e exclusivas para todo o Brasil. Juntos, fortalecemos nosso mercado.

SARAH C. BENNERT, DIRETORA DA SOCEL



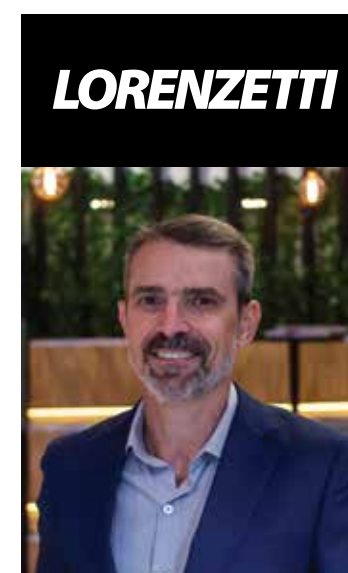
Estar presentes neste evento é motivo de orgulho para a AkzoNobel. Mais do que celebrar conquistas, é o momento de reconhecer publicamente os distribuidores que foram premiados e que, com excelência e compromisso, contribuem para o fortalecimento das nossas marcas em todo o Brasil. Não celebramos apenas resultados individuais – enalteçemos a força de todo o canal indireto. Em um país de dimensão continental, é esse canal que garante capilaridade, agilidade e proximidade com o mercado, levando produtos, serviço e inovação aos mais diversos perfis de lojistas e consumidores.

O canal indireto é, cada vez mais, um eixo estratégico para o crescimento sustentável da categoria de Tintas e Materiais de Construção. Ele conecta indústria e varejo, traduz necessidades regionais em soluções comerciais e eleva o nível de serviço e profissionalismo do setor. Graças à atuação desse ecossistema, conseguimos ampliar cobertura geográfica, acelerar o crescimento em faturamento e entregar experiências mais completas e qualificadas aos lojistas e consumidores.

Seguiremos juntos, fortalecendo relações, ampliando oportunidades e construindo um setor mais competitivo, inovador e preparado para o futuro.

ALEX ROCHA, GERENTE NACIONAL HOME CENTER E CANAL INDIRETO – AKZONOBEL

A Lorenzetti parabeniza a todos os clientes reconhecidos pelo Prêmio Excelência Atacadistas e Distribuidores. A premiação reflete o compromisso e a dedicação de cada parceiro que leva os nossos produtos a todo o Brasil. Temos orgulho em compartilhar esse êxito com quem faz parte da nossa trajetória e contribui para o



fortalecimento do varejo da construção. Sabemos que a conquista reafirma a importância da proximidade entre a indústria e a distribuição na oferta de soluções que unam tecnologia, desempenho e confiança. Seguimos juntos, investindo em inovação e qualidade para impulsionar o crescimento do setor e oferecer sempre o melhor aos consumidores.

PAULO GALINA, GERENTE DE MARKETING DA LORENZETTI



“Com 53 anos de trajetória, a Marluvas reconhece a importância dos Atacadistas e Distribuidores que fortalecem nossa marca e contribuem para levar qualidade e segurança a todo o país. É uma honra participar deste momento e parabenizar os eleitos, que representam a força e a dedicação do setor. Contem sempre com a parceria e o compromisso da Marluvas.”

DANILO OLIVEIRA, CMO DIRETOR COMERCIAL E DE MARKETING



Variedade de cores e texturas, para todos os gostos e projetos!

Entre em contato agora mesmo e faça o seu Orçamento!

(47) 3330-6130

(47) 3380-8712



RENOVAR SEMPRE

As cores exercem influência direta sobre nossas emoções, comportamentos e até sobre a saúde. Na arquitetura, essa percepção ganhou força com os estudos da neurociência, que apontam a importância dos estímulos visuais na construção de ambientes mais equilibrados, funcionais e humanizados.

Dentro dessa perspectiva, o uso das cores supera a questão da estética e assume papel estratégico no desenvolvimento de projetos voltados ao bem-estar. Desde o planejamento, a arquitetura cromática pode reforçar sensações como calma, concentração ou vitalidade, a depender da função do espaço e da experiência que se deseja proporcionar.

“A cor é uma linguagem silenciosa, mas poderosa, ela transforma ambientes, evoca sentimentos e influencia como as pessoas se relacionam com o lugar. Quando bem aplicada, pode ser tão terapêutica quanto acolhedora”, explica a arquiteta Rose Chaves, diretora da Prime Revest e referência em revestimentos de alto padrão no ABC Paulista.

Em ambientes de descanso, por exemplo, tons suaves favorecem a sensação de tranquilidade. Já em áreas de trabalho ou convívio, cores mais intensas estimulam a

concentração e a interação. A composição com iluminação, texturas e materiais potencializa esses efeitos, criando espaços que promovem saúde e qualidade de vida.

Estudos recentes comprovam que estímulos cromáticos ativam circuitos neurológicos responsáveis por regular humor, disposição e até processos de cura. “Cada decisão de projeto precisa considerar que estamos lidando com pessoas. Existem pessoas que são sensíveis à luz, à cor, ao espaço. Arquitetura é, antes de tudo, cuidado”, completa Rose.

Os fabricantes de tintas imobiliárias têm cores para todos os gostos e bolsos, além de embelezar, o que é fundamental.

As grandes marcas costumam eleger a “Cor do Ano” como símbolo da tendência para os consumidores finais que pretendem dar uma repaginada em suas casas. Para isso, pesquisas e consultorias com designer e influenciadores são realizadas constantemente. Os fabricantes com menor participação no mercado premium não ficam para trás e, mesmo não tendo uma cor específica para destacar como cor do ano, desenvolvem produtos cada vez mais tecnológicos e com bom desempenho.

Vamos conhecer alguns desses produtos:

CORAL

Em sua 22ª edição, o ColourFutures™, estudo global de tendências de comportamento e cores da AkzoNobel, fabricante da Tintas Coral, traz como A Cor do Ano 2026 o Azul Puro, um tom vibrante e versátil que simboliza equilíbrio, fluidez e clareza em tempos de excesso de estímulos. Inspirado pelo desejo coletivo de desacelerar e reencontrar o ritmo particular de cada um, o estudo deste ano convida as pessoas a transformarem seus espaços com mais leveza e autenticidade.

“Com tudo o que está acontecendo no mundo, vemos que as pessoas estão reagindo de diferentes maneiras”, explica Heleen van Gent, Diretora Criativa do Centro de Estética Global da AkzoNobel. “Algumas estão desacelerando e recarregando as energias. Outras estão optando por ousar, se divertir e viver com leveza, buscando sintonia com os outros e celebrando os vínculos”. Ela acrescenta que as três paletas de cores escolhidas para esta edição ajudam a criar ambientes que atendem às necessidades decorativas de cada pessoa. “Para refletir esses diferentes estados de espírito – e porque entendemos que cor é emoção e, por isso, algo pessoal –, trazemos três paletas de cores (que serão apresentadas ao longo do texto)”.

Ao longo dos mais de 20 anos de estudo, o ColourFutures™ capturou transformações profundas no comportamento das pessoas e na forma como elas se relacionam com seus espaços. “Vimos os tons solares ganharem força em momentos de busca por otimismo – entre 2007 e 2013 –, os neutros prevalecerem em tempos de introspecção, tendência que ganhou força nos últimos 10 anos, e, agora, o azul emerge como resposta ao desejo coletivo por equilíbrio e reconexão. Ele toma a dianteira como o ‘antídoto’ para o mundo frenético, trazendo estabilidade e frescor às composições contemporâneas. Cada edição é um retrato emocional do nosso tempo”, conta Heleen van Gent.

A cor do mar e do céu, das borboletas e do mirtilo. O tom do topázio e da safira, da flor Escovinha e da Íris. O pigmento de um prato chinês, a famosa azulejaria portuguesa e tantas outras peças icônicas, inclusive brasileiras. São múltiplas as tonalidades e histórias do azul. Agora, Azul Puro é A Cor do Ano de 2026, combinada a paletas complementares que se conectam à forma como as pessoas querem viver e sentir os ambientes.

“Este ano, o ritmo literalmente está no centro da conversa. Acreditamos que a cor deve acompanhar o tempo de cada um – mais lento, mais vibrante ou mais



leve. Nossas paletas trazem essa flexibilidade emocional para os ambientes, ajudando a criar espaços onde é possível respirar, imaginar e se reconectar”, afirma Priscila Perez, Gerente de Cores e Relacionamento Brasil de Tintas Decorativas da AkzoNobel. “A música foi uma metáfora poderosa que usamos para essa edição do estudo. Assim como uma melodia, a casa também pode refletir diferentes ritmos. Essa nova coleção nos mostra como a cor tem o poder de modular a energia dos espaços e provocar sensações únicas”, complementa Juliana Zaponi, Gerente de Colour Marketing da AkzoNobel Tintas Decorativas para a América Latina.

O estudo é liderado pelo Centro de Estética Global da AkzoNobel, com sede em Amsterdã, na Holanda, e reúne especialistas de diferentes continentes. O Brasil esteve novamente representado pelas designers Adriana Pedrosa e Carlota Gasparian, do Atelier Adriana e Carlota, que contribuíram com insights para a construção do tema e das paletas.

Três paletas, três ritmos

Para refletir diferentes estados de espírito – e porque a AkzoNobel acredita que cor é emoção –, as paletas exclusivas se organizam em torno de três ritmos distintos, que oferecem possibilidades infinitas para mudar o compasso do espaço de cada um. ColourFutures™ 2026 apresenta três paletas, criadas para espelhar os sentimentos identificados nas análises globais de comportamento:

ACORDES SILENCIOSOS

O sentimento é: pausar para pensar. Um ritmo reflexivo para ambientes restauradores, calmos e enraizados.



Inspirada em paisagens inverniais, esta paleta combina tons neutros, marrons terrosos e azuis profundos que favorecem o silêncio e a introspecção. Combina com o uso de materiais naturais e texturas suaves, criando um refúgio onde é possível recarregar as energias.



BOSSA NOVA DA ALMA

O sentimento é: entrar no ritmo das coisas. Um ritmo suave para espaços que equilibram o natural e o emocional. Com tons de argila, terracota, bege e rosa empalidecido, esta paleta transmite conforto e aconchego, evocando técnicas artesanais e o saber feito à mão. Os azuis agem como contraponto, equilibrando os tons quentes. É ideal para cozinhas e ambientes de convívio.

FOLIA TROPICAL

O sentimento é: deixar a diversão rolar. Um ritmo vibrante e expressivo, com cores que celebram a liberdade e a alegria. Multicolorida e viva, essa paleta brinca com contrastes ousados e blocos de cor. O Azul Puro assume protagonismo ao lado do amarelo cítrico, verde, rosa e lilás, criando composições energizantes e con-



temporâneas. Perfeita para espaços criativos, quartos infantis e ambientes de experimentação.

Nova linha Decora

A Coral relançou a linha Decora, que chega ao mercado com novo posicionamento, acabamento perfeito e identidade visual renovada. Sua nova imagem é ainda mais premium, oferecendo maior destaque e visibilidade no ponto de venda. As novas embalagens foram testadas com consumidores, que confirmaram sua percepção de qualidade superior e visual mais premium e sofisticado, com maior destaque para a marca Decora.

Graças à exclusiva Tecnologia Ceramic, a tinta proporciona um filme mais liso e uniforme, originado da combinação de matérias-primas selecionadas e aditivos especiais. Além da mudança das embalagens, o posicionamento da linha também foi atualizado para reforçar seus diferenciais e convidar os consumidores que buscam uma tinta premium de alta qualidade a viver uma experiência de alta decoração, transformando seus ambientes em espaços únicos e personalizados com Coral Decora.

A linha está Disponível em três acabamentos: Matte, o exclusivo acabamento extra fosco, que possui o menor nível de brilho do nosso portfólio de tintas Premium e disfarça as imperfeições da parede, um benefício adicional importante a consumidores e pintores; Seda, o acabamento acetinado com toque suave e fácil de limpar; e Diamante, acabamento semibrilho, de alta resistência. A linha também conta com os efeitos especiais Cimento Queimado, Mármore e Velvet/Nuage, que tiveram suas paletas de cores ampliadas.

EUCATEX

A Tintas Eucatex, pela primeira vez, indica uma dupla de cores para representar o ano de 2026: Porcelana (2709E) & Terra Rica (2896E). Juntas, elas simbolizam o equilíbrio necessário entre a força da ancestralidade e a



Tecnologia Italiana
Tradição em Qualidade

Veramente
premium.

PARA PINTORES PREMIUM, EUROCEL!

A arte da pintura exige precisão, a cada linha, a cada detalhe. A perfeição é o resultado do talento e das ferramentas certas.

Nos orgulhamos de ser a escolha de quem não abre mão da excelência em cada detalhe.

Saiba mais



FELIZ DIA DO PINTOR!



Tel.: +55 (19) 3492-9710
E-mail: vendas@sicad.com.br

Sicad do Brasil Fitas Auto-Adesivas Ltda
Fabricante da marca Eurocel®



flexibilidade da inovação.

A seleção foi realizada por meio do estudo multidisciplinar coordenado pela empresa de pesquisa Tendere. Ela propõe uma reflexão sobre o tempo presente, quando a busca por raízes e a necessidade de adaptação caminham lado a lado. De um lado, um tom terroso que evoca pertencimento; do outro, um neutro luminoso que inspira clareza para o porvir, formando uma composição que traduz visualmente a transição para um futuro mais consciente e equilibrado.

“Nossa escolha não é sobre apenas duas cores, mas sobre a conversa que elas criam. Enquanto a Terra Rica nos reconecta com nossa essência, com a segurança da terra, a Porcelana abre uma tela em branco para as inovações e as novas formas de viver. Estamos em um momento de transição, e nossos lares e espaços de trabalho precisam refletir essa busca por um equilíbrio entre o que fomos e o que aspiramos ser”, declara Dra. Patrícia Sant’Anna, CVO (Chief Visionary Officer) da Tendere.

Alexssandre Nagy, gerente de Trade Marketing e Comunicação da Tintas Eucatex, destaca que a escolha da dupla garante mais versatilidade e opções de combinação. “Levamos as principais tendências regionais e mundiais em forma conceitos e paletas de cores para inspirar e guiar diversas possibilidades de decoração, sempre conectando com nosso propósito de oferecer praticidade e eficiência para o bem-estar das pessoas, inovação e a preservação do meio ambiente”, afirma.

Inspiração

A Terra Rica emerge como uma afirmação de força e pertencimento. Inspirado nos solos férteis e na ancestralidade cultural, esse tom terroso evoca resistência, conexão com a terra e a necessidade de enraizamento. Sua profundidade visual aquece os espaços e carrega a atemporalidade dos materiais naturais, criando uma atmosfera intimista e sofisticada, alinhada a conceitos como a arquitetura biofílica e práticas regenerativas.

Em contraponto, a Porcelana apresenta um tom neutro de luminosidade delicada, que remete à pureza, ao minimalismo e à sofisticação. Assim como o material que lhe dá nome, a cor expressa a dualidade entre delicadeza e resistência, refletindo a necessidade contem-



porânea de equilíbrio. Em tempos de reconfiguração social e ambiental, é uma base flexível, capaz de criar espaços que inspiram tranquilidade e clareza mental.

“A escolha da dupla não é meramente estética, mas conceitual: a junção de solidez e o pertencimento com o olhar para o novo e a maleabilidade diante das transformações. Enquanto o tom quente aquece e traz aconchego, o tom claro amplia e equilibra. É um convite para construir ambientes que sejam, ao mesmo tempo, um porto seguro e uma plataforma para o futuro”, completa Sant’Anna.

Tendências de moradia

O estudo também apontou dez tendências incontornáveis do modo de morar para 2026. O item Casas Inteligentes e Automatizadas foi o primeiro a ser destacado e ainda puxou o terceiro, que é a necessidade de residências conectadas. Construções Sustentáveis e Autossuficientes apareceram na segunda posição.

Os tópicos 4 e 5 abordaram, respectivamente, coliving e habitações compactas. Essas tendências são uma resposta ao adensamento urbano e ao alto custo de vida nas grandes cidades. O futuro da moradia aponta para uma forte tendência de espaços compartilhados e compactos. O primeiro conta com projetos arquitetônicos focados em áreas comuns que incentivam a convivência e o compartilhamento de recursos, já o segundo apresenta soluções flexíveis e acessíveis, otimizando o uso do solo e oferecendo uma alternativa eficiente para a vida urbana.

Também foram citados Bioarquitetura e integração com a natureza; Residências virtuais e experiências imersivas; Mobilidade urbana e transportes integrados; Saúde e bem-estar incorporados nas habitações; e Cibersegurança residencial.

ORGULHO QUE NOS INSPIRA A IR ALEM!

A **Casa Cardão** celebra com gratidão o reconhecimento conquistado no prêmio **Top of Mind Revenda Construção 2025**, ocupando o **11º lugar entre os Atacadistas de Materiais de Construção Mais Parceiros do Brasil**.

Este resultado é fruto da confiança dos nossos clientes, parceiros e colaboradores, que diariamente constroem conosco uma história sólida e de credibilidade no mercado.

Seguimos firmes, levando qualidade, compromisso e inovação a cada revenda.



casa cardão



**20º PRÊMIO EXCELÊNCIA
ATACADISTA DISTRIBUIDOR**

@casa.cardao

www.casacardao.com.br

(32) 9 9114-0530

0800 000 2950

Tendências criativas

Separadas em quatro macrogestos encontrados em todo o hemisfério sul (Pop Tropical, Latino Urbano, Karioka e Sofisticado), as tendências analisam desde o comportamento (do consumidor) até a tendência criativa e aos cenários do presente e do futuro.

No primeiro grupo, a tendência é “Vivência na exuberância tropical”. Essa tendência remete à diversidade de povos originários e da cultura afrodiáspórica e quilombola, e coloca a sustentabilidade como base de um mundo multissensorial e com personalidade estética fusion (tradições nativas e estilos contemporâneos).

“Jornadas imersivas” foi o destaque do Latino Urbano. O desejo de ser minimal e o gosto por mobiliário funcional, comuns em grandes cidades, se unem com a tecnologia para criar experiências imersivas, abrindo-se para novas possibilidades sensíveis.

Já a delicada e frágil conexão entre a humanidade e a natureza inspirou o “Laços Naturais”, da Karioka. Nella, fica evidente o gosto por jardins tropicais planejados, o mundo natural como inspiração para arte e os laços sensíveis que unem os seres vivos ao planeta.

Por fim, a “Casa-Cubo-Galera” é a tendência do grupo Sofisticado, mesclando arte contemporânea e referências multiculturais. O ambiente tenta traduzir a jornada do mundo: contatos, convívios e descobertas culturais, trazendo desafios de estéticas que sempre estiveram no mundo, mas que eram subestimadas e, agora, ganham protagonismo.

LUKSCOLOR

A Lukscolor apresenta a LKS 1392 – Ocala como a Cor do Ano, uma tonalidade que transita entre o vermelho e terroso e que traduz o desejo coletivo por harmonia emocional e ambientes que nutram a alma. Inspirada na argila – material maleável, regenerador e profundamente ligado à natureza – Ocala reflete nossa capacidade de transformação, adaptabilidade e renovação constante.

Ocala é um convite à reconexão e à valorização dos pequenos momentos do dia a dia. É também uma ode à casa ancestral, à casa feita à mão, com carinho, onde memórias são criadas o tempo todo.

Em 2026 a proposta da Lukscolor é olhar para dentro: criar espaços de serenidade, leveza visual e aconchego. Por isso, a Lukscolor elegeu cinco coleções que acompanham Ocala, pensadas para refletir tendências globais



de bem-estar e a busca por equilíbrio no mundo contemporâneo, oferecendo possibilidades de combinações que unem conforto estético e expressão pessoal.

A cor LKS 1392 – Ocala, assim como as demais nuances que compõem as paletas de 2026, pode ser encontrada no sistema Luksystem e preparada em diferentes linhas do portfólio da marca, adequadas para ambientes internos e externos.

LUZTOL

Herlon Pereira, Gerente de Marketing da Lutzol, destaca o lançamento da Tinta Acrílica Fosco Lavável. “A Tinta Acrílica Fosco Lavável é um produto inovador. Indicada para ambientes internos e externos, foi desenvolvida com a exclusiva Tecnologia Cleantech®, que entrega alta resistência e super lavabilidade, permite limpar diversos tipos de sujeira sem deixar marcas e manchas após a limpeza e não desgasta o filme, garantindo sua parede nova por mais tempo. É mais praticidade para ter o ambiente limpo e agilizar as tarefas do dia a dia”, diz.

Por ser fosca, mais do que entregar acabamento superior, de excelente durabilidade, a Tinta Fosco Lavável é a solução ideal para disfarçar pequenas imperfeições da parede, devido ao seu acabamento sem brilho e textura de aspecto matte. É o verdadeiro fosco perfeito!

“A Tinta Acrílica Premium Toque Cetim é um produto de desempenho superior, desenvolvido nos mais altos padrões de classificação premium. Entrega excelência no acabamento acetinado aliado à delicadeza do brilho do cetim, além de nivelamento perfeito, ótima cobertura, resistência e durabilidade superiores e o diferencial de praticidade oferecido por sua maior facilidade de limpeza, o que a torna opção à altura dos públicos mais exigentes, seja para decoração de ambientes internos

como externos”, pontua Pereira.

Outro produto destacado pela Lutzol é a Tinta Emborrachada Telhas & Fachadas. “É um produto fantástico: versátil, pode ser usado tanto em paredes como em telhas, sejam de barro, fibrocimento ou metálicas – e com aplicação direta no zinco, sem necessidade de fundo. É a verdadeira ‘borracha líquida’. Devido a sua resina elástica de altíssima performance, é extremamente flexível e forma uma película elástica de elevada durabilidade e resistência sobre a superfície, que impermeabiliza, evita fissuras, promove hidrorrepelência total e protege contra batida de chuva, além de ter ação antimofa, proporcionar redução de ruído e de temperatura, e entregar toda a beleza e praticidade da tinta emborrachada”, complementa o Gerente de Marketing.

A Tinta Acrílica Standard Rende Mais possui especial e inovadora formulação: concentrada e de alta consistência, permite diluição acima dos produtos convencionais, chegando a até incríveis 80%. O resultado é um rendimento muito superior, de no mínimo 160 m² acabados (para lata de 18 L). Sua reologia particular entrega excelente e altíssima cobertura, além de outros atributos como baixo

respingo, fácil diluição e homogeneização e ótima resistência às intempéries. O produto é perfeito para quem deseja o máximo de economia em uma pintura externa, sendo que, com apenas uma lata, consegue-se mais de 32 litros de tinta pronta para uso após a diluição.

SUVINIL

A Suvinil inaugura um novo capítulo de sua história com o Co(r)existir, que sucede ao Suvinil Revela e traduz a evolução do olhar da marca sobre cor e comportamento. Mais do que uma mudança de nome, o estudo representa a continuidade de uma jornada de pesquisa e escuta sobre o papel das cores na vida das pessoas, reafirmando o compromisso da marca em construir pontes entre emoção, cultura e sociedade.

A marca elege o boteco como fonte de inspiração para a sua cor do ano. Mais do que um espaço físico, ele é território de encontros e afetos, onde o íntimo se mistura ao coletivo e as conversas se transformam em cultura. É ali, entre o barulho dos copos e o vaivém das cores, que a vida cotidiana ganha tom e textura, e a Suvinil reafirma o conceito Co(r)existir, revelando que a

HÁ 35 ANOS SUA
DISTRIBUIDORA DE
Confiança

Com **inovação e eficiência**,
construímos parcerias sólidas e
entregamos qualidade.

GRUPO J.A. CONSTRUTORA

Quem estoque? É pra já.
CONSTRUJÁ
construja.com.br
construja

G8



transformação começa nas pequenas coisas, nas trocas, nos gestos, no que é genuinamente brasileiro.

Mais do que antecipar tendências, a pesquisa investiga comportamentos e revela como as cores traduzem as dinâmicas contemporâneas, o movimento, a emoção e a busca por significado. Surge como resposta a uma era que pede conexões mais genuínas e relações mais humanas. A fusão entre “cor” e “coexistir” sintetiza essa proposta: existir em comunidade, em diálogo com o outro e com o mundo.

Resultado de um processo 100% brasileiro, criado, pensado e produzido no país, o Co(r)existir 2026 expressa um Brasil plural, sensível e em permanente reconstrução. Nesse contexto, a cor se torna elo e expressão, traduzindo sentimentos, despertando encontros e abrindo caminho para novas formas de convivência.

“Em 2026, Co(r)existir se consolida como bússola criativa da Suvinil, guiando uma narrativa que celebra a autenticidade, a pluralidade e a capacidade de transformação que só a cor pode inspirar. É o fio condutor de um novo tempo para a marca, um tempo de encontros, pertencimento e reinvenção constante por meio da cor”, diz Renato Firmiano, diretor de Marketing da Suvinil.

Em 2026, as paletas da Suvinil vão além das tendências: nascem do desejo de transformar sentimentos em experiências visuais autênticas, um convite para sentir, respirar e criar com intensidade. Nesta edição, cada ambiente foi recriado sob o mesmo ângulo, mas o que muda — e muda tudo — são as cores e os objetos, que reinventam atmosferas e despertam sensações únicas a cada composição.

TINTAS IQUINE

A Tintas Iquine anuncia Majari como a Cor do Ano 2026. O tom de azul, inspirado nos afluentes que alimentam o Rio Amazonas, traduz adaptação, superação e a busca pelo essencial. A escolha é fruto de uma pesquisa conduzida pelo Studio inglês Justine Fox, consultoria internacional reconhecida por unir psicologia das cores, análise de comportamento, design, arquitetura, artes e cultura em processos criativos que antecipam tendências globais. Com essa abordagem multidisciplinar, o Studio traduz os desejos e expectativas da sociedade em cores que vão além da estética, promovendo bem-estar e propondo novas formas de viver os espaços.

Em um cenário de transições e sobrecarga de estímulos e informações, Majari se apresenta como um manifesto em favor do refúgio. Mais do que uma cor, é um convite terapêutico a desacelerar e reconectar-se com o instinto criativo. Seu azul profundo inspira calma e equilíbrio, enquanto sua versatilidade permite combinações que vão do acolhimento à ousadia. “Majari tem uma força simbólica que vai além da estética, transformando ambientes em verdadeiros refúgios de calma e inspiração. É uma cor que conversa com vários estilos, equilibrando sofisticação e proximidade na arquitetura e na decoração”, explica Diogo Vianna, arquiteto parceiro da Iquine.

A cor também ganha força quando combinada a diferentes paletas:

- Mindful / Equilíbrio, que aposta em tons suaves e naturais, como off-whites, azul-acinzentado (Parecis) e vermelho-acinzentado (Aruanã), ideais para espaços de introspecção.
- Poetic / Inspiração, com nuances douradas, terrosas e rosadas, como Rio Amazonas e Canudos, que evocam memória afetiva e criatividade.
- Flowing / Ritmo, a mais ousada, que mistura cores vibrantes como Bem-te-vi e Malva para estimular energia e movimento.

Para Leonardo Vasconcelos, Diretor Comercial e de Marketing do Grupo Iquine, a escolha se soma ao posicionamento da marca em relação à valorização das brasilidades e busca gerar equilíbrio. “Nosso objetivo é inspirar pessoas a criar ambientes que transmitam bem-estar e significado. Majari chega para ser um ponto de equilíbrio em projetos contemporâneos, alinhando estética e comportamento”, comenta.

SEU TALENTO CRIA, NOSSA INOVAÇÃO TRANSFORMA.

Há 30 anos, a Cortag desenvolve soluções que impulsionam a produtividade e a qualidade no setor da construção. Além das linhas consagradas em assentamento e corte, a marca também oferece um portfólio completo para pintores gesseiros, com produtos que unem tecnologia, durabilidade e eficiência. Ferramentas que acompanham o profissional em cada etapa da obra — do preparo ao acabamento —, garantindo resultados de excelência.

Se tem obra, tem Cortag!



ESPÁTULA
MULTIUSO



FITAS ADESIVAS



DESEMPENADEIRA
AÇO INOX EFEITO
DECORATIVO

MISTURADOR ELÉTRICO



PROTETOR DE PISO



SAIBA MAIS SOBRE
NOSSOS PRODUTOS
WWW.CORTAG.COM.BR
@CORTAGBRASIL

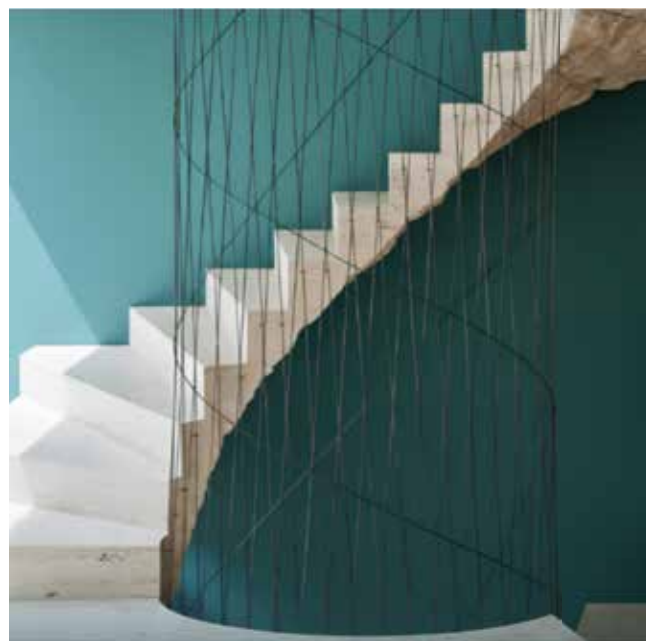
CORTAG 30 ANOS
REVOLUTION TOOLS



Ainda segundo Vasconcelos, essa escolha também reflete um movimento mais amplo da sociedade. “Vivemos um tempo de transição, no qual todos buscamos pausas para respirar e nos reconectar com o que realmente importa. O excesso de estímulos nos leva a valorizar cada vez mais experiências que tragam significado e restaurem nossa energia. Nesse contexto, Majari traduz em cor a nossa capacidade de adaptação, acolhimento e criação de novos caminhos. É um convite a imaginar futuros possíveis”, finaliza.

TINTAS KILLING

“A Tintas Killing já definiu a cor do ano de 2026. Ela é uma verdadeira metáfora do tempo que pulsa para cada novo amanhecer, entardecer, anoitecer e, sobretudo, para se entender. A pesquisa da Killing resultou em



um convite para novas sensações, para compreender o ritmo das cores. A cor do ano 2026 é o Despertar Y166, um tom de verde, que remete ao frescor e ao bem-estar”, destaca Roberta Anacleto, Gerente de Marketing do Grupo Killing.

Também foram definidas cores complementares, que se conectam com a esperança, a serenidade de entender o valor das realizações como pintar a casa ou local do trabalho, uma parede, uma porta e ressignificar conquistas. São elas a Conexão F071, branco, que remete à neutralidade e à paz; a Energia M142, terroso, em uma referência à força da natureza nutrente e pura energia; e a Evolução H052, em um tom de verde que traz a evolução do despertar, da conexão e da energia.

TINTAS RENNER BY PPG

A PPG, por meio da sua marca arquitetônica Tintas Renner, anunciou Safári Secreto (PPG1110-4) como a Cor do Ano de 2026. Safári Secreto é um versátil verde-amarelado, que equilibra um conforto relaxante com uma pitada de energia e vitalidade, tornando-a apropriada para inúmeras aplicações. A cor faz parte do tema global de cores da PPG para 2026, intitulado Paralelos, que inclui três paletas distintas: Autêntico, Visionário e Expressivo.

Safári Secreto foi selecionada pela equipe global de especialistas em cores da PPG, após um trabalho de pesquisa contínua e cooperação entre diferentes regiões e setores. O processo anual de seleção de cores envolve a análise de tendências internacionais em arquitetura, design, comportamento do consumidor e inovação de materiais. O tom resultante é uma influência-chave no design de interiores, mas também se estende a aplicações em bens de consumo, revestimentos industriais, automotivos e diversas outras áreas.

Michelle Schaeffer, Gerente de Marketing da Tintas Renner by PPG, explica que a Cor do Ano de 2026 da PPG transmite resiliência, otimismo e autoexpressão. “Desta vez trouxemos um tom que combina sensação de conforto relaxante com uma dose de energia e vitalidade, o que o torna adequado para diferentes tipos de ambientes e aplicações. Sua estética botânica permite criar conexões com a natureza, adaptando-se tanto a espaços residenciais quanto comerciais e industriais.

Na PPG, a escolha da Cor do Ano é resultado de um processo global de pesquisa conduzido pela nossa

equipe de especialistas em cores, que analisa continuamente tendências internacionais em arquitetura, design, comportamento do consumidor e inovação de materiais. Fazemos a seleção de forma colaborativa entre diferentes regiões e setores, garantindo que a cor escolhida reflita as principais influências culturais e estéticas do momento. A partir de todo esse trabalho, chegamos em um tom que, além de influenciar o design de interiores, se aplica também em bens de consumo, no segmento automotivo e em revestimentos industriais, por exemplo”.

Safári Secreto complementa as três paletas, oferecendo aos consumidores uma base adaptável para a sobreposição de cores e a narrativa



especial. Sua estética botânica o torna especialmente eficaz em ambientes internos que desejam estabelecer uma conexão com a natureza. Em ambientes de hospitalidade, a tonalidade cria uma atmosfera relaxante, enquanto em ambientes residenciais, evoca uma sensação ousada e contemporânea. A capacidade da cor de mudar conforme as variações de luz confere profundidade e interesse visual às paredes, armários e estofados.

Em aplicações de design industrial e design de produtos de consumo, Safári Secreto é uma opção ousada, porém realista, que desperta emoções de tranquilidade, conexão com a natureza, sofisticação e equilíbrio. Sua conexão com a natureza proporciona percepções de durabilidade e frescor, tornando-a uma escolha forte para produtos que enfatizam a tranquilidade e a elegância discreta.

A expertise em cores da PPG vai além da seleção de tendências. Com tecnologia avançada de pigmentação e uma ampla variedade de serviços, a empresa possibilita que os clientes obtenham correspondências cromáticas precisas e resultados consistentes em todas as aplicações. Seja como tinta de parede, acabamento para móveis ou detalhes decorativos, uma ampla gama de produtos da PPG pode ser formulada no Safári Secreto para satisfazer qualquer demanda de design e desempenho.

VOCÊ PINTA O PRESENTE
E COLORE AS MEMÓRIAS
DO FUTURO.

FELIZ MÊS
DO PINTOR!



Ao lado do PSQ – Programa Setorial da Qualidade – Tintas Imobiliárias, cada superfície pintada por você se torna símbolo da sua dedicação e comprometimento.

Saiba mais acessando
tintadequalidade.com.br

Ou aponte a câmera
do seu celular:



Confiança atestada
em todas as camadas.



SHERWIN-WILLIAMS CONCLUI AQUISIÇÃO DA SUVINIL

Depois de receber todas as aprovações regulatórias, incluindo do Conselho Administrativo de Defesa Econômica (CADE), a Sherwin-Williams anunciou a conclusão da aquisição da divisão de tintas decorativas da BASF no Brasil, detentora da marca Suvinil, acordo este que foi anunciado em fevereiro de 2025.

Com a união de duas das marcas mais reconhecidas do mercado brasileiro — Sherwin-Williams e Suvinil — a expectativa é de acelerar a inovação, ampliar o alcance e fortalecer o relacionamento com consumidores, profissionais da pintura, arquitetos e parceiros de varejo em todo o país. A marca Glasu! também passa a integrar o portfólio da Sherwin-Williams no Brasil.

Cerca de 1.000 colaboradores da Suvinil passam a fazer parte da Sherwin-Williams, em um movimento que valoriza talentos, promove oportunidades de carreira e reforça a expertise técnica. A operação será sustentada por unidades produtivas em São Paulo e Pernambuco, além de uma estrutura robusta de suporte técnico e comercial em todo o território nacional.

“Este é um marco que inaugura um novo capítulo promissor para o setor de tintas decorativas no Brasil,” afirmou Marcos Allemann, Vice-Presidente Sênior e Gerente Geral da Sherwin-Williams - Consumer Brands Group. “Ao combinar a tradição da Suvinil com a força global da Sherwin-Williams, estamos preparados para ampliar nosso impacto e gerar valor para todos os públicos com os quais nos relacionamos.”

A aquisição reforça o compromisso da Sherwin-Williams com o mercado brasileiro, reunindo marcas complementares que compartilham valores como excelência, inovação e foco no cliente. Com mais de 60 anos de história, a Suvinil é sinônimo de qualidade e conexão com os lares brasileiros — um legado que será preservado e potencializado com a nova estrutura.

Recentemente, a Sherwin-Williams concluiu a transição de seu modelo de lojas próprias para um sistema de distribuição multicanal, atuando com revendedores master, lojas multimarcas, home centers e distribuidores. A Suvinil, que já adota estratégia semelhante, fortalece essa abordagem, alinhando ainda mais as operações em prol da expansão por meio de parcerias.

Com as aprovações regulatórias concluídas, o processo de integração da Suvinil será iniciado imediatamente, sob a liderança de uma equipe especializada. A transição será conduzida com responsabilidade e estratégia, respaldada pela experiência da Sherwin-Williams em mais de 100 aquisições globais bem-sucedidas.

A prioridade da companhia é garantir uma transição fluida, mantendo a continuidade das operações e os altos padrões de qualidade e atendimento que os clientes conhecem e esperam. As marcas Sherwin-Williams, Suvinil e Glasu! seguirão com seus posicionamentos consolidados, reforçando a confiança dos parceiros e consumidores.

EVOLUIR SEGUE COMO NOSSA MAIOR OBRA



A evolução do maquinário: das máquinas manuais às mais modernas

Em 2025, a Ferramentas São Romão celebra 50 anos de uma trajetória construída com trabalho, compromisso e inovação. Para muito além de uma fabricante de ferramentas, a empresa se consolidou como um verdadeiro agente de desenvolvimento econômico e social, gerando empregos diretos, criando oportunidades indiretas e impulsionando a economia local e Brasil afora.

Cada etapa dessa história reflete o esforço de uma equipe que acredita na força da indústria nacional e no poder transformador de quem trabalha com as próprias mãos. Da seleção rigorosa do aço à precisão dos processos industriais, tudo é pensado para garantir qualidade, durabilidade e confiança, atributos que fizeram da marca uma referência no setor.

Ao longo de meio século, a São Romão construiu parcerias sólidas com distribuidores, lojistas, representantes e profissionais de diferentes segmentos, fortalecendo toda a cadeia produtiva. Essa rede de re-

lacionamentos é o alicerce que sustenta o crescimento contínuo da empresa e reafirma seu compromisso com o desenvolvimento do país.

Junto aos seus produtos, a São Romão entrega soluções que acompanham o avanço da tecnologia e o ritmo das transformações do mercado. Investir em inovação, capacitação e sustentabilidade é o que garante que cada ferramenta carregue a tradição de quem a produz, além da força e da confiança de quem a utiliza para construir, criar e transformar o mundo ao seu redor.

Celebrar essa história é reafirmar a essência de uma marca que nasceu com propósito, cresceu com valores e segue evoluindo com o mesmo espírito empreendedor que marcou seu início. A Ferramentas São Romão continua em busca de conquistas e segue movida pela dedicação de quem acredita que, com as ferramentas certas, é possível ir ainda mais longe nesse propósito de construir um Brasil melhor para todos.



PARA UM BOM ACABAMENTO

Para deixar uma parede bem pintada, não basta apenas a tinta. É preciso que o profissional de pintura utilize os acessórios certos. A indústria brasileira investe cada vez mais em tecnologia para suprir este mercado, e, com isso, ganham os fabricantes de tinta, os pintores, os proprietários dos imóveis e as lojas de materiais de construção.

ADELBRAS

Com uma trajetória sólida no mercado de fitas adesivas e soluções para construção, a Adelbras inicia o ano com planos ambiciosos para consolidar ainda mais sua posição



no setor. "Entre as principais estratégias estão a ampliação da linha de produtos, oferecendo novas opções que atendam às demandas crescentes do mercado, e o aumento do market share, reforçando sua presença em pontos de venda e grandes obras", informa Ivan Alves, Supervisor de Vendas da Adelbras.

Como parte desse movimento, a empresa apresenta três lançamentos que reforçam seu compromisso com

qualidade e inovação: a Fita Isolante 930 Pro, desenvolvida para garantir máxima segurança e desempenho em instalações elétricas; a Fita Vermelha 797, ideal para proteção de quinas e superfícies durante obras; e a Fita 727, que proporciona um recorte perfeito para pintura, assegurando acabamento profissional.

Além disso, a Adelbras investe fortemente em ações para fortalecer sua marca, garantindo reconhecimento e confiança junto aos profissionais da construção civil e consumidores finais. "Nosso objetivo é ser referência não apenas pela qualidade, mas também pela inovação e proximidade com o cliente", destaca a direção da Adelbras.

Com esses movimentos, a companhia reafirma seu compromisso com o crescimento sustentável e com a evolução do segmento, mantendo-se alinhada às tendências e necessidades do setor.



Fita Isolante 930 Pro



Fita Vermelha 797



ADERE

"A Fita Crepe Premium com Filme Eletrostático foi especialmente desenvolvida para a proteção de moveis e superfícies, protegendo contra poeira e respingos de tintas, garantindo mais qualidade, proteção e praticidade em seus projetos. Um produto que alia tecnologia, praticidade e eficiência para facilitar o seu dia a dia, seja em uma reforma, um trabalho rápido ou no trabalho profissional", informa André

Scantamburlo, Analista de Produto da Adere.

A Fita crepe já agregada ao filme facilita o manuseio, pois elimina a necessidade de ferramentas adicionais, simplificando o processo de mascaramento e reduzindo custos operacionais.

O filme vem pré-dobrado para também ajudar na aplicação e o manuseio do produto.

O Produto é constituído por uma fita crepe azul de 18 mm com um filme plástico azul translúcido com tratamento eletrostático, garantindo alta aderência em diversas superfícies e proteção eficaz.

Disponível em quatro tamanhos 45 cm, 90 cm, 1,5 m e 2,4 m, o produto oferece versatilidade para atender diferentes necessidades de cobertura e proteção. Todos os rolos vem com 20 metros de comprimento. O produto possui a validade de 24 meses após sua fabricação. Essa data garante a eficiência do filme eletrostático e sua aplicação nas superfícies.

O produto também oferece a opção com dispenser, que contribui com várias vantagens, como: Mais proteção e durabilidade do rolo (fita crepe + filme eletrostático); Maior praticidade durante a aplicação, devido a lâmina de corte; Reutilizável e resistente; Fácil substituição do rolo.

ATLAS

Em 2025, a Atlas reforça seu compromisso com a inovação e com o desenvolvimento de soluções que acompanham o ritmo e as necessidades dos profissionais da pintura. Cada lançamento reflete a escuta ativa ao mercado e o propósito de oferecer mais eficiência, conforto e desempenho no dia a dia do trabalho.

Entre os destaques do ano está a Caçamba Profissional 35 Litros, projetada para oferecer alta capacidade, resistência e praticidade no trabalho. Com estrutura reforçada e durável, o modelo conta com alças laterais e

de transporte, tampa com travas e rodízios (sendo dois com trava e dois sem) que facilitam o deslocamento mesmo em superfícies irregulares. Acompanha ainda torneira barril 3/4 BSP, que permite o escoamento e a limpeza de forma prática e segura. Ideal para obras de médio e grande porte, a caçamba alia robustez e funcionalidade, garantindo melhor aproveitamento da tinta e menor desperdício durante o uso.

A nova Fita Crepe de Alta Performance Imobiliária, desenvolvida com tecnologia Atlas, eleva o padrão de qualidade no mascaramento e acabamento de pintura. Indicada para ambientes internos e externos, possui dorso de papel crepado tratado e com verniz UV, garantindo boa adesividade, resistência à umidade e proteção contra raios solares. Seu adesivo de formulação exclusiva proporciona aderência controlada, recorte limpo e remoção fácil, sem deixar resíduos, mesmo após longos períodos de aplicação.

Versátil, é ideal para mascaramento de pintura imobiliária, fixação de objetos e proteção de superfícies, oferecendo acabamento preciso e profissional em qualquer condição de trabalho.



Caçamba Profissional 35 Litros



Trincha Angular Cabo Curto Imperial



Fita Crepe de Alta Performance Imobiliária

Com a Trincha Angular Cabo Curto Imperial, a Atlas amplia sua linha de trinchas profissionais com um modelo que une conforto, precisão e alto desempenho. Suas cerdas sintéticas de ponta fina e tecnologia filamentar de última geração permitem carregar e liberar mais tinta de forma uniforme, enquanto o formato angular e o cabo curto anatômico facilitam o acesso a cantos e áreas estreitas. O resultado é um acabamento perfeito com menos esforço, ideal para quem busca produtividade e excelência em cada recorte.

Com esses lançamentos, a Atlas reafirma sua vocação em inovar e evoluir junto com o mercado, oferecendo soluções que traduzem qualidade, confiança e a experiência de quem entende de pintura.

CONDOR

A Condor é cada vez mais reconhecida entre os pintores profissionais como uma empresa inovadora e que escuta a opinião do pintor na hora de lançar um produto, garantindo uma ferramenta de qualidade e excelência.

Eis alguns produtos de destaque: Linha Cobre Tudo,

que garante uma obra e ambiente de pintura mais limpos e práticos, evitando danos a pisos e móveis e protegendo contra respingos e derramamento de tintas e massas, assim poupando o cliente de transtornos e dores de cabeça. Rolos para Pintura; Acessórios Drywall, linha de ferramentas desenvolvida de modo a auxiliar profissionais em um segmento em expansão.

Os lançamentos realizados este ano são: Minirrolo Profissional; Trincha Verniz e Stain; Espátulas; Desempenadeiras Allisa Pro; Pistola para Pintura; Bandeja Big Rolo.

A Condor também lançou linha de EPIs, pensando na proteção, saúde e segurança de pintores e demais profissionais do segmento da construção. A linha é composta por: Luva Nitrilo, disponível em três tamanhos resistentes para uso com tintas e produtos químicos; Luva Neotato, também disponível em três tamanhos e resistente em trabalhos manuais, podendo ser utilizada em obras gerais; Óculos de segurança nas versões fumê e incolor; Máscaras de proteção disponíveis em duas versões, que são a sem válvula e a com válvula; Protetor auditivo.



EUROCEL

"Para a pintura na construção, o melhor produto que temos na linha de pintura imobiliária é a EURO MSK 6075", destaca Bianca Bertolino, Analista de Marketing da Eurocel.

O produto é de qualidade Premium, que auxilia o pintor a fazer o recorte perfeito na pintura, evitando retrabalhos e dando aquele toque profissional que só uma fita de qualidade consegue dar.

"É uma fita de alta aderência, apresentando bom desempenho em superfícies rugosas. Tem uma remoção fácil e sem rompimento, além de ser compatível com diversas marcas de tintas.

Além disso, a EURO MSK 6075 é a prova d'água e resistente aos raios UV, um combo de qualidades que fazem a fita ser o produto ideal para trabalhos em ambientes externos, onde o mascaramento da pintura



precisa aguentar chuva e sol sem comprometer o trabalho do pintor.

Para uma remoção da fita sem resíduos, recomendamos a sua aplicação em ambientes internos até 14 dias, e para ambientes externos até cinco dias", complementa Bianca.

Pintou uma ideia?
A gente resolve para você!

Acesse o QR Code e conheça a linha completa





Telada Tatunet



Lixa Seco Premium (Champagne)



Disco de Remoção / Strip Disc 4,5"

Lixa D'Água Premium



LIXAS TATU

A Lixas Tatu apresenta o seu mais novo lançamento: o Disco de Remoção/Strip Disc 4,5" – uma solução inovadora e de alto desempenho, projetada especialmente para reparação automotiva e manutenção industrial. "Este produto chega com

toda a força para atender às necessidades mais exigentes

do mercado, trazendo uma combinação única de eficiência, durabilidade e versatilidade", informa Shirlei Lima, Coordenadora Departamento de Marketing.

Com mais de 120 anos de história, a Lixas Tatu é referência nacional na produção de abrasivos revestidos flexíveis, atuando com excelência nos segmentos automotivo, moveleiro, industrial, construção civil e pintura.

O portfólio é completo e atende desde os processos mais delicados de acabamento e polimento, até os trabalhos mais robustos de remoção e preparação de superfícies.



Linha Norton Mesh Power

NORTON

"A Norton, marca do grupo Saint-Gobain e líder em abrasivos de performance, anuncia a ampliação da linha Norton Mesh Power com o lançamento do novo disco de lixa telada na dimensão de 180mm (7" - Polegadas). A novidade amplia as possibilidades de utilização do produto, que já é reconhecido no mercado por sua eficiência em proporcionar lixamento livre de poeira e com maior rendimento. Desenvolvido com costado telado com milhares de microfuros estrategicamente distribuídos, o disco permite que as partículas de poeira sejam aspiradas com mais facilidade durante o uso, promovendo um ambiente mais limpo e seguro, além de proporcionar melhor adesão à máquina devido seu velcro reforçado, menor tempo de lixamento em razão do seu maior poder de remoção e maior rendimento em virtude

da tecnologia anti-empastante No-Fil. Esse produto oferece ganhos importantes em ergonomia, produtividade e qualidade no acabamento, tornando-se um aliado essencial para os profissionais de pintura e construção civil, sendo uma escolha segura para quem busca eficiência, durabilidade e acabamento de alta qualidade", informa



Stefanie Celito, gerente de Marketing & Portfólio da Norton.

Reconhecida por sua performance e tecnologia anti-empastante No-Fil, o disco de lixa telada Norton Mesh Power agora também está disponível no tamanho 180 mm (7"), oferecendo ainda mais possibilidades para profissionais da construção e pintura.

TIGRE

Vinicius Miranda, Diretor de Desenvolvimento de Negócios Com Clientes, destaca a linha TigrePRO, uma nova geração de ferramentas e acessórios voltada exclusivamente para profissionais da pintura que buscam alta performance no dia a dia. A linha foi desenvolvida com foco em produtividade, ergonomia e durabilidade, reunindo soluções que tornam o trabalho mais eficiente, preciso e confortável.

Além da TigrePRO, a empresa segue com investimentos contínuos em pesquisa e desenvolvimento, sempre com o compromisso de oferecer soluções completas, sustentáveis e alinhadas às necessidades do mercado".

O portfólio da TigrePRO contempla rolos de pintura, suportes, extensores, bandejas, caçambas e acessórios, todos projetados para garantir um acabamento superior em diferentes tipos de superfície e atender às exigências dos mais diversos perfis de profissionais.

Complementa informando que a empresa investe em design ergonômico, materiais de alta resistência e funcionalidades que facilitam a aplicação, otimizam o tempo e elevam o padrão de acabamento. "Os produtos Tigre se destacam por reunir inovação, qualidade reconhecida e soluções inteligentes que agregam valor real à jornada do profissional".



Somos o Distribuidor Oficial Coral em Goiás e Distrito Federal



entre as 50 gigantes do Brasil!

Conquistar o Prêmio Excelência Atacadista Distribuidor 2025 é resultado do nosso compromisso com quem confia em nosso trabalho.

Seguimos firmes, movendo marcas, lojistas e resultados em todo o Brasil.

confiança dedicação e parceria

desde 2003



TYROLIT

A Tyrolit se destaca em 2025 com importantes avanços, reafirmando seu compromisso em oferecer produtos que combinam alta tecnologia com o máximo desempenho. Com foco em atender às exigências do mercado industrial e da construção civil, a empresa amplia sua liderança com lançamentos e soluções versáteis que garantem eficiência, segurança e resultados excepcionais.

“Entre os grandes destaques do ano, está a linha de discos de lixa com velcro, o qual possibilita o encaixe rápido em função do velcro. A base de papel estável permite remoção e regularidade no acabamento, indicado para diversas superfícies. Seu costado resistente e camada semiaberta com estearato, foram projetados para reduzir o empastamento e com isso aumentar significativamente a vida útil, bem como a qualidade do acabamento”, informa Marcelo Domichilli, Customer Care & Marketing Supervisor | Customer Care & Marketing.

Completando o portfólio, a empresa oferece uma linha completa de folhas de lixa, abrangendo aplicações em ferro, madeira, massa e lixas d’água, além de folhas para lixadeiras orbitais, garantindo versatilidade e alta qualidade nos acabamentos.

“A inovação tecnológica é um dos pilares da Tyrolit, que investe continuamente em soluções avançadas. Um

Linha de discos de lixa com velcro

exemplo é a TGD – Tecnologia de Grãos Tyrolit, que organiza de forma inteligente a distribuição dos grãos nas ferramentas. Essa tecnologia permite cortes mais rápidos, uniformes e econômicos, reduzindo o desgaste das máquinas e prolongando a vida útil das ferramentas. Essa abordagem tecnológica coloca a Tyrolit na vanguarda do setor, entregando produtos que aliam eficiência e economia”, complementa Marcelo.

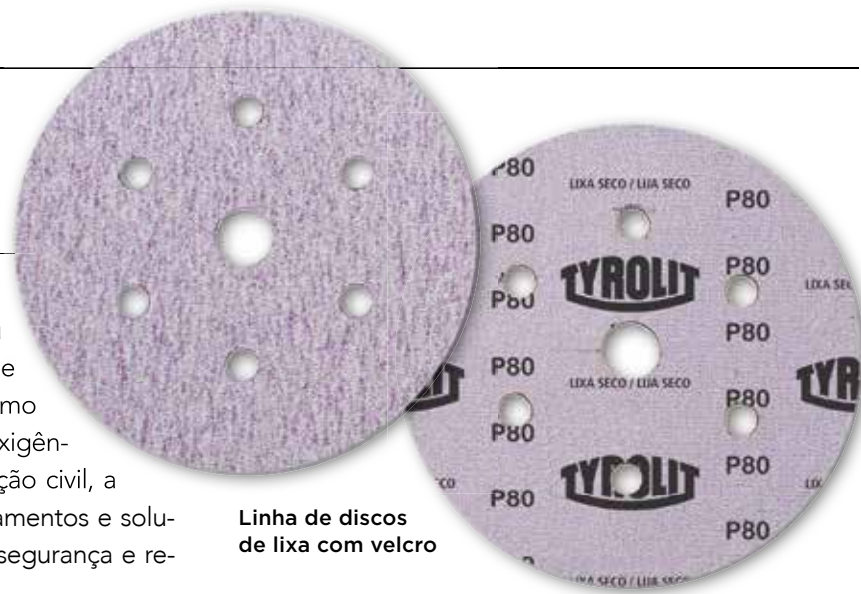
Com uma rede estratégica de atacadistas e distribuidores, a Tyrolit garante ampla presença no mercado brasileiro, alcançando milhares de pontos de venda em todas as regiões do país. Essa capilaridade é fundamental para atender às demandas de um mercado diversificado e em expansão, especialmente em um cenário promissor. A empresa projeta crescimento impulsionado pelo aumento na procura por produtos e soluções inovadoras e de alta qualidade.

VONDER

Com a proximidade do verão e do período de final de ano, o segmento das pinturas imobiliárias fica aquecido, seja em reformas e manutenções pontuais para as festas de final de ano ou para as férias. Essa época é bastante favorável para fechar projetos de reforma, afinal, muitas pessoas acabam optando por renovar suas casas, investindo em uma “cara nova” para o lar ou para a casa de veraneio.

A VONDER recomenda aos revendedores preparar seu estoque para essa tendência sazonal, fornecendo o que há de mais novo em tintas e acessórios para pintura. É uma oportunidade de alavancar vendas no período.

A linha de equipamentos e acessórios para pintura da VONDER é uma das mais expressivas e representativas do mercado, com alta saída no ponto de venda e excelente adesão entre os profissionais. Compõem a linha



Outra opção versátil para pintura de cercas, grades e muros é a pistolas de pintura, sendo o modelo a bateria da linha intercambiável da VONDER sendo uma excelente pedida. A Pistola para Pintura IPPV 1826 VONDER proporciona mobilidade e praticidade, pois dispensa o uso de compressores, reguladores, mangueiras extensas, en-

tre outros acessórios ou equipamentos complementares. Possui jato com três opções de ajuste (redondo, vertical e horizontal), chave de ajuste do volume de tinta e sistema HVLP (alto volume e baixa pressão), proporcionando maior rendimento e menor desperdício de tinta. Indicada para aplicações de tintas sem pigmentos metálicos, como: tin-

— Conheça a linha —

GALOX

Resiste ao calor da obra e se adapta a qualquer desafio!

Versátil e resistente, a linha **Galox** está disponível nos tamanhos: **15, 25, 40 e 60 cm.**

Ideal para:
 Massa corrida;
 Massa acrílica;
 Efeitos decorativos.

- ✓ Pegada ergonômica;
- ✓ Aço inox;
- ✓ Resistência ao calor de até 70°C.

RESISTÊNCIA DE ATÉ **70°C**

Galox GALO É GALO COM VOCÊ!

Acesse e saiba mais:

tas automotivas, látex, vernizes e esmalte à base sintética e à base de água, tanto profissionais quanto domésticas. Ideal para pintura de portas, portões, janelas, cadeiras, banquetas, brinquedos, artesanatos, entre outros.

Para os profissionais do setor, uma dica é investir em equipamentos que mudam a perspectiva do trabalho e da entrega. A linha de Máquinas de Pintura Airless VONDER é uma das mais expressivas do mercado, destacando-se pela produtividade, agilidade e economia, assim conquistando a preferência dos pintores que usam e recomendam os equipamentos da marca. Para quem

WAGNER

A linha de pintura da WBR foi desenvolvida para quem busca o melhor acabamento, mais produtividade e menos desperdício. No Brasil desde 2014, a empresa é a distribuidora exclusiva da WAGNER, marca alemã conhecida por equipamentos voltados para pintura profissional e imobiliária.

Com foco constante em inovação com propósito, a WBR desenvolve produtos ao lado de quem utiliza os equipamentos na prática, considerando o que realmente importa para facilitar o seu dia a dia. Isso possibilita a entrega de soluções robustas, eficientes e com tecnologia de ponta, garantindo o melhor custo-benefício.

Conhecida como girafa por profissionais do setor, a campeã de vendas da WBR é a Lixadeira de Parede 750 W, que permite lixar paredes e tetos, tanto em superfícies internas quanto externas. Com formato ergonômico e capacidade de alcançar áreas elevadas sem precisar de andaimes, este equipamento conquista pintores e gessoiros profissionais ao assegurar eficiência, precisão e excelente acabamento.

trabalha com pintura profissional, o sistema airless abre novas perspectivas de desempenho, proporcionando alto rendimento, excelente acabamento e agilidade na pintura de grandes áreas. A Máquina de Pintura Airless MPA 120 VONDER é o modelo carro-chefe da empresa. Ela possui pistão em aço inox, engrenagem usinada e dentes helicoidais, garantindo mais resistência, menos ruídos e maior transmissão de torque. Equipamento com excelente produtividade, indicado para aplicações profissionais de tintas látex, PU (poliuretano), esmalte à base sintética, à base de água, resina acrílica e tintas automotivas.

Em segundo lugar, destaca-se a Lixadeira de Parede Compacta com Pad de 6", que é extremamente leve, prática e fácil de operar, ou seja, ideal para quem busca produtividade em ambientes menores ou detalhados.

Esses dois modelos contam com sistema de aspiração com saco seletor, o que diminui consideravelmente a poeira gerada durante o trabalho, aumentando a segurança e o conforto de quem opera as lixadeiras, especialmente em locais fechados.

Com um só equipamento, é possível realizar serviços de pintura com alta performance, agilidade e uma velocidade maior, sem depender de ajudantes ou processos manuais cansativos. Outro diferencial valorizado por profissionais autônomos e empresas de pintura é a possibilidade de utilização em ambientes mais limpos e saudáveis, pois as lixadeiras WBR contam com tecnologia de aspiração integrada.



**Precisão e durabilidade
no seu dia a dia!**

Já conhece os últimos **lançamentos**

BRASFORT?
GRUPO **BRAT**

- ∴ **Bolsa para Ferramentas - 8 compartimentos.**
• (Capacidade até 15Kg)
- ∴ **Esquadro Cabo Alumínio Maxx - Ângulos 45° e 90°.**
• (10", 12", 14" e 16")
- ∴ **Nível Tubular de Alumínio - 3 Bolhas Blindadas, Níveis 45°, 90° e 180°.**
• (12", 16", 20", 24", 32", 40", 48" e 60")
- ∴ **Transferidor de Grau - Feito em Aço Inox.**
• (0° a 180°)

Confira em nosso site as referências e o portfólio completo de produtos!

Acesse nosso site:



BRASFORT_BRASIL

www.brasfort.net.br



Os pintores estão entre os profissionais mais admirados da construção civil. Terminada a obra, eles são responsáveis pelo acabamento externo e interno, e proporcionam bem-estar aos ocupantes dos imóveis.

Veja o que os fabricantes fazem pelos pintores:

ATLAS

A Atlas tem diversas ações com pintores em todo o País. Dentre elas, vale destacar: treinamentos em parceria com lojistas e em centros de treinamento de indústrias de tintas, e visitas à fábrica da marca – em parceria com lojistas e indústrias de tintas. No roteiro destas visitas, está incluso treinamento prático e também teórico voltado à capacitação do pintor profissional. Antes de cada lançamento, a Atlas realiza pesquisas e ouve os profissionais para que o produto a ser desenvolvido atenda plenamente às necessidades pontuadas por eles.



Atlas realiza treinamentos para pintores em sua fábrica

CORAL

A Coral anuncia uma campanha inédita para celebrar o Mês do Pintor, criada exclusivamente para os pintores e pintoras profissionais e inspirada no futebol, uma paixão nacional. Com uma abordagem criativa, emocional e uma linguagem visual conectada com o universo do esporte, a narrativa traz o profissional da pintura como protagonista, reconhecendo que eles são os verdadeiros craques que deixam sua marca com talento, técnica e dedicação, assim como os jogadores de futebol. Com essa iniciativa, a marca reforça seu propósito em valorizar a categoria e fortalecer o pintor, oferecendo soluções vencedoras para ajudar o profissional a crescer na sua trajetória profissional e pessoal.

Uma das principais iniciativas da campanha é o projeto Transforma Futebol Raiz, que está sendo realizado pela Coral em parceria com o pintor e influenciador Leandro Piovesan (@EuSouPintor). A ação já levou novas cores para o primeiro campo, localizado no Jardim Castelo, em Ferraz de Vasconcelos (SP), marcando o pontapé inicial da iniciativa, que seguirá por outros campos de futebol em todo o Brasil.

“Coral Fortalece o Pintor é a proposta de valor da Coral que reafirma o seu compromisso e dedicação com a categoria, entregando diversas soluções que ajudam os pintores e pintoras a evoluírem em suas carreiras. Queremos estar lado a lado dos profissionais, oferecendo conhecimento e treinamentos com a Academia Coral, novas oportunidades de trabalho com o Coral Profissão Pintor e um programa robusto de benefícios e prêmios, o Clube da Cor. O Transforma Futebol Raiz é um exemplo de como essa valorização pode ir além da obra para chegar às comunidades”, comenta Juliana Zaponi, Gerente de Comunicação e Cores da Coral para a América Latina.

Pintores reais como protagonistas da campanha

O filme principal da campanha, criado pela VML Brasil, traz dois pintores influenciadores que são parceiros de longa data da Coral representando a categoria. Leandro Piovesan e Ana Machado entram em campo como verdadeiros craques, em uma analogia entre a capacitação



para a carreira e a paixão pelo futebol. O filme também destaca os benefícios das soluções da Coral para o profissional e iniciativas como o Coral Profissão Pintor, a plataforma que conecta consumidores que estão na jornada de pintura com profissionais recomendados pela Coral. Há também a Academia Coral, com cerca de 250 treinamentos online e mais de 235 mil pintores treinados. O Clube da Cor, por sua vez, é a plataforma de relacionamento que oferece prêmios exclusivos, seguro de vida e brindes temáticos para os pintores e pintoras que acumulam pontos. Durante a campanha, os participantes cadastrados no Clube da Cor poderão resgatar brindes inspirados no universo do futebol. A ação reforça o vínculo da Coral com os profissionais e amplia o reconhecimento no mês dedicado à categoria.

IQUINE

O Grupo Iquine oferece treinamentos presenciais e online para pintores e pintoras de todo o Brasil.

Jorge Holanda, Gerente de Relacionamento Técnico do Grupo Iquine, explica que os treinamentos presenciais acontecem nas lojas que vendem os produtos. “Oferecemos treinamentos teóricos e práticos, com aplicação de nossas tintas e texturas e, também, treinamento para formar quem ainda não atua na pintura, com carga horária de 80 horas/aula. O curso tem um conteúdo bem completo, com práticas e teoria voltadas para Pintura Imobiliária e certificação ao



final do curso. Outro treinamento é feito em módulos e acontece de forma online, com duração total de 12 horas aplicado em quatro dias”, diz.

Ainda falando em ação presencial para pintores, o Grupo Iquine realizou neste ano três grandes congressos voltados para a capacitação empreendedora e de gestão dos profissionais da Pintura. Esses congressos aconteceram em Recife, Rio de Janeiro e Fortaleza e contaram com a presença de 600 pintores. Tudo foi feito com o apoio do SEBRAE e do SESC.

A Iquine ainda oferece diversos treinamentos técnicos e de gestão na sua plataforma Iquine ICLUB de relacionamento e desenvolvimento para profissionais da pintura. Em todas as videoaulas do Iquine Iclub, após assisti-las o pintor responde a um teste. Sendo aprovado, ele recebe um Certificado de Participação.

Diferenciais

“Se tratando da nossa plataforma de ensino e desenvolvimento Iquine ICLUB, os pintores têm acesso a três escolas: a Escola Técnica, a Escola de Negócios e a Escola de Tendências. O objetivo dessas escolas é capacitar os pintores com temas técnicos, como tratamento de patologias da pintura, preparação de superfícies, EPIs, equipamentos de pintura e conteúdos voltados para melhoria na gestão de carreira do pintor, como Conhecendo o Whatsapp para negócios, MEI e Orçamento de Pintura. Esses vídeos da Escola de Negócios são todos feitos pelo SEBRAE e têm conteúdos ensinando novas técnicas de pinturas especiais, como Efeito Mármore Exótico, Efeito Lua, Efeito Rocha. As aulas que ensinam o passo a passo desses efeitos são todas feitas pelos nossos pintores embaixadores. Todos esses treinamentos disponibilizam Certificados Digitais de Conclusão para os pintores apresentá-los a seus clientes. Um outro grande diferencial é que a cada curso feito os pintores ganham pontos e podem trocá-los por brindes incríveis na Vitrine de Prêmios”, complementa Holanda.

Desde a criação do Iquine ICLUB há três anos, já foram atendidos e emitidos certificados de conclusão de cursos para mais de 50 mil pintores. Para participar, o pintor só precisa acessar o link iclub.iquine.com.br, fazer seu cadastro e baixar o link na área de trabalho do seu celular. Jorge informa que a Iquine tem parceria com o SEBRAE e com a Pincéis CONDOR, que contribuem com a geração

de conteúdo para a plataforma e a realização de eventos presenciais para pintores em diversas regiões do país.

“Temos parceria com o SITIVESP (Sindicato da Indústria de Tintas e Vernizes do Estado de São Paulo), na qual apoiamos uma iniciativa em EAD para pintores que acontece em unidades do SENAI Nacional e nos congressos chamados de Encontro SITIVESP de Pintura Imobiliária – que acontecerão este ano nas cidades de Bauru, São José do Rio Preto, Ribeirão Preto e São Bernardo do Campo. Outra parceria é com a Casa Zero, onde realizaremos em Pernambuco dez cursos de formação em Pintor Imobiliário, voltados para populações vulneráveis, com foco na profissionalização e na inserção no mercado de trabalho. As lojas que vendem os nossos produtos contribuem com a divulgação da nossa plataforma Iquine ICLUB através de materiais de PDV colocados nas gôndolas e nos balcões de atendimento”, finaliza.



LUZTOL

Herlon Pereira, Gerente de Marketing da Lutzol, explica que a empresa sempre teve os pintores como parte fundamental da marca.

“Foi a partir do desejo de expressar nossa gratidão aos nossos parceiros pintores profissionais que provemos, em 2022, a fundação do Clube Amigo Pintor Lutzol, uma iniciativa que visa a valorização e o desenvolvimento do pintor.

Por meio do nosso projeto, os pintores têm a oportunidade de aprimorar suas habilidades e conhecimentos, evoluindo na linha de efeitos decorativos e texturas especiais, que são altamente valorizados e diferenciam o profissional. E mais: os nossos cursos são inteiramente gratuitos.

Cada pintor deve entender que é um empresário, dono do seu próprio negócio, sendo o seu conhecimento a principal ferramenta de trabalho que possui. Capacitação, desenvolvimento e habilidades são investimentos cruciais, e a Lutzol se orgulha de ser a primeira indústria de tintas do Centro-Oeste a valorizar e investir na capacitação do pintor profissional.

Estamos focados no desenvolvimento dos profissionais da pintura em nossa área de atuação, ou seja, no Centro-Oeste brasileiro. Temos muito fortemente avançado com o projeto em Goiás e em Brasília, mas nos estruturando para expandir para os demais estados da região e em nossas áreas de expansão para Norte, Nordeste e Sudeste do país.”

Desde 2022, a Lutzol já realizou cerca de 300 cursos, com quase 4.500 alunos certificados.

“Entendemos que o progresso do mercado de tintas não se dá unicamente com o desenvolvimento de novas soluções em produtos promovidas pelas indústrias, mas também com a evolução dos profissionais que estão no cerne do setor, que são os pintores. O refinamento e as particularidades dos novos produtos passam a exigir conhecimento, técnica, mão de obra qualificada e é preciso prover isso aos profissionais. Nossa perspectiva é ousada e, além de seguir com a expansão dos cursos, levando conhecimento para mais pintores junto com os parceiros lojistas em toda nossa área de atuação, nos estruturamos para mais um grande avanço, com o projeto de nossa

Universidade do Pintor, passo que consolida cada vez mais o reconhecimento da Lutzol pelos pintores como a sua casa. Por isso, não apenas investimos muito em levar a capacitação, como também temos os pintores, nossos parceiros, ao nosso lado no desenvolvimento de novos produtos”, explica Herlon.

SUVINIL

A Suvinil mantém um relacionamento próximo com os profissionais de pintura por meio do Pintou Parceria Suvinil, programa gratuito de capacitação e valorização que, há três anos, apoia pintores, pintoras, vendedores e vendedoras em todo o Brasil. A iniciativa já impactou mais de 150 mil contas digitais e formou milhares de profissionais em treinamentos presenciais, consolidando-se como um dos maiores programas do setor. Os conteúdos – disponíveis no aplicativo Pintou Parceria, redes sociais e em aulas presenciais – abordam desde técnicas de aplicação e conhecimento sobre produtos até temas como educação financeira, marketing pessoal e relacionamento com clientes.

IDB ATACADISTAS

REFERÊNCIA EM DISTRIBUIÇÃO DE MATERIAIS DE CONSTRUÇÃO.

COMPRA ONDE E QUANDO QUISER!

idbatacadistas.com.br

EXCLUSIVO PARA CNPJ

DISTRIBUIDOR OFICIAL: Coral, DECA, CASCOLA, TIGRE, ChemiColor

Leia o QR Code e acesse nosso site.

Em celebração ao Mês do Pintor, a Suvnil preparou uma série de ações especiais voltadas para o reconhecimento e valorização dos profissionais da pintura em todo o Brasil. A agenda de outubro contempla eventos presenciais, campanhas de incentivo e conteúdos digitais que reforçam o compromisso da marca com o desenvolvimento e a capacitação da categoria.

Com encontros presenciais em diferentes regiões do país, reunindo pintores e pintoras, a marca aprofunda sua relação com os profissionais e consolida o vínculo entre indústria e setor. Os treinamentos presenciais da Suvnil têm como objetivo levar conhecimento técnico, demonstrações práticas e troca de experiências, promovendo o desenvolvimento contínuo dos profissionais da pintura e ampliando a presença da marca em todo o Brasil.

Ao longo do mês, a Suvnil promove uma campanha de incentivo no aplicativo, com resgates de brindes em pontuação reduzida e estímulo à participação nas trilhas disponíveis. E no Dia do Pintor, celebrado em 18 de outubro, a marca realiza uma homenagem especial aos profissionais, reforçando a parceria construída com quem leva suas cores e transformações para os lares brasileiros há mais de 60 anos.

“O Dia do Pintor é simbólico, mas a valorização desses profissionais acontece todos os dias. Temos um compromisso genuíno com quem faz a transformação acontecer nas paredes e nos lares brasileiros. Essa é uma celebração de gratidão e de parceria”, destaca Ariane Zanetti, gerente de Relacionamento com os Profissionais da Pintura da Suvnil.

A proximidade com os profissionais da pintura também tem rendido reconhecimentos importantes ao longo dos anos. A Suvnil vem sendo destaque em premiações do setor por suas iniciativas voltadas à capacitação, inovação e relacionamento com pintores e pintoras de todo o Brasil, reforçando sua posição de referência no mercado de tintas decorativas.

Campanha Jogar Junto Muda Tudo

A Suvnil também apresenta a campanha de incentivo “Jogar Junto Muda Tudo”, voltada a vendedores,



Ex-jogador Zé Roberto é garoto propaganda da Suvnil

pintores e gerentes que fazem parte do ecossistema da empresa. No lançamento, a ação ganhou reforço de um verdadeiro craque: o ex-jogador Zé Roberto, ídolo do futebol brasileiro, que simboliza a disciplina, a parceria e o espírito de equipe que inspiram toda a campanha. A ação convida os participantes a formarem times compostos por, no mínimo, um vendedor, um gerente e um pintor, incentivando a colaboração entre os diferentes elos da cadeia.

A promoção é válida em todo o território nacional, desde que o participante seja vendedor ou pintor de uma loja parceira da Suvnil, e segue disponível até 15 de dezembro, com inscrições abertas no site promo.suvnil.com.br. Durante o período, os participantes acumulam chances e prêmios conforme suas vendas e interações na plataforma. Entre os destaques, estão vales-brinde de R\$ 150 para pintores e vendedores e de R\$ 300 para gerentes, além de premiações mensais de R\$ 1.000 e experiências coletivas para os times mais engajados. Os dez primeiros grupos completos de cada estado também recebem camisas exclusivas da campanha, em reconhecimento a quem se destaca por jogar em conjunto, afinal, assim como no futebol, quando todos jogam juntos, o resultado realmente muda tudo.

“Essa campanha traduz o que acreditamos na Suvnil: a força da colaboração e da confiança entre quem faz parte da nossa rede. É uma forma leve e simbólica de reconhecer o empenho de quem veste essa camisa todos os dias”, salienta Ariane.



TINTAS RENNER BY PPG

Michelle Schaeffer, Gerente de Marketing da Tintas Renner by PPG, informa que

no segmento de Tintas Arquitetônicas, a PPG, por meio da marca Tintas Renner, mantém uma relação próxima e colaborativa com os profissionais de pintura, reconhecendo o papel essencial que eles desempenham na aplicação e valorização das cores.

“Neste ano, por exemplo, aconteceu a Universidade do Pintor, um programa de capacitação completo para 40 pintores do segmento imobiliário, realizado em parceria com o SENAI Campinas, Nippon Tintas e Movimento Brasil por um Pintor Melhor. O projeto ofereceu um rico conteúdo técnico, incluindo preparação de superfícies, patologias e círculo cromático, e ainda contou com temas relacionados a habilidades empreendedoras, como atendimento ao cliente, orçamentos e até divulgação nas redes sociais”, diz.

Em outubro, a empresa concluiu mais dois projetos iniciados em 2025. O programa Pintores do Futuro, que tem o objetivo de profissionalizar pintores iniciantes, colaborando com a demanda de mercado na formação de mais profissionais entrantes. Nessa turma, foram 30 mulheres formadas.

“Outra iniciativa de grande sucesso é o Vendedores sem Fronteira, um projeto inovador que fortalece a parceria entre a indústria e seus clientes na formação de novos vendedores externos. Nesta primeira edição, 39 participantes estão sendo capacitados por meio de mentorias online e encontros presenciais conduzidos por profissionais dos times Técnico e de Comunicação das Tintas Renner. Com foco no desenvolvimento comercial, o programa tem como objetivo ampliar o conhecimento técnico, estimular a visão estratégica e impulsionar resultados para todos os envolvidos. Sem mencionar os inúmeros encontros realizados em lojas parceiras, no quais é possível criar relacionamento com o público, trocar experiências e criar conexão”, diz Michelle.

ENTRE AS 50 MELHORES EMPRESAS DO BRASIL

A **AM Comercial** tem orgulho em compartilhar mais uma grande conquista, estamos **entre as 50 empresas atacadistas de material de construção premiadas em todo o Brasil no 20º Prêmio de Excelência Atacadista Distribuidor**. Por mais um ano consecutivo, recebemos este reconhecimento que reflete **a confiança dos nossos clientes parceiros e a dedicação de todo o nosso time**.

Atuando em Alagoas, Pernambuco e Sergipe, seguimos firmes no compromisso de levar qualidade e soluções ao setor de material de construção. **Nosso muito obrigado a todos os clientes que votaram na AM Comercial, essa conquista também é de vocês!**

www.amcomercial.com.br [am.comercial](https://www.instagram.com/am.comercial)

Premiados mais uma vez pela excelência

A PONDEROSA VOZ DAS MULHERES



Mulheres fundadoras do Grupo Conecta

O Grupo Conecta surgiu da ideia de criar um grupo formado por mulheres executivas à frente de atacados de material de construção, onde, num espaço seguro e colaborativo, pudessem compartilhar as melhores práticas do mercado, trocar experiências, discutir indicadores e fortalecer tanto o crescimento individual quanto o de suas empresas.

O movimento nasceu a partir de um Fórum de Mulheres, promovido pela Revista Revenda, marcado por trocas ricas e conexões genuínas, que despertou em algumas participantes a certeza de que o movimento não poderia se encerrar ali. Era preciso dar continuidade àquela energia e transformá-la em algo maior. O propósito é claro: crescer juntas, fortalecer o setor e levar mais conhecimento e oportunidades a outras mulheres.

Desde então, o Conecta realiza encontros periódicos, online e presenciais, promovendo aprendizado mútuo e impulsionando o desenvolvimento pessoal e profissional de cada integrante. As mulheres que integram o grupo acreditam no poder da união e no protagonismo feminino no setor.

Os resultados têm sido surpreendentes. Desde a sua criação, o grupo evoluiu de forma significativa, como pessoas, líderes e empresas — tornando cada troca mais rica e transformadora.

“Acreditamos que as mulheres possuem características fundamentais para o sucesso coletivo: escuta atenta, acolhimento e empatia. Esses valores estão presentes em todas as nossas reuniões, sempre pautadas por organi-

zação, propósito e comprometimento. Uma das marcas registradas do Conecta é justamente essa capacidade de planejar com cuidado e executar com dedicação tudo o que se propõe a fazer. A diversidade agrega valor aos negócios, impulsiona a inovação e torna as empresas mais humanas”, informa o Grupo Conecta.

Toda essa troca gera benefícios diretos para o cliente final. Ao compartilhar experiências — do que deu certo e também do que não deu — o grupo promove aprendizados valiosos e amplia o impacto de cada ação. Quando uma iniciativa se mostra bem-sucedida em uma empresa, ela é adaptada e incorporada por outras integrantes, aprimorando processos e gerando ainda mais valor para o mercado.

Além disso, o Conecta realiza ações conjuntas, como o Feirão Anual, um período de campanhas especiais e muito engajamento, com apoio de fornecedores e participação ativa dos clientes. Esses momentos reforçam o espírito colaborativo e o impacto positivo que o grupo exerce em toda a cadeia do setor.

O objetivo para 2026 é ampliar o impacto do Conecta, alcançando e inspirando ainda mais mulheres do setor de material de construção. Desde sua origem, esse tem sido um desejo constante: fortalecer a presença feminina, promover trocas genuínas e contribuir para o crescimento sustentável das empresas lideradas por mulheres.

O Grupo Conecta é a prova viva de que, quando as mulheres se unem, criam pontes, geram oportunidades e transformam o futuro da construção.

FORÇA, CONFIANÇA E QUALIDADE QUE DURAM GERAÇÕES

COM MAIS DE 100 ANOS
DE HISTÓRIA, A FUZIL É
SINÔNIMO DE RESISTÊNCIA
E TRADIÇÃO.

ACOMPANHANDO O RITMO DE QUEM
CONSTRÓI O BRASIL.

PRESENTE NOS PRINCIPAIS
SEGMENTOS:

- CONSTRUÇÃO CIVIL
- AGROPECUÁRIA
- INDÚSTRIA
- JARDINAGEM
- ELÉTRICA



 **Fuzil**

 (19) 9.9749-1795

 Vargem Grande do Sul

UM ANO DESAFIADOR PARA AS VENDAS DE TINTAS

POR LUIZ CORNACCHIONI



Abrafati Show comprovou o sucesso do mercado de tintas imobiliárias

2024 foi um ano excepcional para as vendas de tintas em geral, o que inclui as tintas imobiliárias, cujo aumento do volume comercializado foi de quase 6%, resultado que superou as previsões mais otimistas. Neste ano, é certo que esse crescimento tão expressivo não se repetirá. Porém, esperamos, a partir dos dados que coletamos até o fim do 3º trimestre, uma expansão da ordem de 2%. Parece pouco, mas isso significa vender 30 milhões de litros a mais que o ano anterior, volume suficiente para pintar a parte interna e externa de mais de 500 mil imóveis.

A tendência de vendas mais al-

tas no 2º semestre se mantém neste ano, como era esperado. Tivemos vendas em patamar mais elevado em agosto e setembro, o que nos anima em relação a alcançar o crescimento previsto. Deve ser destacado que o fortalecimento do desejo de cuidar da casa e de buscar mais conforto, bem-estar e qualidade de vida – que ganhou forte tração a partir da pandemia de Covid-19 – segue trazendo uma relevante contribuição para as vendas de tintas.

O varejo continua sendo o principal canal para as vendas de tintas imobiliárias, respondendo por mais de 70% do volume comercializado por meio de revendas especializa-

das, home centers e lojas de materiais de construção. Paralelamente, o mercado é impulsionado pela construção de novos empreendimentos imobiliários. A demanda se concentra tanto em programas habitacionais (especialmente o ‘Minha Casa, Minha Vida’, mas também iniciativas estaduais e municipais), quanto nos segmentos de imóveis compactos (studios) e de alto padrão.

Outro fator-chave para o crescimento é o aumento da confiança da sociedade na qualidade das tintas e nos resultados que serão obtidos ao utilizá-las. Temos percebido, cada vez mais, a influência positiva que o Programa Setorial da Qualidade de

Tintas Imobiliárias (PSQ) traz para o mercado e para essa segurança que o público – em especial, os pintores e os consumidores – tem em relação ao produto com qualidade reconhecida.

Revendedores e fabricantes devem seguir trabalhando para que a pintura dos imóveis residenciais se mantenha como uma das prioridades dos consumidores, assim como para que proprietários e gestores de estabelecimentos comerciais, industriais e de serviços busquem renovar as fachadas e os ambientes internos dos imóveis em que o trabalho se desenvolve. O mesmo vale para os responsáveis, na administração pública municipal, estadual e federal, pela manutenção dos prédios públicos e dos mais variados espaços urbanos.

Para isso, é necessário continuar a destacar, para todos os públicos, as características positivas associadas às tintas e à pintura, que incluem cor, alegria, beleza, decoração, personalização, renovação, higiene, proteção, conservação e muito mais.

Com todos trabalhando na mesma direção, esperamos que as últimas semanas de 2025 – com exceção do período mais próximo ao Natal e ao Réveillon – sejam de vendas em ritmo forte, que nos permita atingir – e quem sabe superar – o crescimento de 2% mencionado.

ABRAFATI SHOW ESTIMULA INOVAÇÃO E NEGÓCIOS

No final de setembro, foi realizada a 19ª edição do Abrafati Show, que é sempre um bom termômetro do ânimo do setor de tintas. Reunindo o Congresso Internacional de Tintas e a Exposição Internacional de Fornecedores para Tintas, o evento foi, uma vez mais, um ponto



Várias palestras foram realizadas durante a Abrafati Show

de encontro dos mais relevantes profissionais e um forte indutor do desenvolvimento setorial.

O balanço geral foi extremamente positivo: a edição de 2025 bateu recorde no número de expositores, com 291 empresas, sendo quase 50% delas do exterior. Juntamente com isso, foi mantida a alta qualidade da programação técnica, com 90 palestras de especialistas, que trouxeram pesquisas e desenvolvimentos inovadores. O resultado foi outro recorde, desta vez na quantidade de visitantes: nos três dias de evento, 15.900 pessoas circularam pelos pavilhões do São Paulo Expo, na capital paulista – 39% a mais do que em 2023.

O sucesso do Abrafati Show é também reflexo de uma indústria brasileira cada vez mais pujante. No ano passado, o país passou a ocupar a 4ª posição mundial no ranking global de produção de tintas, ultrapassando a Alemanha, depois de um crescimento de 15% nos últimos 5 anos. Com isso, o evento, que já desfrutava de um enorme reconhecimento, nacional e internacionalmente, ganhou importância estratégica ainda maior para os players que são expositores tradicionais e atraiu novos interessados, que enxergaram oportunidades no país. O mesmo fenômeno se manifestou na visitação, que foi muito expressiva e revelou a vontade dos profissionais do setor de comparecer para conhecer o que há de novo.

Nesse sentido, é importante ressaltar que a programação do Congresso Internacional de Tintas mostrou que a pesquisa e o desenvolvimento seguem por múltiplos caminhos no setor. Muitas palestras estiveram relacionadas aos diversos tipos de tintas, das imobiliárias às anticorrosivas, abordando inovações em relação a sustentabilidade, melhoria de propriedades, incremento de performance e adição de novas funcionalidades. A nova geração de matérias-primas também esteve em destaque, como resinas, aditivos e pigmentos com características mais avançadas, que abrem novos horizontes para o desenvolvimento de tintas cada vez melhores e capazes de atender aos anseios dos mais exigentes usuários. Chamou ainda a atenção um tema muito atual: a inteligência artificial – revolução tecnológica que está levando a inovações e transformações na indústria de tintas.

A próxima edição do Abrafati Show já tem data marcada: de 28 a 30 de setembro de 2027, novamente no São Paulo Expo. Já começamos a nos preparar para ter uma edição ainda melhor, mantendo o compromisso de oferecer aos nossos públicos o máximo de oportunidades para adquirir conhecimentos, entender tendências, estabelecer contatos e fazer negócios.

Luiz Cornacchioni é presidente-executivo da ABRAFATI – Associação Brasileira dos Fabricantes de Tintas

Feiras do segmento
programadas para

2026

EXPO REVESTIR

Feira Internacional de
Revestimentos
De: 09 a 13 de março/2026
Local: São Paulo Expo, SP
www.exporevestir.com.br

FEICON

Feira Internacional da
Construção
De: 07 a 10 de abril/2026
Local: São Paulo Expo, SP
www.feicon.com.br

3ª CONSTRUSULBC

Feira da Indústria da
Construção e Acabamento
De: 26 a 29 de maio/2026
Local: Expocentro Júlio Tedesco,
Balneário Camboriú, SC
www.feiraconstrusul.com.br

EXPO OFFSITE

Feira e Exposição Modular Offsite
De 16 a 19 de junho/2026
Local: Sambódromo do Anhembi,
São Paulo, SP
www.expoconstrucaoffsite.com.br

EXPO MATCON

Feira do Varejo de
Material de Construção
De: 14 a 16 de julho/2026
Local: EXPOTRADE Convention
Center, Pinhais, PR
www.expomatcon.com.br

CONSTRUSUL

27ª Feira Internacional da
Construção
De: 04 a 07 de agosto/2026
Local: Centro de Eventos FIERGS,
Porto Alegre, RS
www.feiraconstrusul.com.br

8ª EXPOCONSTRUIR NORDESTE

Feira da Construção do
Norte e Nordeste
De: 11 a 14 de agosto/2026
Local: Centro de
Eventos do Ceará, CE
www.expoconstruir.com.br

CONSTRUEXPO ATIBAIA

Feira de Construção
Arquitetura e Design
De: 12 a 15 de agosto/2026
Local: Estação Atibaia, SP
www.construexpo.com.br

17ª CONCRETE SHOW SOUTH AMERICA

Feira do setor de Concreto
De: 25 a 27 de agosto/2026
Local: São Paulo Expo, SP
www.concreteshow.com.br

EXPOLUX

19ª Feira Internacional
da Indústria da Iluminação
De: 15 a 18 de setembro/2026
Local: Expo Center Norte, São
Paulo, SP
www.expolux.com.br

FICONS

XIV Feira Internacional
de Materiais e Equipamentos
da Construção
De: 17 a 18 de setembro/2026
Local: Centro de Convenções
Recife/Olinda, PE
www.ficons.com.br



É com muito orgulho que a
Ferragens Negrão comemora
mais uma conquista!



SOMOS O
2º MAIOR
ATACADISTA
DISTRIBUIDOR DO
BRASIL EM 2025!

Há 57 anos a Negrão está ao seu
lado, oferecendo as melhores
soluções para o seu negócio

SEMPRE PERTO DE VOCÊ!

Proximidade que faz a diferença,
garantindo entregas rápidas com a
agilidade que voce precisa

**AGRADECEMOS A TODOS
PELA CONFIANÇA E PARCERIA**

NEGRÃO
A MELHOR OPÇÃO DE NEGÓCIOS





Cabo Flexicom

Suas instalações mais seguras.

Conheça a flexibilidade e a segurança do Cabo Flexicom. Presente em instalações internas fixas, painéis de comando, sinalizações e muito mais, o Cabo Flexicom é a escolha certa para o seu projeto. Na hora de comprar fios e cabos elétricos, escolha Cobrecom.



Cobrecom

Sua marca de confiança.