REVISTA
30 anos
ANAPP 1990 2020
Edição 152 • julho/agosto 2020

QUALIDADE DA ÁGUA

Grupo avalia norma da ABNT

SAÚDE

Cautela na volta ao novo normal



MUDANÇA *positiva*

Indústria e varejo apontam sinais claros de reação e registram crescimento de vendas mesmo durante a fase dura do distanciamento social. Empresas atribuem a melhora ao fato de os consumidores, em casa, investirem na piscina


Credibilidade
"Característica de quem consegue ou conquista a confiança de alguém"
GENCO®
DESDE 1973
Trata bem sua piscina
www.genco.com.br



Depositphotos

Nesta edição

Editorial	4
Gestão 2020	6
Notícias dos Associados	8
História dos Associados	10
Mercado	18
Saúde	26
Esporte	30
Legislação	34



Depositphotos



Depositphotos



Divulgação

Agenda de eventos

Interbad Stuttgart	27 – 30 Outubro
International Pool SPA Patio Las Vegas	8 – 13 Novembro
Feicon – São Paulo	20 a 23 de abril de 2021
Equipotel - São Paulo	14 – 17 Setembro 2021
Expolazer – São Paulo	03 – 06 Agosto 2021 2021

Amigos leitores,

Quem não conhece o ditado popular "Depois da tempestade vem a bonança"? Cito a frase para falar desses dias difíceis vividos pela humanidade, por conta da Covid-19, e a certeza de que nós, brasileiros, acreditamos no amanhã positivo.

Sou otimista porque temos indicativos de que a economia está reagindo. De nossa parte, passamos por dias complicados, de adaptação à nova realidade, com mudança de hábitos e, ao mesmo tempo, de nos reinventarmos.

Mudamos o modelo de compras, por exemplo, com a adoção do e-commerce. Com o isolamento social, o mundo digital e o home office aproximaram empresas e colaboradores, como novas rotinas e engajamentos, resultando em oportunidades de negócios em meio à pandemia.

E com a quarentena, as famílias brasileiras passaram a valorizar o lazer em casa. É o que a Revista ANAPP mostra na reportagem "Setor reage à crise". A indústria e o varejo mostram que o novo comportamento dos brasileiros, mais caseiros, preocupados com a proteção dos filhos, netos e amigos, vem possibilitando condições para uma reação positiva.

Cabe salientar que o processo de mudança de parte do consumidor, de forma rápida, exigiu das empresas interpretar o novo momento e estabelecer estratégias simultaneamente. Lendo os depoimentos, fica claro que o pior da crise passou e as sementes plantadas renderam frutos.

E temos à frente a temporada de verão, com as festas de fim de ano e as férias regulares. Nada será como antes, sinalizam especialistas de diferentes áreas, como saúde, economia e turismo.

A tendência é de uma diminuição drástica de viagens para o exterior, por conta do fechamento das fronteiras, dólar alto e insegurança, e de crescimento e valorização do turismo interno, com oportunidades de investimento nas áreas de lazer de hotéis, pousadas e resorts.

Surge então a pergunta: "O que temos de fazer para aproveitarmos essas oportunidades?" Parte dela foi antecipada como resposta à crise provocada pela pandemia, entretanto, precisamos sempre nos organizar e nos preparar!

O mercado está cada vez mais competitivo e exige qualificações. Licitações de manutenção de piscinas pedem, por exemplo, formação em tratamento.

A ANAPP foi sensível ao tema e lançou o "Curso de Tratamento de Piscina CTP – ANAPP" oferecido totalmente em plataforma eletrônica. Muito bem avaliada, a iniciativa está voltada para tratadores, fabricantes, lojistas, técnicos e projetistas.

É um curso completo, com linguagem simples, sendo dividido em 10 capítulos, isento de marcas, único no Brasil, com abordagens diversificadas: cálculos, contaminação, descontaminação, balanceamento, testes químicos, operação e segurança, solução de problemas, relatórios, manutenção preventiva, além de um capítulo destinado à Norma ABNT NBR 10.339:2018.

Você está interessado? Faça então a inscrição e bom treinamento!!

Por fim, desejo aos leitores e associados saúde e felicidades nos negócios.

Boa leitura a todos !!!

ERIC MIRANDA
Diretor Técnico da ANAPP

ANAPP
Associação Nacional das Empresas e Profissionais de Piscinas

Avenida Queiroz Filho, 1.700 – Sala 807 - D
CEP: 05319-000 – São Paulo – SP
Tel/Fax: 11 5523-8688 – Tel: 11 5687-7888 / 5521-4565
E-mail: comunicacao@anapp.org.br
Visite o nosso site: www.anapp.org.br

DIRETORIA ANAPP / GESTÃO 2020/2021

Presidente: Adelino Ângelo Oliveira Neto
Nautilus Equipamentos Industriais Ltda.

Vice Presidente: Hugo Sirvente Lisboa
Genco Química Industrial Ltda.

Diretor Técnico: Eric Miranda
Sodramar Ind. e Com. Ltda.

Diretor Financeiro - Gilmar Pretto
Morro Grande Ind. e Com. de Fibras Eireli - EPP (Fibratec)

Diretor de Comunicação: Flávio Shimura Mattos
KMS Ind. Química Ltda.

Diretor Secretário: Carlos Heise Filho
Panozon Ambiental S.A.

CONSELHO FISCAL:

Victor Nomellin
SIBRAPE Ind. e Com. de Equip. Aquáticos
e de Filtragem Ltda.

João Marcelo Caetano Garcia da Silva
Suall Indústria e Comércio Ltda.

Flávio Araújo Andrade
Pooltec Ind. e Com. de Acessórios para Piscinas Ltda.

CONSELHO FISCAL SUBSTITUTO:

João Résio de Aguiar
Damarfe Produtos Químicos Ltda.

José Carlos da Silva
Artvinil Ind. e Com. de Piscinas Ltda.

Executivo Responsável: Marcelo Mesquita

Comunicação: Roberto Donizete Gomes
comunicacao@anapp.org.br

A Revista ANAPP é uma publicação da Associação Nacional das Empresas e Profissionais de Piscinas. São 5.700 exemplares distribuídos em todo o Brasil para revendedores, fabricantes, associados, embaixadas, empresas no exterior etc.

Departamento Comercial: Jucilene Novaes
comercial@anapp.org.br

Colaboração: Arielly de Jesus e Maria Clara Prado

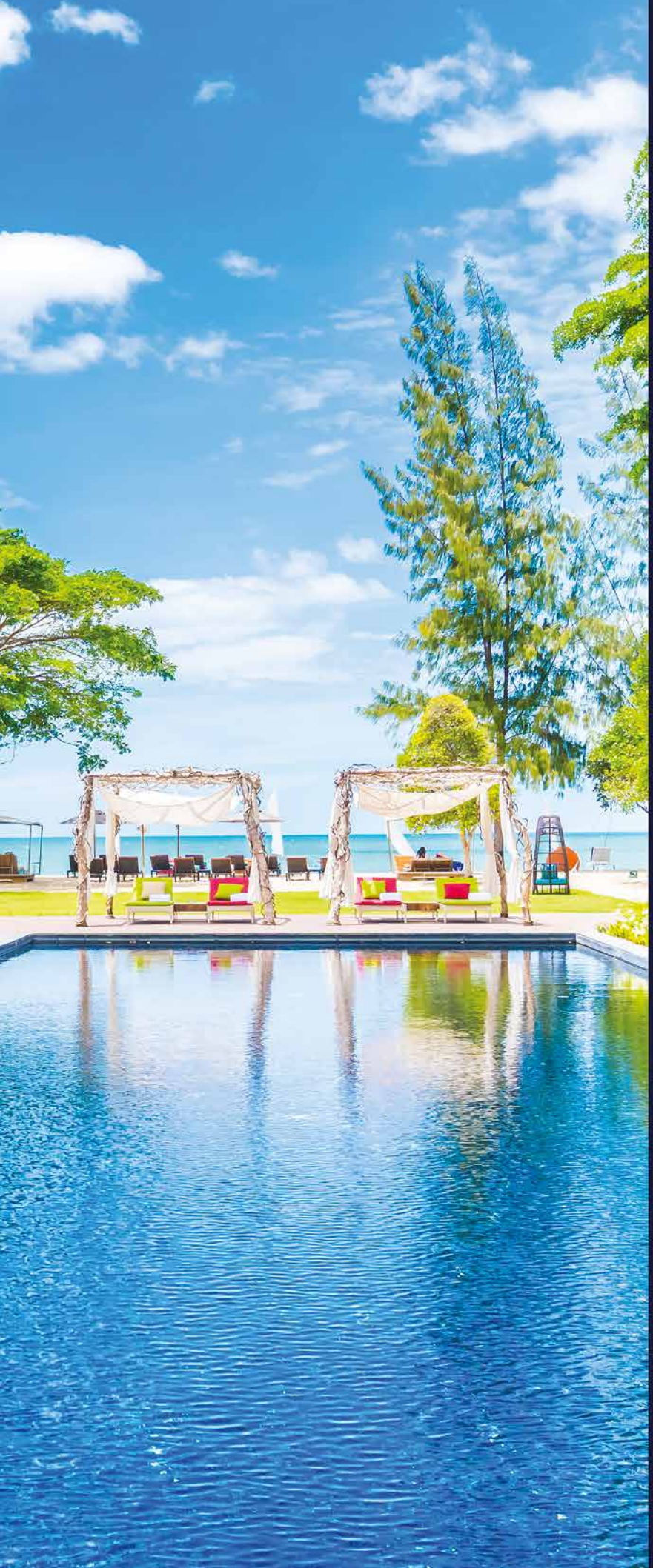
Jornalista responsável: : Rúbia Evangelinellis – MTB 18.316

Reportagem: Rúbia Evangelinellis,
Sandra da Mottae Sergio Kapustan

Projeto Gráfico: RS Press

Design Gráfico: Mano Mendonça

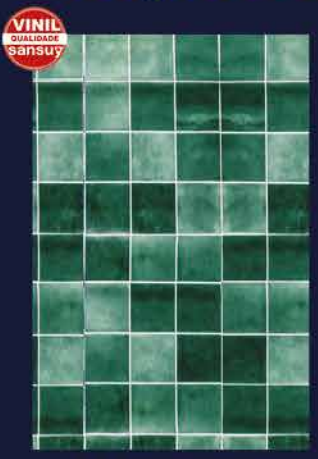
Foto de Capa: Depositphotos



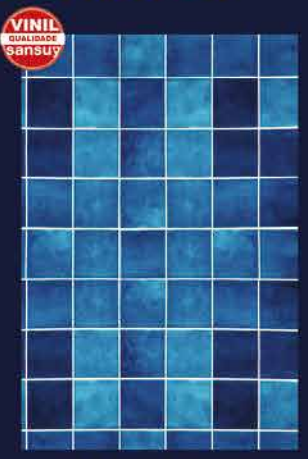
VINILTEC®
o grife da piscina

Somos um dos maiores fabricantes de bolsões e capas de vinil seguindo o modelo do cliente. Trabalhamos com os maiores fornecedores de PVC para piscinas do mercado nacional e internacional, sempre antenado nas novas tendências do mercado e buscando o desenvolvimento de novas estampas.

FIQUE POR DENTRO



AGATHA GREEN



AGATHA BLUE



PUNTA CANA



VENETO TOP

(62) 3321-0809

viniltecpiscinas.com.br

viniltecpiscinas

ASSEMBLEIA GERAL

O canal Youtube da ANAPP transmitiu, em 21 de julho, de forma inédita, a Assembleia Geral Ordinária da entidade, que discutiu e deliberou sobre quatro temas: Atividades Associativas, Prestação de Contas do Exercício de 2019 e atualização de representantes dos Conselhos de Administração e Fiscal (veja o quadro).

Com data prevista para 31 de março, a assembleia se realizou em 21 de julho, em virtude da pandemia, cumprindo o compromisso estatutário e a legislação federal (Artigo 5º da Medida Provisória 931, de 30 de março de 2020). A prestação de contas do exercício de 2019, segundo ano da gestão do presidente Augusto César de Araújo, foi apresentada por ele próprio. Ao se dirigir aos participantes da assembleia, Augusto destacou a gestão financeira, equilibrando despesas e receitas, a reforma estatutária e o aumento de 30% no número de empresas expositoras na Expolazer 2019, na comparação com a edição de 2017 (veja quadro resumido de realizações).

Augusto César acrescentou ainda a criação da categoria Tratadores de Piscinas (Piscineiros), a implantação do "Curso de Tratamento de Piscina CTP – ANAPP", totalmente em plataforma eletrônica, e a divulgação maciça ao mercado da Norma ABNT 10.339, cujo trabalho de revisão aconteceu de 2014 a 2018. "Comparando com os dias de hoje, de pandemia, trabalhamos com mais tranquilidade. O ponto de partida foi a reforma do estatuto, que nos permitiu aumentar o número de associados e disponibilizar o CTP ao setor de piscinas".

Adelino Ângelo reforçou que as ações da gestão 2018-2019 foram fundamentais para a ANAPP enfrentar a realidade da covid-19 e continuar no rumo certo. "É o momento de louvar a gestão dos últimos dois anos por trabalhar de forma séria e profissional. Sua direção organizou o caixa, melhorou as receitas e trouxe novos associados. Isso nos deu condições de seguir trabalhando com tranquilidade", encerrou o presidente da ANAPP.

Nova composição dos conselhos

Conselho de Administração:

Presidente: Adelino Ângelo de Oliveira Neto (Nautilus)
Vice-presidente: Hugo Sirvente Lisboa (Genco)
Diretor financeiro: Gilmar Pretto (Fibratec)
Diretor técnico: Eric Miranda (Sodramar)
Diretor de Comunicação: Flávio Shimura Mattos (Clorup)
Diretor secretário: Carlos Heise (Panozon)

Conselho Fiscal:

Titulares:
Victor Nomellini (Sibrape);
João Marcelo Caetano (Suall)
Flavio Araújo Andrade (Pooltec)

Suplentes:
João Resio de Aguiar (Damarfe)
José Carlos Silva (Artvinil)

Realizações ANAPP 2019

- ✔ Crescimento no número de associados foi levemente superior a 100% em relação a 2018, ou seja, dobrou de tamanho
- ✔ Visita de executivos do setor à Feira Piscina e Wellness Barcelona
- ✔ Participação na reunião da aliança mundial de associações nacionais do setor (WAPSA)
- ✔ Realização do Concurso Piscina Design 2019
- ✔ Implantação do Curso de Tratamento de Piscinas – CTP da ANAPP (on-line em 10 capítulos)
- ✔ Adesão ao Sistema de Logística Reversa – FIESP/Eureciclo
- ✔ Desenvolvimento de atividades dos Grupos Setoriais da ANAPP
- ✔ Realização da 22ª Expolazer: maior edição do evento com recorde de público e expositores
- ✔ Implantação da nova sede da ANAPP – melhores instalações com redução de custos
- ✔ Conscientização do mercado para os aspectos de segurança – Norma NBR ABNT 10.339: 2018

Mostre para o seu cliente que é possível usar piscina no inverno... É possível com AquaHot® Black Edition!



As bombas de calor AquaHot® Black Edition são práticas e eficientes para oferecer água quente o ano todo, não importa o clima.



Fáceis de instalar, elas são muito mais duráveis e as mais seguras do mercado, com segurança elétrica certificada pelo INMETRO.

A combinação perfeita entre elegância e máxima eficiência.

Instale a AquaHot® Black Edition e veja de perto a satisfação do seu cliente.

Piscina Perfeita =



nautilus.equipamentos
@nautiluspiscina
www.nautilus.ind.br

nautilus
Soluções para uma Piscina Pe



Lives movimentam setor

A ANAPP disponibiliza um espaço no website para que as empresas associadas divulguem seus eventos. Os anunciantes da revista têm ainda a oportunidade adicional de informar os encontros na newsletter semanal. O objetivo é dar visibilidade e levar o conhecimento aos profissionais do setor e seguidores por meio da agenda de reuniões que tenham como foco a capacitação do segmento, que atualmente é 100% virtual.

A programação é divulgada gratuitamente na aba "Calendário dew Eventos ANAPP", com atualização semanal.

Os interessados devem enviar os dados do evento com antecedência para o e-mail comercial@anapp.org.br. É preciso informar a data, horário, local/veículo de transmissão e links de acesso.

A estreia da programação virtual ocorreu no dia 8 de junho. Com a mediação do secretário executivo da ANAPP, Marcelo Mesquita, a webinar da Nautilus abordou a organização e as medidas de higiene recomendadas para indústrias e varejo como proteção contra a pandemia. Participaram da live o presidente da ANAPP, Adelino Ângelo, e os advogados Othon Vinicius Beserra e Fernando Molino, ambos do escritório LDG Associados. Os três debateram os aspectos de saúde e de legislação.

Já em 14 de maio, a live da Abracopel (Associação Brasileira de Conscientização para os Perigos da Eletricidade) contou com a participação do Victor Nomellini, diretor no Conselho Fiscal da ANAPP, que abordou o seguinte tema: segurança em instalações elétricas de piscinas.

Em 21 de julho, foi realizada a Assembleia Geral Ordinária, valendo-se do mesmo canal do YouTube da ANAPP.

Fluidra inicia produção de produtos químicos no Brasil

FLUIDRA

Fluidra reforça sua presença na América Latina com a aquisição da Ten Four no Brasil, sendo a única empresa do setor no mercado brasileiro com um modelo combinado: fabricação de equipamentos e produtos químicos para tratamento de piscinas.

Lançamento da Expolazer 2021

A Francal Feiras e a ANAPP estão lançando a Expolazer 2021. Em razão do distanciamento social, a apresentação comercial do evento às empresas foi realizada em 3 de agosto de forma virtual.

Os presidentes da Francal, Abdala Jamil Abdala, e da ANAPP, Adelino Ângelo, destacaram a importância da feira para o setor, reforçando seu potencial no pós-pandemia, em razão do aquecimento dos negócios com o novo comportamento do mercado, de valorização dos espaços de lazer e bem-estar.

Para Jamil Abdala, "as empresas inovaram e estão fazendo negócios em novos formatos, com mais agilidade e dinamismo". Para Adelino Ângelo, "o ambiente da feira é o local sempre muito aguardado, onde acontecem as grandes operações comerciais envolvendo fabricantes e lojistas".

No lançamento, os interessados foram informados sobre as novidades preparadas para a edição e como garantir espaços em condições exclusivas, tratando diretamente com a Francal por meio de atendimentos individualizados agendados nos dias 18, 19 e 20 de agosto. Para mais informações contatar a Francal pelo e-mail expolazer@francal.com.br ou pelo telefone (011) 2226-3100.

Vale destacar que a Expolazer é o único evento de negócios da América Latina do setor e está na 23ª edição. Tem como público-alvo lojistas, arquitetos, decoradores, engenheiros, técnicos e tratadores de piscinas, entre outros profissionais e setores que atuam com piscinas. Realizada a cada dois anos, obteve na versão de 2019 o melhor desempenho de todas as edições. Registrou cerca de 9 mil visitantes, superando em 30% a marca de 2017.

A próxima Expolazer & Outdoor Living ocorrerá de 3 a 6 de agosto de 2021 no Expo Center Norte, Pavilhão Amarelo, na capital paulista. Além das novidades apresentadas pelos expositores, o evento reunirá diversas atrações, como oficinas técnicas, jantar de networking e o 5º Fórum Brasileiro da Indústria de Piscinas e Spas.









Indústria está instalada em quatro estados estratégicos com 1.100 colaboradores e ampla rede de lojistas e representantes

MARCA DE *peso*

Fibratec atribui a conquista do mercado brasileiro à força da marca, credibilidade e retidão em suas parcerias

por Sergio Kapustan

Há mais de três décadas a Fibratec Piscinas iniciou sua trajetória vitoriosa extrapolando os limites de sua cidade natal: Chapecó, em Santa Catarina. Tem como carro-chefe a linha de piscinas em fibra de vidro, com milhares de unidades produzidas e que são expostas e comercializadas em mais de 300 lojas espalhadas pelo País.

O sócio-proprietário, Gilmar Pretto, explica que a indústria criou e produziu cerca de 50 modelos de piscinas com foco no design. Todos estão patenteados no Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI).

A Fibratec conta hoje com quatro unidades industriais: Araquari (SC), Candelária (RS), Aguaí (SP) e Entre Rios (BA). "A satisfação dos clientes é o objetivo de investirmos pesado em tecnologia e na fabricação de produtos exclusivos", declara.

De acordo com o cronograma atual da empresa, em Chapecó está localizado o escritório de negócios, enquanto Araquari é apresentada como a primeira unidade, implantada em 1997. Na sequência estão: Candelária (2012), Aguaí (2015) e Entre Rios (2017). Juntas, as qua-





Fotos: Divulgação

tro plantas somam 15 mil metros quadros de área construída e 106 mil metros quadrados de área geral.

Segundo Gilmar Pretto, o plano de expansão está focado em quatro estados estratégicos, com 1.100 colaboradores (100 diretos e mil indiretos) e ampla rede de representantes e lojistas revendedores, distribuídos pelo Brasil e América do Sul. A qualificação dos colaboradores na indústria envolve treinamento e acompanhamento de toda a linha de produção.

Em relação à covid-19, a empresa seguiu o protocolo e tomou medidas de proteção, obrigando o uso de máscaras, disponibilizando álcool em gel e mantendo o distanciamento social, seguindo as determinações de prefeituras e governos estaduais.

Trajetória e reconhecimento

Formado em engenharia civil e ex-funcionário público, Gilmar Pretto conta que o empreendedorismo está no seu sangue e que iniciou no ramo como fabricante de caixas d´água de fibra de olho no mercado da região Sul. A migração para o mercado de piscinas foi uma sugestão de amigos de Chapecó.

Com dedicação exclusiva às piscinas, a Fibratec investiu na qualidade e design diferenciados, o que lheu deu sustentabilidade para expandir os negócios para fora de Santa Catarina. "Priorizamos, desde o início, a visita a eventos e feiras, nos Estados Unidos e Europa, buscando sempre a inovação. Fomos, por exemplo, pioneiros em agregar a prainha e o spa à piscina".

O mercado reconheceu o esforço da indústria catarinense ao longo dos anos. Em 2013, por exemplo, a Fibratec foi eleita a melhor fabricante de piscinas de fibra do Brasil, em eleição organizada pela ANAPP e a Expolazer. Participaram da votação os lojistas e os fabricantes.

Ao refletir sobre a trajetória do empreendimento, Gilmar Pretto recorre à vocação e aos produtos industrializados, destacando ainda a importância de acompanhar, passo a passo, a expansão e as dificuldades da economia, sem perder o foco no negócio.

Dois slogans identificam a indústria: " Fibratec - A Marca da Piscina" e "Fibratec – Pra Quem Ama Piscina".

Lemas, que, segundo Gilmar Pretto, norteiam a Fibratec: "Temos a certeza de que nosso sucesso presente resulta de ações desenvolvidas no passado. E nosso sucesso futuro depende de ações que fazemos hoje", encerra Gilmar Pretto. ■



Gilmar Pretto: empreendedorismo está no seu sangue

TECNOLOGIA DE *ponta*

Focada no desenvolvimento de máquinas que desinfetam água, ar e objetos, Panozon dribla crise e aposta em crescimento

por Rúbia Evangelinellis

Com uma atitude proativa, inovação tecnológica e capaz de dar uma resposta rápida às necessidades do mercado, a Panozon Ambiental fortalece a sua posição e prevê crescimento de 30% para 2020, acima dos 20% projetados antes da pandemia. Entre as razões que impulsionam os negócios está a maior demanda pelos equipamentos da linha, inclusive no mercado de piscinas.

Para dar sustentação ao incremento das encomendas, a empresa está ampliando o parque industrial de Piracicaba (SP), que passará de uma capacidade produtiva de 1.000 para 1.500 máquinas de ozônio por mês. Atualmente, possui cerca de 70 funcionários e um portfólio composto por mais de 80 modelos de equipamentos. Praticamente quase tudo que é produzido é consumido no mercado doméstico, que responde por 95% dos pedidos.

Criada em 2002, a indústria oferece soluções e equipamentos à base de gás ozônio, utilizado para tratamento de água de piscina, setor considerado ponto forte nos negócios da Panozon. A indústria tem como linha mestra o desenvolvimento de tecnologia própria, em busca de maior eficiência na utilização das células de ozônio (inclusive para a variante custo x benefício). Além de ser usado na desinfecção de água, o ozônio também desinfeta ambientes e objetos, o que abre o leque de possibilidades de uso e de nichos de negócios.

Recentemente, mais precisamente em abril, a Panozon obteve o laudo oficial atestando a eficiência do ozônio na desinfecção de máscaras usadas como Equipamento de Proteção Individual (EPI) durante a pandemia de Covid-19. Emitido pelo Laboratório de Virologia da Univer-

Divulgação



sidade Estadual de Campinas (Unicamp), o documento recomenda inclusive um equipamento desenvolvido pela Panozon (do tamanho de um frigobar pequeno ou de micro-ondas e que desinfeta de óculos a máscaras, entre outros objetos, em torno de uma hora de armazenamento). O produto já está à venda em diversos modelos, com preços de 3 a 10 mil reais.

A empresa ressalta, porém, que a análise do laboratório atesta a eficácia do ozônio para a desinfecção de objetos em uma câmara hermética, mas não se pode afirmar que trata-se de uma solução indicada em todas as situações, devendo ser realizado estudos de casos.

Fundada pelo engenheiro eletrônico Carlos Heise, graduado pela Unicamp e CEO da companhia, a Panozon sempre mirou a inovação tecnológica, desde a tenra idade, e segue a cartilha recomendada por consultores, que pregam organização e um negócio com DNA próprio. No início foi abraçada pelo Núcleo de Desenvolvimento Empresarial da Incubadora de Empresas de Piracicaba (SP), onde ficou no primeiro ano de vida.

Nascida em 2002, indústria conquista mercado com tecnologia própria e inovadora de uso de ozônio



"Antes, eu trabalhava com software. Fui um dos precursores da internet no Brasil. Depois que vendi o portal que desenvolvi, comecei a procurar um negócio para investir. Foi quando me encantei com o ozônio e investi, a partir de 2001, com dois amigos, na criação da empresa. Mas logo depois (da sua abertura) fui para o Canadá, para viabilizar outro projeto. Mas com a potencialidade do ozônio voltei ao Brasil em 2003 para tocar a empresa."

Em 2004, com apenas um ano de vida, a empresa recebeu aporte de capital de investidores para ampliar a operação. Ganhou mercado e obteve o status de S&A. Carlos Heise recorda que o primeiro segmento que atenderam foi o de piscinas de academia, o que deslanchou a operação. "O ozônio foi bem aceito porque, mesmo tendo cloro na água, elimina desconfortos para o usuário, como ardência nos olhos, rinite e ressecamento de pele e cabelo."

A empresa tem no currículo o reconhecimento do desenvolvimento de equipamentos. Em 2006, recebeu da Fiesp (Federação das Indústrias do Estado de São Paulo) o Prêmio Mérito Ambiental pela invenção de um aparelho de reuso de água utilizado em lavanderias têxteis, que trabalhavam até com tingimento de tecidos.

Em 2013, foi a vencedora de uma licitação internacional, junto ao Banco Mundial, para fornecer equipamentos de ozônio, à base de energia fotovoltaica, para o tratamento de água potável para o consumo de 4.500 tribos e pequenas comunidades na República do Congo. "Foi um projeto enorme, desafiador. Implantamos um sistema robusto, no meio do mato, para mais de 500 mil pessoas", lembra.

A empresa integra a Internacional Ozone Association (IOA), entidade que fornece diretrizes e recomendações para o uso do gás ozônio. Atualmente, divide o negócio em três grandes áreas de atuação: de piscinas residenciais, de equipamentos para desinfecção de ar e de aparelhos (a maior parte de grande porte) para tratamento de água em indústria (de reuso e para processo de produção).

Hoje, o ramo de piscinas representa 50% dos negócios da empresa. ■

HORA DE *expandir*

Especializada em consultoria, instalação e manutenção de equipamentos, a Climap (SP) aposta no e-commerce para dinamizar as vendas

Com foco em piscinas, saunas e ar-condicionado, a Climap completou 11 anos de existência em abril. Os gestores mantêm o olhar atento para o mundo dos negócios, contemplando inclusive as inovações. Localizada em São Roque, estância turística a pouco mais de 50 quilômetros da capital paulista, conta com uma equipe treinada e capacitada para vendas (de produtos e acessórios), instalação, manutenção, consultoria e serviços subaquáticos (troca de ralos e azulejos).

A loja de 120 m² e o centro de distribuição com 400 m² concentram as atividades de varejo (presencial e e-commerce) e prestação de serviços. Com o isolamento social, a Climap implantou o sistema de delivery e drive-thru para atender os clientes.

Com cerca de 150 contratos de limpeza e manutenção de piscinas e mais de dois mil clientes

Fotos: Divulgação



cadastrados, a empresa possui parcerias com clubes, academias, condomínios, engenheiros e arquitetos. Oferece serviços de consultoria, instalação e manutenção de piscinas e de ar-condicionado. Uma equipe de quatro técnicos atende Alphaville (bairro de Barueri), Araçariguama, Mairinque e Sorocaba, entre outras localidades no estado de São Paulo.

Além desse time de profissionais, possui quatro colaboradores operando o e-commerce e mais quatro no atendimento da loja física. A empresa informa que segue as recomendações das autoridades de saúde para proteger os funcionários e clientes, com o uso de máscara, álcool em gel e mantendo o distanciamento no ambiente de vendas e na retaguarda.

O engenheiro André de Campos lidera os negócios. O pai, o administrador Jorge Roberto de Campos, é seu sócio e cuida do departamento financeiro. André ressalta que os dois definem as estratégias de olho na dinâmica do mercado de piscinas, sem improvisos.

O exemplo mais recente é o e-commerce, que apresenta resultado positivo. As vendas on-line iniciaram antes mesmo da Covid-19, no final de 2018, e são viabilizadas pelo Mercado Livre e pelo site da Sodramar, entre outras plataformas. Enquanto diversas empresas fecharam em razão da crise econômica, como reflexo da pandemia, a Climap registrou crescimento médio de 64% de março a junho, em comparação com o mesmo período do ano passado. "Trabalhamos com foco (no acompanhamento do negócio) e estamos sempre atualizados. O que está dando errado, a gente suspende. Paramos de construir piscinas por conta de forte concorrência e investimos no comércio eletrônico. Com isso, conseguimos trabalhar sem déficit até o momento", explica o proprietário.



Jorge Campos (à esquerda) e o filho, André de Campos, planejam e definem estratégias, sem improvisos



Profissionais atendem na loja e realizam serviços de campo, como de manutenção e de instalação de equipamentos

Estudo e planejamento

Até 2009, quando ele e o pai decidiram abrir o negócio, André trabalhava como supervisor de operação e manutenção do Gasoduto Brasil-Bolívia, na Grande Florianópolis (SC). Ao voltar a São Roque, lembra, percebeu a carência na região de comércio específico para o ramo de piscinas.

"Havia somente uma loja de piscinas na cidade e sem profissionais qualificados. Decidi então abrir o negócio, buscar fornecedores (de produtos químicos e acessórios) e estudar o setor. Hoje somos parceiros das maiores marcas na área de piscina do mercado", explica.

Ele reforça que foi em busca de informações técnicas de piscinas, como construção, tratamento químico e equipamentos. "Minha formação de engenheiro ajuda bastante (na compreensão do tema). Estou sempre estudando e entendo que para a Climap foi importante se consolidar na região de São Roque e se lançar no mercado de e-commerce". ■



Localizada em Mato Grosso do Sul, loja comercializa desde piscinas até produtos químicos em geral e atende cidades vizinhas

NEGÓCIO DE *família*

Casa das Piscinas de Corumbá completa 25 anos e mantém o foco na oferta de produtos, prestação de serviços e orientação técnica

por Rúbia Evangelinellis



Antonio Uelinton: "A proposta é sempre resolver o problema do cliente."

Em maio, a Casa das Piscinas de Corumbá completou 25 anos de existência. Localizada em Mato Grosso do Sul, no centro da cidade que lhe confere o nome, é pilotada pela família Souza. No comando estão o casal Antonio Uelinton (responsável pela área financeira e apoio na orientação técnica) e Magna (ela cuida do marketing) e o filho Felipe (para assuntos técnicos e comerciais).



Fotos: Divulgação

No rol dos serviços oferecidos pela loja constam a montagem/instalação de piscinas (de alvenaria e de fibra) e orientação para a construção e escolha de produtos e acessórios. Também trata de filtros de piscinas públicas, como troca de areia e manutenção do equipamento, e possui consultoria técnica para manter a água limpa e desinfectada.

"A nossa proposta é sempre resolver o problema do cliente, ainda que o preço de custo esteja próximo do cobrado. Como a cidade é pequena, precisamos conciliar os serviços com a venda de produtos, para garantir a sobrevivência do negócio", resume o patriarca ao falar da importância de aliar a área técnica ao comércio.

Por estar instalada em uma cidade próxima à Bolívia, a loja tem uma carteira de clientes que alcança cidades fronteiriças, que estampam a bandeira do país vizinho. Atende ainda bases militares, como da Marinha e o posto fronteiriço do Exército, onde existem piscinas utilizadas, inclusive, para treinamento tático. "Alcançamos um raio de 50 quilômetros e na região prevalece a agropecuária e fazendas. Prestamos serviços de manutenção para a conservação de grandes reservatórios de fibra, que são depósitos de água. Aqui, atendemos um público mesclado, desde piscinas de mil litros a outras com 600 metros cúbicos, de todos os tamanhos, dentro do rigor técnico e das normas da ABNT", garante Antonio Uelinton.

A loja vende 480 itens e tem quatro funcionários. Comercializa piscinas em fibra de vidro e de alvenaria até produtos químicos em geral para tratamento da água e limpeza, acessórios, pedras mineiras, filtros e bombas.

Nascido em Minas Gerais, Antonio Uelinton mudou-se para Corumbá há 35 anos, por motivo de trabalho. Como a cidade era muito quente, decidiu comprar uma piscina de fibra, até para proporcionar um lazer para os filhos. Foi quando percebeu a falta de uma loja especializada e de profissionais qualificados para tirar suas dúvidas de consumidor. "Quando encontrava produtos para tratamento da piscina, estavam misturados com parafusos e pregos. Aí percebi o espaço que existia para instalar uma empresa especializada e oferecer conhecimento técnico", recorda.

Segundo informou, a sua loja é a única especializada na cidade, considerando entrega de produtos e de serviços. Outros estabelecimentos surgiram no decorrer dos anos, mas acabaram fechando, diz Antonio Uelinton. A Casa das Piscinas de Corumbá tem 170 metros quadrados de área interna de vendas, além do galpão de 500 metros quadrados.

Em tempos de Covid-19, a loja segue o protocolo de proteção e adotou, inicialmente, o sistema de atendimento com distanciamento para proteger clientes e funcionários. Mas a partir da recente flexibilização das medidas, a Corumbá liberou a entrada controlada na loja e manteve um balcão (instalado em espaço menor na entrada) para quem prefere fazer o pedido sem ingressar no ambiente. Antes da pandemia, a empresa vinha apresentando resultado positivo de vendas. ■

Comércio tem portfólio com 480 produtos e quatro funcionários



Setor acredita que aquecimento dos negócios decorre do fato de os consumidores investirem em área de lazer doméstico



Depositphotos

SETOR *reage* À CRISE

Ainda que o futuro mostre-se incerto, indústria e comércio estão otimistas e detectam aquecimento de vendas

por Rúbia Evangelinellis e Sergio Kapustan



A cabeça do consumidor reage às crises de diferentes formas. Apesar da retração da economia, o brasileiro mostra que o tempo de isolamento social serviu para olhar para dentro de casa, incrementar a área de lazer. Sorte das empresas do setor, que apontam reação nas vendas de produtos.

Com o mote "Fique em casa, mas curta a sua piscina", a mineira UP Piscinas, fabricante de piscinas de fibra, registrou um crescimento de 35% nas vendas entre abril e junho, comparando com o mesmo período do ano passado.

Segundo o diretor Marcio Batista Carraro, na contramão da crise que se desenhava, a indústria apostou na ousadia: produziu um novo modelo de piscina (mais econômico), investiu em mídia eletrônica e reforçou os laços com os 65 lojistas espalhados no País. A UP Piscinas entrou em recesso somente na segunda quinzena de março.

O novo modelo de piscina é a "Samô", com 5 metros de comprimento, 2,5 metros de largura, 1,2 metros de profundidade e praia. O preço completo sugerido ao consumidor é R$ 8.990,00 (parcelado). Para Marcio Batista, a resposta do varejo tem sido positiva, tanto que contratou mais seis profissionais já de olho na temporada de verão.

>>



AUMENTE SEU LUCRO VENDENDO SAUNAS SOCALOR



SAUNA ELETRICA
MINI PLUS MAR INOX
ATENDE ATÉ 18M³
IDEAL PARA INSTALAÇÃO EMBAIXO DO BANCO.
POTÊNCIA: 6,9 E 12 KW

PLUS MAR INOX
ATENDE ATÉ 40M³
POTÊNCIA: 15,18 E 24 KW
(USO RESIDENCIAL OU COMERCIAL)

LANÇAMENTO

SAUNA ELETRICA P/ BOX
PLUS S MAR LUXO
ATENDE ATÉ 6M³
(USO RESIDENCIAL)
POTÊNCIA: 4 E 6 KW



SOCALOR saunas

11 98781-1093 / 98781-0919 / 3941-3132
www.socalor.com.br

INMETRO PRODUTO 100% BRASILEIRO

LANÇAMENTO



Divulgação

Marcio Carraro, da UP Piscinas: vendas aumentaram em 35%

Ao comentar o início da pandemia e o atual momento, o diretor da indústria diz que dialogou com fornecedores, garantiu os empregos e foi parceiro do varejo, respeitando a realidade de cada região. “Nossa ação foi no sentido de comprometer os dois lados: indústria e lojista. De nossa parte, oferecemos qualidade, preço a parceria. A resposta foi positiva”, destacou.

Sem demissões

Também a Alliance Piscinas (SP) contabiliza recente crescimento de vendas. “Iniciamos o mês de julho com o mercado aquecido e sem demissões desde o início da pandemia”, informa o proprietário Marcos Sorrilha, ao comentar o clima de otimismo na empresa, que, segundo ele, iniciou em maio.

Para o empresário, contribuíram para o melhor cenário as medidas adotadas pelo governo federal para reduzir os efeitos da crise, como a MP 936 (que autoriza a redução de salários e horas trabalhadas), o auxílio emergencial de R$ 600, a liberação do FGTS e antecipação do 13º salário para os aposentados.

A flexibilização da quarentena, com a reabertura parcial do varejo e serviços, é outro fato importante para o setor de piscinas projetar a reação no segundo semestre, assegura. “Somando todas as medidas, a gente vê como resultado uma volta à normalidade, diferente em relação ao ano passado, mas muito positiva”, destacou.

Em novembro do ano passado, a gaúcha Netuno Acessórios para Piscina iniciou uma nova etapa com a abertura da nova fábrica, de 11 mil metros quadrados, em Canoas (RS). Mas a pandemia da Covid-19, que alcançou o País na segunda quinzena de março, levou a empresa a adotar medidas para preservar a saúde dos colaboradores, manter a sua linha de produção e, sobretudo, inovar as estratégias de marketing.

O plano deu certo, garante o diretor comercial, Clayton Bauer, de olho no levantamento que sinalizava aumento em torno de 30% nos negócios registrados no segundo trimestre do ano, na comparação com abril, maio e junho de 2019. “Diante da nova realidade, de dificuldades em todos os segmentos da economia, as notícias são boas. Verificamos (especialmente) o aquecimento de vendas de acessórios”.

Clayton Bauer acredita que a reação decorre do fato de as pessoas passarem mais tempo em casa, observarem o ambiente e optarem por cuidar melhor da piscina.

>>

Divulgação



Indústria Netuno registra aumento médio de 30% nas vendas de acessórios

>>

Bel Piscinas

Bem-estar para você, beleza para a água!



Oferecer os nossos produtos na sua loja é garantir que seus clientes recebam o que há de melhor para o tratamento de piscinas! Nossas soluções são desenvolvidas para proporcionar uma água sempre limpa, saudável e cristalina, com alta qualidade e o melhor custo-benefício do mercado.

Então, você já sabe: se é Bel Piscinas, pode confiar!

Entre em contato conosco, conheça nossas soluções e garanta um verdadeiro banho de qualidade aos seus clientes!

belpiscinas.com.br

0800 47 2770

vendas@belpiscinas.com.br

Bel Buschle & Lepper

Há mais de 75 anos presente no seu dia a dia!



Divulgação

Roberto Galvan, da Exclusive: vencido o choque inicial, veio a reação

Suporte e orientações aos franqueados

Com um plano de expansão a todo vapor, na fábrica e na rede de lojas, por meio de franquias, a Exclusive Piscinas, de Vera Cruz (RS), foi pega de surpresa com a covid-19, mas superou o susto do primeiro momento. "Quando foi anunciado lockdown, tomamos um choque. É assustador seguir por um caminho em que não se conhece. Mas vencido esse período, agora, só podemos agradecer. As vendas cresceram e creio que estão até melhores quando comparadas ao ano passado (mesmo período)", comemora Roberto Galvan, diretor da companhia.

Para o empresário, o motivo da reação está relacionado ao fato de os consumidores, que estão passando mais tempo no lar, investirem na criação de um "oásis" doméstico, tendo como protagonista a piscina.

A empresa já investia na digitalização dos processos e como um canal de atendimento. Com isso, a adaptação à comunicação on-line, foi facilitada. A preocupação da empresa está em orientar os lojistas em como administrar a situação transitória e buscar alternativas para amenizar os impactos negativos.

"Como trabalhamos com franquia, quando veio a pandemia, distribuímos uma cartilha com o passo a passo de como os lojistas deveriam proceder. Orientamos para negociar aluguel, reduzir custos, avaliar o caixa e optar por recebimentos por financeiras e cartões de crédito, não com cheque. Procuramos dar apoio como franqueadora, para que eles pudessem focar em vendas, não em problemas", explica Roberto Galvan.

A Exclusive possui 72 lojas com sua marca. Possui franqueadas em diversos estados, como São Paulo, Mato Grosso do Sul, Paraná e Santa Catarina. Roberto Galvan aposta que os negócios vão continuar aquecidos e garante que dobrou o número de franqueadas, de nove para dezoito, nesse período de combate à pandemia

Comércio ativo e adaptado

Com uma carteira de clientes de abrangência nacional e portfólio de quatro mil itens, a Equibombas, localizada na capital paulista, atua no varejo e na distribuição. A empresa também contabiliza aquecimento de vendas.

Segundo Flávio Araújo Andrade, diretor comercial, a reação foi experimentada a partir de abril. "Como as pessoas deixaram de sair, viajar, ir ao restaurante, passaram a cuidar mais de casa, da área de lazer", justifica.

Entre os produtos de maior procura estão os destinados ao aquecimento da piscina. A empresa já atuava com e-commerce, que antes da pandemia representava 10% das vendas e atualmente responde por 20%. Para Flávio Andrade, a tendência é de o canal digital tenha cada vez mais importância no movimento de negócios. Como a loja é também comércio de material de construção, com autorização para atender os clientes no balcão, a Equibombas optou, mesmo na fase de flexibilização, em manter a restrição de acesso ao espaço interno. "Optamos por atender o cliente na porta da loja. Assim, garantimos a segurança de todos", justifica. Para abrir completamente, acrescenta, seria necessário adotar outros critérios para reforçar a proteção. "Entendo que o pior já passou, o maior temor da covid-19, mas ainda é preciso ter cautela".

Experiência em MS

Instalada em Campo Grande (MS), a loja Cia das Águas fechou por duas semanas em março, atendendo à determinação da prefeitura. Concedeu férias coletivas aos cinco funcionários, não demitiu ninguém, nem reduziu salários e conseguiu recuperar as vendas perdidas.

A empresa também obteve a licença para abrir a loja por completo, por ter classificação de comércio de material para construção. Prefere, no entanto, seguir regras próprias, por segurança, encerrando o expediente antecipadamente, às 16h30, e restringindo o acesso de clientes a um espaço único, sem tocarem nas mercadorias.

"Temos um hall (3,00 x 9,00 metros), aberto, para o atendimento de compras rápidas. No caso de orçamento de construção de piscina ou aquisição de equipamentos, que demandam mais tempo, liberamos a entrada. Mas a pessoa é atendida sentada, próxima à uma mesa, com álcool em gel e máscara", conta Anna Carolina Marques, responsável pelas áreas financeira e administrativa.

Segundo informou, nos últimos meses, a empresa tem recebido solicitações de orçamento para construção e reforma de piscinas. E, para estimular as vendas, a Cia das Águas intensificou as promoções de produtos desde abril, estimulando as vendas.

>>

Divulgação



Cia das Águas (MS) recupera vendas e mantém atendimento à distância



Olhar atento ao consumidor

A partir da flexibilização da fase de distanciamento social, Stella Kochen Susskind, especialista na metodologia de pesquisa com base na experiência de clientes secretos, dá dicas de como o comércio deve receber o consumidor e iniciar a adaptação e volta à "quase" normalidade.

"Tenho militado pela melhoria na qualidade do atendimento na América Latina, sobretudo no Brasil. Nesse tempo, acompanhei muitas mudanças, mas nada parecido com o que vemos hoje", observa.

Diante de cenário, acrescenta, constantemente é questionada sobre como manter a excelência no atendimento aos clientes físicos, com tantas restrições de segurança. Outra dúvida do lojista brasileiro está em saber como lidar com as exigências sanitárias e a demanda por encantar o cliente.



Stella Susskind dá dicas de como loja deve receber consumidor

Divulgação

A especialista enumerou cinco dicas fáceis, econômicas e consideradas eficientes para manter a qualidade do atendimento, respeitar as normas e colocar a vida no centro do processo de retomada das atividades econômicas (veja quadro abaixo).

Cinco dicas de atendimento

Sorrir com os olhos humaniza o atendimento

Com as máscaras – essenciais para a proteção – é necessário encontrar outras formas de expressar a cordialidade, solidariedade e a vontade de atender com excelência o consumidor. Olhar nos olhos do cliente é a chave desse processo, de investir nessa comunicação e na conexão com o cliente.

Inicie o atendimento com uma frase não comercial

Na frase de abertura do contato, evite falar sobre o novo coronavírus. Aproveite o momento para tecer elogios, falar sobre o tempo ou algum assunto agradável. Precisamos, como sociedade e seres humanos, de um respiro. Encante o cliente. O momento da compra é, muitas vezes, de descontração; de dar um presente (a nós e aos outros); de ter um pequeno luxo. Transmita leveza e delicadeza.

Agilidade como sinônimo de segurança

Muitos consumidores estão inseguros, assim como os atendentes. O risco desse comportamento duplo pode levar à falta de cordialidade. É importante entender que ser ágil no atendimento não significa ser ríspido, querer se livrar do cliente. O vendedor precisa identificar a necessidade do consumidor e "ler" qual é o grau de urgência que ele tem. Organizar o estoque, por exemplo, pode ajudar muito nesse processo.

Avise que a loja tem outros canais de vendas

Como muitos clientes não vão querer ficar muito tempo dentro da loja, aproveite para avisar que há outros canais disponíveis para a aquisição de outros itens que ele possa precisar. Pense em ter um número WhatsApp dedicado a isso, por exemplo.

Administre a espera do cliente

Por segurança, muitas lojas estão tendo que diminuir o fluxo de clientes na área interna. Demonstre simpatia e respeito para os consumidores que aguardam a sua vez do lado de fora.

Mantenha sempre um profissional, informando o tempo médio de espera e agradeça a paciência. Use a empatia para fidelizar o cliente.

Fonte: Stella Kochen Susskind, especialista na metodologia de pesquisa *mystery shopping* (cliente secreto). É autora do livro "*Cliente Secreto, a metodologia que revolucionou o atendimento ao consumidor*" e palestrante internacional.

SIBRAPE

BPF Platinum



Monofásico
1,0/1,5/2,0/3,0 cv
Trifásico
1,5 /2,0/3,0 cv
*Sucção e recalque 60mm

- MAIOR DESEMPENHO
- MELHOR CUSTO BENEFÍCIO
- MENOR RUÍDO
- POLÍMEROS DE ALTA ENGENHARIA
- PONTA DE EIXO EM AÇO INOX 316

SEJA REVENDA GOLD SIBRAPE E RECEBA BENEFÍCIOS EXCLUSIVOS

REVENDA GOLD SIBRAPE

www.sibrape.com.br • 0800-7273737 • (16) 2101-7000

Xô, COVID-19

Especialistas recomendam cautela na retomada das atividades na área de piscina e destacam a importância de evitar aglomeração e usar máscaras

por Rúbia Evangelinellis



Com a flexibilização da quarentena em algumas regiões, academias, clubes e condomínios começam a receber sinal verde para retornarem as atividades ou reabrirem, com restrições, áreas de lazer. Mas, nem por isso, o risco de contágio de Covid-19 é menor e os cuidados de proteção permanecem no topo da lista de recomendações dos especialistas.

Em relação à limpeza na área de piscina, a orientação é para que seja feita com capricho para evitar contágio no entorno, corrimões, escadas, rampas, banheiros e vestiários. A água deve estar sempre tratada (com produtos químicos e limpeza mecânica), seguindo os critérios tradicionalmente indicados.

O biomédico Roberto Martins Figueiredo, também conhecido como doutor Bactéria, explica, porém, que não há registro de transmissão do novo coronavírus pela água (de piscina, mar ou rio).

>>

Divulgação



Roberto Figueiredo: máscara não é para ser usada para reservar cadeira



Com a flexibilização do distanciamento social, condomínio, clubes e academias devem redobrar cuidado na limpeza do entorno da piscina

Depositphotos





Depositphotos

"O problema está no risco de aglomeração de pessoas no ambiente. Tem condomínio com bastante moradores, que estão dentro de casa, sem poder sair. E num dia de sol podem provocar a aglomeração na piscina, sem respeitar o distanciamento de 1,5 metro entre as pessoas", destaca.

Segundo informou, não há problema de contágio em ambientes abertos, desde que as pessoas sigam as recomendações de proteção criteriosamente e evitem a aproximação, o que exige um permanente estado de vigilância.

No caso de ambientes fechados, com a emissão de vento por ar-condicionado, o perigo de contágio é maior, especialmente se as pessoas falam alto e, com isso, aceleram a emissão de gotículas de saliva.

Já em relação ao uso de máscaras, o especialista alerta para o fato de que nem todos seguem a orientação de uso, após sair da piscina. "E, o que é pior, podem usar a máscara para reservar a cadeira na piscina (ao alcance de outras pessoas, inclusive de crianças). Por isso, acredito ainda não é momento de liberar a área social, como playground, brinquedoteca, sala de leitura, espaço fitness".

Para o especialista, é preciso considerar que ainda "estamos em guerra" contra a Covid-19, sem ter como defesa remédio ou vacina. "O H1N1 mata tanto ou mais do que o coronavírus, com uma pessoa contaminando outras três. O sarampo mata muito mais do que os dois, sendo que uma pessoa infectada pode contaminar outras 20. A diferença é que tem vacina para combater H1N1 e sarampo", alerta.



Divulgação

Sylvia Lemos, infectologista, pede especial atenção a idosos e pessoas do grupo de risco

Procedimentos e grupos de risco

A Associação Brasileira de Academias (Acad) estabeleceu procedimentos que devem ser adotados no retorno às aulas de natação e de hidroginástica. O protocolo tem como base as ações de diversos países, que já superaram o pico da pandemia, e medidas aprovadas pela Organização Mundial da Saúde (OMS).

Entre elas estão a medição de temperatura de funcionários e alunos por termômetro digital, antes do ingresso no local; uso de máscaras (fora da piscina); disponibilização de álcool em gel (70%) e uso de chinelos e toalhas que devem ser guardadas em cabides individuais. Quando o aluno estiver em atividade na água, deve-se respeitar o distanciamento de 1,5 metro.

A infectologista Sylvia Lemos, consultora da Sociedade Brasileira de Infectologia, demonstra maior preocupação com a forma em que será ministrada a aula de hidroginástica, especialmente para idosos e pessoas do grupo de risco. "É preciso considerar que muitos utilizam bengala, andador, carregam sacolas e possuem uma interação diferente, que vai além dos exercícios, e que é também cognitiva e de socialização. Temos de ver esse grupo com olhar diferenciado". ■



Escadas, rampas e acessórios devem ser higienizados com frequência, enquanto usuários precisam usar chinelos, máscaras e guardar toalha em cabide individual





Distantes dos treinos regulares nos clubes, nadadores brasileiros se preparam para retornar e enfrentar o novo normal

NATAÇÃO EM *suspense*

Atletas aguardam decisões dos estados para voltar ao treino e confederação emite protocolo para retorno gradual e seguro



Depositphotos

Duas equipes de peso da natação brasileira – Clube Curitibano e Sesi-SP – são exemplos de como a pandemia da covid-19 afetou os estados brasileiros, de forma diferenciada, causando dificuldades na recuperação física dos atletas.

Isso tem consequências também no desenvolvimento técnico deles, afirmam especialistas. O Sesi-SP manteve suspensas as atividades até julho na capital paulista e anunciou a convocação de uma reunião em agosto para discutir a retomada. Somente conseguiram realizar atividades na água os atletas com piscina em casa ou em condomínios. Outras providências tomadas foram: manter o trabalho físico, emocional e motivacional por meio das plataformas on-line.

Comparando com o Sesi-SP, o caso do Curitibano chama a atenção por duas situações. Parte dos atletas, com residência no interior, conseguiu treinar na água em julho. Na capital, onde está o complexo aquático do clube, os treinos duraram uma semana, com os atletas organizados e separados. Tudo voltou à estaca zero depois de uma decisão das autoridades da capital para evitar aglomerações.





Divulgação

Com a responsabilidade de treinar 15 esportistas, Christian Carvalho, do Curitibano, explica as medidas adotadas pelo clube para receber os nadadores, de forma segura. Elas têm como base os protocolos do Hospital Constantino Constantini e da CBDA (Confederação Brasileira de Desportos Aquáticos) e do COB (Comitê Olímpico Brasileiro).

Cartilha e o "novo normal"

Com 11 páginas, o documento é escrito por dois especialistas: Rodrigo Brochetto (CBDA) e Ana Carolina Corte (COB). O retorno foi dividido em quatro fases para competições de natação, polo aquático, nado artístico e salto ornamental.

A primeira, de quatro semanas, é a mais longa, e as próximas, de duas semanas. "Trata-se de um protocolo de funcionamento dos parques aquáticos, de orientação médica", explica Cristian Carvalho ao reforçar a preocupação dos clubes em evitar casos de contaminação nas suas dependências.

As autoridades esportivas reforçam que a fase 1 é

Christian Carvalho: clubes cumprem regras de saúde pois temem contaminação de atletas e da comissão técnica

Retorno seguro

- ✔ Excluir grupo de risco
- ✔ Evitar transporte público
- ✔ Não utilizar vestiário
- ✔ Não compartilhar material de treino
- ✔ Realizar testes cardiológicos e laboratoriais

Natação

- ✔ **Fase 1:** Treino de uma hora e com um atleta por raia. Descansos em lados alternados por raia - par e ímpar
- ✔ **Fase 2:** Treino de uma hora e meia com dois atletas na mesma raia, com descanso em lados opostos
- ✔ **Fase 3:** Treinos de até duas horas e quatro atletas na mesma raia, com descanso em lados opostos a cada dois.
- ✔ **Fase 4:** Treinos liberados, de acordo com o número de atletas de equipe, sem limites de usuários por raia.

Fonte: CBDA

essencial para avançar. E destacam a importância da triagem – para identificar e avaliar quem já teve a doença ou não – com aplicação de questionários e testes em atletas, comissão técnica e funcionários.

Nas fases 2 e 3, pessoas do chamado grupo de risco poderão treinar, respeitando as medidas de distanciamento social, higiene e uso de máscaras. Será possível retirar a máscara apenas para treinar, devendo ser substituída quando o atleta deixar a piscina.

A fase 4 é considerada o "novo normal", que, segundo a cartilha. Essa etapa vai durar até que seja descoberta uma vacina ou medicação eficaz para o tratamento da covid-19.

Christian Carvalho comenta que durante a breve abertura das piscinas do clube foram aplicadas regras para evitar contágio, como preenchimento de questionário, distanciamento de 2,5 metros entre atletas, medição da temperatura do corpo, rodízio na água e vestiário fechado. "É o conceito de oferecer ao desportista um local seguro. Perder um atleta dentro do clube é um sério prejuízo que ninguém quer correr o risco" destaca o técnico do Paraná.

O técnico do Sesi-SP, Fernando Vanzella, avalia como "pedagógico" a emissão da cartilha. "Vejo o documento pelo ponto de vista da educação e o considero bem elaborado e completo. Orienta, por exemplo, como usar o cloro na dosagem certa. A gente sabe que o coronavírus não resiste ao cloro", comenta.

A CBDA anunciou também o cancelamento das atividades esportivas em julho e agosto e que 207 atletas brasileiros treinarão em Portugal, no Centro de Treinamento Maior. Atletas da natação e salto ornamental embarcaram em 17 de julho. "Há um esforço de retomada aos treinos, mas olhando para a nossa realidade, podemos afirmar que o tempo de recuperar o atleta fisicamente, para depois desenvolver a sua técnica, é de quatro meses. Isso compromete a ano de 2020", encerra Christian Carvalho. ■





QUALIDADE DA ÁGUA

Comissão da ABNT realizou em junho a primeira reunião para tratar da revisão da Norma NBR 10.818

Adaptando-se ao "novo normal" no País, os trabalhos de revisão da Norma ABNT NBR 10. 818 – Qualidade da Água de Piscina – iniciaram de forma virtual no último dia 24 de junho. A Comissão Especial de Estudo CEE 215 realizou a primeira reunião on-line desse novo trabalho. Os próximos encontros seguirão o mesmo formato pelo menos nos próximos meses.

À frente da coordenação dos trabalhos, o secretário executivo da ANAPP, Marcelo Mesquita, explica que o primeiro encontro de estudos contou com a participação de mais de 30 pessoas.

São representantes de empresas de produtos químicos para piscinas, tratamentos alternativos, projetistas, profissionais da construção civil e consultores. Carlos Heise, da Panozon Ambiental, é o secretário da comissão.

A CEE é a mesma comissão que em 2018 concluiu a revisão da "NBR 10339 - Piscina — Projeto, execução e manutenção", instrumento esse que trouxe várias melhorias ao mercado com exigências normativas, principalmente para a ampliação dos aspectos de segurança dos banhistas.

De acordo com Marcelo Mesquita, o desafio da CEE na revisão da Norma 10.818 "será abordar e detalhar um tema de extrema importância para o setor de piscinas: a qualidade da água de piscina". O ponto de partida das discussões é pesquisar e analisar regulamentos de outros países em comparação ao regulamento já existente e consolidar um texto compatível com a realidade brasileira no prazo estimado de até um ano.

Ele explica que existem várias legislações estaduais e municipais com parâmetros distintos e antigas. "Está em pauta a atualização do instrumento normativo. A reforma da norma visa estabelecer parâmetros adequados e padronizados para todo o território nacional que assegurem a qualidade da água da piscina em condições ótimas de saúde e o bom desempenho no funcionamento das instalações aquáticas". ■

CTP ANAPP CURSO DE TRATAMENTO DE PISCINAS

GALERIA DE ALUNOS CERTIFICADOS

INSCREVA-SE E FAÇA PARTE DESSE TIME

CERTIFICADO VÁLIDO PARA TODO O PAÍS



JEFERSON DOS SANTOS PARENTES JANDIRA - SP



TIAGO HOLANDA SILVA - RO



DIEGO FAUTISNO DE OLIVEIRA - SP



GABRIEL CAMPOS DE ARAÚJO - RJ



MANOEL NONATO DE ALMEIDA NETO - MA



EDINEI RICARDO PAGLIARI - SC



MARCELO SANTANA - SP



MARCELO SILVA DA ROSA - ES



LUIZ CLAUDIO PENA ALDEIA - MG



VITOR CAMPOS SILVA - RJ



LUIZ AMÉRICO DOS SANTOS JÚNIOR - RJ



JOSÉ DE BRITO ALMEIDA JÚNIOR - PB



JACEARA DE JESUS SANTOS - SP



MAURICIO ALVES CALLIGA - BA



MARCOS FERREIRA DOS SANTOS - SP



ELIEL VIEIRA MACHADO - MT

mais infomações

www.cursoanapp.org.br

LANÇAMENTO COMERCIAL DA EXPOLAZER 2021

JÁ TEM DATA E NOVO FORMATO



A única feira profissional dedicada ao mercado de outdoor living da **América do Sul** realizará seu evento de **Lançamento Comercial** para o mercado em formato virtual.

Haverá agendamento prévio para garantir atendimento adequado às empresas interessadas em negociar espaços, adquirir condições especiais e produtos agregados do evento.

PROGRAMAÇÃO DE LANÇAMENTO

03/08 Regras, material informativo e formulário de adesão.

18 A 20/08 Escolha de área conforme grupos de ranqueamento.

HÁ 23 ANOS, A EXPOLAZER É A MELHOR OPORTUNIDADE PARA AS EMPRESAS RECEBEREM COMPRADORES QUALIFICADOS DO BRASIL E DO MUNDO.

9 mil visitantes | **125 expositores** | **+100 cidades** | **4 continentes**

*Dados edição 2019

ALGUMAS ATRAÇÕES PROGRAMADAS

- **Tradicional Jantar de Networking**
- **5° Fórum Brasileiro da Indústria de Piscinas e SPAs**
- **Oficinas Técnicas, um espaço dedicado a conteúdos e inovações de empresas expositoras**

Desde sua primeira edição, em 1991, o evento é resultado de uma parceria de sucesso entre **ANAPP** e **Francal Feiras**, que reservam para 2021 várias oportunidades para negócios, atrações e capacitação dedicados ao setor que emprega mais de 60 mil profissionais e é o segundo mercado mundial, com cerca de 3 milhões de piscinas.

www.expolazer.com.br
Informações expolazer@francal.com.br
(011) 2226-3100

expolazer & outdoor living
23ª Feira Internacional de Piscinas, Spas, Lazer e Wellness

3-6 AGOSTO 2021 | EXPO CENTER NORTE PAVILHÃO AMARELO | 13H-20H TERÇA A SEXTA SÃO PAULO - SP

PROMOÇÃO | ORGANIZAÇÃO
Francal Feiras DESDE 1969

COLABORAÇÃO
ANAPP Associação Nacional das Empresas e Profissionais de Piscinas